

Forskning, udvikling og innovation 2010

Omfattede CVR-numre

Besvarelsen skal kun omfatte det CVR-nummer, der er udvalgt til indberetningen.
Der kan dog svares for flere CVR-numre:

- hvis forskning, udvikling og innovationsaktiviteter omfatter flere juridiske enheder
- hvis der svares på koncernniveau

I begge tilfælde skal der kun svares for **danske virksomheder**.

1. Omfatter besvarelsen flere CVR-numre?

- Nej, kun det CVR-nummer, som står på skemaet
- Ja, flere CVR-numre

1a. Hvilke CVR-numre er omfattet af indberetningen?

CVR-nummer	Navn
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Hvis flere end 4 CVR-numre, vedlæg da en liste.

Indberetningens dele

Indberetningen omhandler to forskellige aktiviteter

- **Del I. Forskning og udviklingsarbejde (FoU):** Systematisk arbejde i værksat for at udvikle - og finde anvendelser for - ny viden.
- **Del II. Innovation:** Faktisk introduktion af nye eller væsentligt ændrede produkter, produktionsprocesser, arbejdsgange, organisationsformer eller metoder til markedsføring. Innovation kan introduceres *med eller uden* forudgående FoU-arbejde.

Undersøgelsens indhold

Forskning og udvikling (FoU) er skabende arbejde foretaget på et systematisk grundlag for at øge den eksisterende viden, og udnyttelsen af denne viden til at udtænke nye anvendelses-områder. Fælles for FoU-aktivitet er, at den skal indeholde et væsentligt nyhedsэлемент.

Innovation er selve introduktionen eller implementeringen af nye eller væsentligt forbedrede produkter, produktionsprocesser eller markedsføringsmetoder, samt væsentlige organisatoriske ændringer. I 2009 havde 44 pct. af virksomhederne mindst én form for innovation.

Der er mange flere eksempler at finde i vejledningen til undersøgelsen på www.dst.dk/forskninginnovation

Del I. Virksomhedens forskning og udviklingsarbejde (FoU)

FoU (Forskning og Udviklingsarbejde) omfatter ...

- skabende arbejde foretaget på et systematisk grundlag for at øge den eksisterende viden og
- udnyttelse af denne viden til at udtænke nye anvendelsesområder.

FoU kan inddeles i ...

- **grundforskning**, dvs. eksperimenterende eller teoretisk arbejde med det primære formål at opnå ny viden og forståelse uden nogen bestemt anvendelse i sigte.
- **anvendt forskning**, dvs. eksperimenterende eller teoretisk arbejde med det formål at opnå ny viden og forståelse. Arbejdet er dog primært rettet mod bestemte anvendelsesområder.
- **udviklingsarbejde** er systematisk arbejde baseret på anvendelse af viden opnået gennem forskning og/eller praktisk erfaring med det formål, at frembringe nye eller væsentligt forbedrede materialer, produkter, processer, systemer eller tjenesteydelser.

FoU kan fx angå ...

- it, teknik og fremstillingsvirksomhed
- jordbrug, fødevarer og veterinærområdet
- administration og økonomisk planlægning
- salg og marketing
- osv.

I skemaets lysegrønne felter er der forklaringer og definitioner, der knytter sig til de enkelte spørgsmål. Du kan finde mere uddybende definitioner og eksempler i den elektroniske vejledning på www.dst.dk/fui

Du er også velkommen til at kontakte os, hvis du har spørgsmål om udfyldelse af skemaet: Nils Galberg Enoksen, tlf. 39 17 38 86, nge@dst.dk eller Helle Månsson, tlf. 39 17 31 13, hej@dst.dk

2. Har virksomheden i 2010 ...

Ja

Nej

Sæt ét kryds i hver linje

- købt eller indlicenseret patenter, brugsmønstre, varemærker, designs eller know how?
- selv søgt patenter?
- købt FoU-arbejde fra andre?
- selv udført eget FoU-arbejde i Danmark?
- haft egen forsknings- eller udviklingsafdeling?

FoU-personale og årsværk

- **FoU-personale:** Ansatte der har arbejdet med FoU i mindst 5 pct. af deres arbejdstid, dvs. mindst 80 timer pr. år for en fuldtidsansat.
- Én persons arbejde med FoU på fuld tid i et år udgør 1 årsværk.
- Én persons arbejde med FoU på halv tid i et år udgør 0,5 årsværk.

2a. Hvor meget af virksomhedens personale har udført, støttet eller administreret FoU i Danmark i 2010?

Ansatte med FoU-opgaver i 2010

FoU-årsværk beregnet antal i 2010

Forskere og andre specialister

der har udviklet ny viden, produkter, processer, metoder eller systemer eller planlagt og ledet FoU-projekter

Teknisk personale

der har støttet FoU-projekter med teknisk viden og kompetence. Fx maskinmestre, laboranter, programmører mm.

Andet personale

der har serviceret FoU-projekter. Fx håndværkere, kontorpersonale, maskinoperatører mm.

I alt beskæftiget med FoU i 2010



	Ja	Nej		
2b. Har virksomheden i 2010 haft FoU-aktiviteter i koncernens udenlandske datterselskaber?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Antal ansatte med FoU-opgaver :				
	Europa	USA	Kina/ Indien	Udland i øvrigt
Skønnet antal ansatte i udenlandske datterselskaber der udfører FoU-aktiviteter for virksomheden fordelt på hjemsteder	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>



Del II: Innovation i virksomheden

En del af spørgsmålene om innovation angår den **treårige periode 2008 - 2010**.

- **Innovation:** Faktisk introduktion af nye eller væsentligt ændrede produkter, produktionsprocesser, arbejdsgange, organisationsformer eller metoder til markedsføring.
- Innovation kan introduceres med eller uden forudgående FoU-arbejde.

Produktinnovation: Nye varer eller tjenesteydelser

- Medtag markedsintroduktion af produkter, fx varer eller tjenesteydelser, der er **nye eller væsentligt ændrede** med hensyn til bestanddele, egenskaber, funktionalitet eller undersystemer.
- Produkterne skal være **nye for virksomheden**, men kan evt. være udviklet eller introduceret før af andre.

3. Har virksomheden i 2008 - 2010 introduceret ...

	Ja	Nej	
- varer, der er nye eller væsentligt ændrede? ekskl. rent æstetiske ændringer og direkte videresalg af nye købte varer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sæt ét kryds i hver linje
- tjenesteydelser, der er nye eller væsentligt ændrede? ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	→ Hvis nej i begge: Gå til side 5

3a. Er disse nye produkter primært udviklet af ...

	Sæt kun ét kryds
- virksomheden eller koncernen alene	<input type="checkbox"/>
- virksomheden i samarbejde med andre	<input type="checkbox"/>
- andre virksomheder eller institutioner	<input type="checkbox"/>

3b. Introducerede virksomheden i 2008 - 2010 produkter der var ...

	Ja	Nej	Sæt ét kryds i hver linje
- helt nye på verdensplan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- helt nye på virksomhedens marked?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- nye for virksomheden men kendte på markedet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

3c. Fordel den samlede omsætning i 2010 på produkter, der i 2008 - 2010 blev introduceret som ...

	Fordel i pct.
- nye på verdensplan	<input type="text"/> pct.
- nye på virksomhedens marked	<input type="text"/> pct.
- nye for virksomheden	<input type="text"/> pct.
- uændrede eller ubetydeligt ændrede i forhold til tidligere. Inkl. videresalg af købte varer og tjenesteydelser ..	<input type="text"/> pct.
Samlet omsætning i 2010	<u><u>100</u></u> pct.



Procesinnovation: Nye produktionsprocesser

- Indførelse af **nye eller væsentligt ændrede** produktionsprocesser, arbejdsgange, distributionsmetoder eller støttefunktioner.
- Processen skal være ny **for virksomheden**, men kan være udviklet eller anvendt før af andre.
- Spørgsmål angår den **treårige periode 2008-2010**
- Evt. nye organisationsformer angives i separat sektion.

4. Har virksomheden i 2008 - 2010 indført nye eller væsentligt ændrede ...	Ja	Nej	Sæt ét kryds i hver linje
- metoder til produktion af varer eller tjenesteydelser?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- metoder vedr. logistik, levering eller distribution af materialer, produkter eller tjenesteydelser?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- støttefunktioner for arbejdsgange, fx systemer eller rutiner vedr. indkøb, vedligeholdelse, regnskab eller it? ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

4a. Er disse nye processer primært udviklet af ...	Sæt kun ét kryds
- virksomheden eller koncernen alene	<input type="checkbox"/>
- virksomheden i samarbejde med andre	<input type="checkbox"/>
- andre virksomheder eller institutioner	<input type="checkbox"/>

Uafsluttede innovationsaktiviteter

- Medtag aktiviteter (ud over FoU) iværksat i forbindelse med udvikling eller introduktion af nye produkter, processer eller arbejdsgange.
- Uanset om aktiviteterne har resulteret i konkret innovation.
- Medtag fx anskaffelse af maskinel, udstyr, software og licenser, oplæring, ingeniørarbejde industrielt design mv.

5. Har virksomheden i 2008 - 2010 (ud over evt. FoU) iværksat nogen innovationsaktiviteter, ...	Ja	Nej	Sæt ét kryds i hver linje
- der stadig var i gang ved udgangen af 2010?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- der er blevet afbrudt eller opgivet uden resultat?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Hvis Nej til alt i spm. 3, 4 og 5:

Gå til side 7



Målsætning for innovationsaktiviteter

6. Hvor stor betydning havde følgende målsætninger for virksomhedens innovationsaktiviteter i 2008 - 2010?

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Sæt ét kryds i hver linje

Målsætning:	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Øge udvalget af varer eller tjenesteydelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erstatte forældede produkter eller arbejdsgange	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komme ind på nye markeder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Øge markedsandel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forbedre kvaliteten af varer eller tjenester	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forbedre sundhed og sikkerhed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Øge <i>fleksibiliteten</i> i fremstilling af varer eller tjenesteydelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Øge <i>kapaciteten</i> i fremstilling af varer eller tjenesteydelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reducere omkostninger pr. produceret enhed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Organisatorisk innovation: Nye organisationsformer

- Indførelse af **nye eller væsentligt ændrede** metoder til organisering af arbejdspladsen, forretningsgange, videnstyring eller eksterne relationer.
- **Medtag:** Nye organiseringer der er indført efter en strategisk ledelsesbeslutning.
- **Medtag ikke:** Nye organiseringer der primært skyldes fusion eller overtagelse.

7. Indførte virksomheden i 2008 - 2010 nye metoder til organisering af ...

	Ja	Nej	Sæt ét kryds i hver linje
- forretningsgange eller procedurer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
fx kvalitetsstyring, resultatstyring, videnstyring, lean, reorganisering, forsyningskædeledelse mv.			
- ansvar og beslutningskompetence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	→ Hvis nej i alle: Gå til side 8
fx decentralisering, job-rotation, teamwork, sammenlægning eller opdeling af afdelinger mv.			
- eksterne relationer til andre virksomheder eller institutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
fx nye alliancer, partnerskaber, udlicitering, underleverandører mv.			

7a. Hvor stor betydning havde følgende målsætninger for virksomhedens organisatoriske innovation i 2008 - 2010?

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Sæt ét kryds i hver linje

Målsætning:	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Reducere reaktionstid på kunders eller leverandørers behov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forbedre evnen til at udvikle nye produkter, processer eller arbejdsgange	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forbedre kvaliteten af varer eller tjenesteydelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reducere omkostningerne pr. produceret enhed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forbedre intern eller ekstern kommunikation eller videndeling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Innovation af markedsføring: Nye markedsføringsmetoder

- Introduktion af nye eller væsentligt ændrede markedsføringskoncepter eller -strategier.
- **Medtag:** Nye produktdesign, emballager, eksponeringer, promovinger og prissætninger.
- **Medtag ikke:** Sæson- eller rutinemæssige ændringer i markedsføringsmetoder.

8. Introducerede virksomheden i 2008 - 2010 ...

	Ja	Nej	Sæt ét kryds i hver linje
- væsentlige ændringer i produkters æstetiske design? .. medregn ikke ændringer, der alene påvirker produktets funktionalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- væsentlige ændringer i produkters indpakning?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- nye medier eller teknikker til promovring af produkter? fx nye reklamemedier, varemærkedesign, loyalitetsprogrammer mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- nye markedsføringsstrategier?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	→ Hvis nej i alle: Gå til side 9
- nye salgskanaler eller metoder til eksponering af produkter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- nye metoder til prissætning af varer eller tjenesteydelser?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

8a. Hvor stor betydning havde følgende målsætninger for innovation af virksomhedens markedsføring i 2008 - 2010?
Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden introducerede flere nye markedsføringsmetoder.

Målsætning:	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Øge eller bibeholde markedsandele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introducere produkter til nye kundegrupper	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introducere produkter på nye geografiske markeder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vejledning for resten af skemaet

Hvis virksomheden har haft innovationsaktiviteter i 2008 - 2010 dvs. der er svaret Ja til mindst ét af spørgsmålene 3-8:

→ Fortsat med spørgsmål 9, nedenfor

Hvis virksomheden ikke har haft innovationsaktiviteter i 2008 - 2010 dvs. der er svaret Nej til alt i spørgsmål 3-8:

→ Gå til side 12, spørgsmål 15

Samarbejde om innovation

	Ja	Nej				
9. Har virksomheden i 2008 - 2010 samarbejdet med eksterne aktører om innovation?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> → Hvis nej: Gå til side 10				
9a. Angiv samarbejdspartnere og deres hjemsteder Sæt mindst ét kryds for hver type						
	Danmark	Europa i øvrigt	USA	Kina/Indien	Udland i øvrigt	Ikke relevant
Andre virksomheder i koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leverandører af udstyr, materialer, dele eller software ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunder eller klienter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenter eller andre virksomheder i samme branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GTS (Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter) Se liste: www.teknologiportalen.dk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Private FoU-virksomheder, fx konsulenter, private laboratorier eller forskningsinstitutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Virksomheder i andre brancher ekskl. kunder og leverandører.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universiteter eller andre højere læreanstalter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Offentlige forskningsinstitutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Offentlige serviceudbydere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fx sygehuse, skoler, daginstitutioner, forsvaret mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andre offentlige samarbejdspartnere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9b. Hvilke danske universiteter har virksomheden evt. haft innovationssamarbejde med?	Gerne flere krydser					
Københavns Universitet	<input type="checkbox"/>					
Aarhus Universitet	<input type="checkbox"/>					
Syddansk Universitet	<input type="checkbox"/>					
Roskilde Universitet	<input type="checkbox"/>					
Aalborg Universitet	<input type="checkbox"/>					
Danmarks Tekniske Universitet	<input type="checkbox"/>					
IT-Universitetet i København	<input type="checkbox"/>					
Copenhagen Business School (Handelshøjskolen)	<input type="checkbox"/>					

Kilder der har bidraget til innovationsaktiviteter

10. Hvor stor betydning havde følgende kilder for idéudvikling og gennemførelse af innovationsaktiviteter i 2008 - 2010

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Sæt ét kryds i hver linje

	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Interne kilder:				
Kilder i egen virksomhed eller koncern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erhvervslivet i øvrigt:				
Leverandører af udstyr, materialer, dele eller software ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Klienter eller kunder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenter eller andre virksomheder i samme branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Private konsulenter, laboratorier eller forskningsinstitutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Offentlige institutioner:				
Universiteter eller andre højere læreanstalter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andre offentlige forskningsinstitutioner, fx sektorforskningsinstitutter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet:				
Konferencer, messer, udstillinger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videnskabelige tidsskrifter og fagblade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Faglige og industrielle organisationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Blev viden om kunders/brugeres behov brugt i idéudvikling eller gennemførelse af innovationsaktiviteter i 2008 - 2010

Viden fra:

Ja Nej Sæt ét kryds i hver linje

- **almindelig kundekontakt**
fx daglig dialog og kontakt ved messer mv.
- **strukturerede metoder**
fx markedsanalyser, fokusgrupper, paneler om interesse for nye produkter eller ydelser

Avancerede metoder:

Til afdækning af fremtidige og ikke erkendte behov

- **observation eller interview**
fx etnografiske el. antropologiske studier eller dybdeinterview
- **inddragelse af almindelige brugere**
fx prototypetests eller internet-communities m. løbende feedback i innovationsprocessen
- **inddragelse af avancerede brugere**
fx lead user metoder

12. Hvor stor betydning havde følgende for virksomhedens innovationsaktiviteter?

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Sæt ét kryds i hver linje

	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Eget forsknings- eller udviklingsarbejde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indsamling af viden om kunders og brugeres behov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samarbejde med andre virksomheder om innovation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samarbejde med universiteter og forskningsinstitutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samarbejde med andre offentlige aktører	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ja	Nej		

13. Er der i 2008 - 2010 afholdt uddannelse eller oplæring som led i innovationsaktiviteter - ud over FoU?

Ja Nej

Lokaliteter for innovationsaktiviteter

14. Blev alle virksomhedens innovationsaktiviteter i Danmark i 2008 - 2010 udført på det postnummer, hvor virksomheden har hovedadresse?

Ja Nej

14a. Angiv postnumre, hvor virksomheden har gennemført egne innovationsaktiviteter eller anvendt købte ydelser. Angiv fordeling af FoU-udgifter på postnumre.

Postnummer	Procent-andel af innovationsudgifter
<input type="text"/>	<input type="text"/> pct.
<input type="text"/>	<input type="text"/> pct.
<input type="text"/>	<input type="text"/> pct.
	100 pct.

Hvis flere end 3 postnumre, vedlæg da venligst en liste.

Samlede udgifter til egen FoU og innovation i Danmark i 2010

Vejledning

- Opgør poster så de samlede udgifter giver et retvisende billede.
- Skriv 0 ud for de enkelte poster, hvis der ikke har været nogen udgifter.

15a. Driftsudgifter

FoU-aktiviteter:

Ekskl. moms
afrundet til hele 1.000 kr

- Løn og sociale udgifter til FoU

Inkl. ATP og feriepenge

.000 kr.

- Andre driftsudgifter til FoU

Fx husleje, lys, varme, rengøring, rejser, kontorhold, mindre apparatur og edb-kørsler. Ekskl. afskrivninger og afdrag på lån

.000 kr.

Innovationsaktiviteter - ekskl. FoU:

- Driftsudgifter til innovationsaktiviteter

Aktiviteter og tekniske forberedelser til introduktion af nye produkter eller arbejdsgange. Inkl. løn, feriepenge og ATP samt andre driftsudgifter, men ekskl. udgifter der er opgivet under FoU

.000 kr.

15b. Anlægsudgifter i 2010

FoU-aktiviteter:

- Bygninger der anvendes til FoU-arbejde

Fx nybygninger, større ombygninger, køb af ejendom. Faktiske omkostninger uden afskrivninger

.000 kr.

- Apparatur og instrumenter erhvervet til FoU-arbejde

Med købspris over 50.000 kr. og flerårig levetid

.000 kr.

Innovationsaktiviteter - ekskl. FoU:

- Maskiner, udstyr og software til innovationsaktiviteter

Fx avancerede maskiner, udstyr eller software til frembringelse af nye produkter, arbejdsgange eller produktionsprocesser

.000 kr.

15c. Andre udgifter til innovationsaktiviteter ekskl. FoU:

- Køb af eksterne rettigheder

Fx registrerede varemærker, designs, patenter eller brugsmodeller købt eller indlicenseret med henblik på frembringelse af nye produkter

.000 kr.

- Erhvervelse af anden ekstern viden

Fx ikke-patenterede opfindelser, knowhow eller anden viden ...

.000 kr.

- Konsulentydelse

Fx undersøgelse af kunders/markedets behov

.000 kr.

Udgifter til egen FoU og innovation i alt

.000 kr.

Udgifter til købt FoU udført af eksterne aktører i 2010

Vejledning

- Opgør poster så de samlede udgifter giver et retvisende billede.
- Skriv 0 ud for de enkelte poster, hvis virksomheden ikke har haft nogen udgifter.

15d. Udgifter til købt FoU

FoU købt af virksomheder i samme koncern ...	Ekskl. moms afrundet til hele 1.000 kr	
- i Danmark FoU udført af andre dele af koncernen i Danmark og anvendt internt i virksomheden	<input type="text"/>	.000 kr.
- i udlandet FoU udført af andre dele af koncernen i udlandet og anvendt internt i virksomheden	<input type="text"/>	.000 kr.
 FoU købt i Danmark fra ...		
- andre virksomheder	<input type="text"/>	.000 kr.
- konsulenter	<input type="text"/>	.000 kr.
- godkendte teknologiske serviceinstitutter (GTS) Se liste: www.teknologiportalen.dk	<input type="text"/>	.000 kr.
- universiteter og andre højere læreanstalter	<input type="text"/>	.000 kr.
- andre offentlige forskningsinstitutioner	<input type="text"/>	.000 kr.
- andre: <input style="width: 200px;" type="text"/>	<input type="text"/>	.000 kr.
 FoU købt i udlandet fra ...		
- andre virksomheder	<input type="text"/>	.000 kr.
- konsulenter	<input type="text"/>	.000 kr.
- offentlige forskningsinstitutioner, fx universiteter	<input type="text"/>	.000 kr.
 Udgifter til købt FoU i alt	<hr/> <input type="text"/>	<hr/> .000 kr. <hr/>

Frivillige spørgsmål om design, oplevelser og innovation

De sidste spørgsmål handler om design og oplevelser. Spørgsmålene har stor værdi for undersøgelsen, men besvarelsen er ikke lovpligtig.

Design og innovation

Design omfatter løsnings- og produktorienteret arbejde samt strategisk udvikling i forbindelse med ...

- formgivning, styling og finish af produkter, fx industri-, grafisk-, digital-, web-, indretnings-, mode- og tekstildesign
- udvikling af nye produkter, serviceydelser, koncepter, forretningsområder, organisationsformer eller brands, fx koncept-, service-, strategisk-, organisations- eller interaktionsdesign.

16. Hvilket udsagn passer bedst på virksomhedens arbejde med design?

Sæt kun ét kryds

- Virksomheden arbejder ikke systematisk med design
- Design anvendes som sidste finish når der udvikles noget nyt
- Design er et integreret - men ikke styrende - element i virksomhedens udviklingsarbejde
- Design er et centralt og styrende element i virksomhedens forretningsgrundlag
- Ikke relevant/Ved ikke

→ Hvis kryds i en af disse:
Gå til side 15

16a. Hvordan arbejder virksomheden konkret med design?

Ja

Nej

Sæt ét kryds i hver linje

- Design er brugt til at løse problemer i forbindelse med udvikling af nye koncepter, produkter eller serviceydelser
- Designere har indgået i tværfaglige teams omkring udvikling af nye koncepter, produkter eller serviceydelser
- Designere har medvirket helt fra opstart af udvikling af nye koncepter, produkter eller serviceydelser
- Virksomheden har en designpolitik, der sikrer synlig sammenhæng mellem produkter, serviceydelser, koncepter, brands, grafisk design og salgssteder
- Virksomheden har en designpolitik for udvikling af koncepter, produkter eller serviceydelser
- Designere har medvirket i definition af nye forretningsområder



Oplevelser og innovation

Oplevelser som kilde til forretningsudvikling

- Oplevelser kan tilføre produkter en særlig værdi gennem involvering og stimulering af brugeres sanser og følelser.
- Denne særlige værdi kan øge produktets markedsværdi ud over funktion og kvalitet.

17. Har virksomheden arbejdet med tilgange og metoder fra kreative erhverv som fx design, arkitektur, kunst, film, computerspil mv?
fx co-writing, storytelling, kreativ idéskabelse mv.

	Ja	Nej
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Har virksomheden anvendt oplevelser til forretningsudvikling?

	Ja	Nej	
- Oplevelser er anvendt som tillægsydelse til virksomhedens produkter fx kundeklubber, lukkede web-fora med kundetilbud, særlig service til kunder mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sæt ét kryds i hver linje
- Oplevelser er anvendt i HR, organisation og ledelse fx samarbejde med kreative personer, medarbejder-events, oplevelsesorienteret personalepleje mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Oplevelser er anvendt i markedsføring af virksomhedens produkter fx events ved produktlancering, brugerskabte reklamer, konkurrencer mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Virksomhedens produkter har et integreret oplevelseselement fx historiefortælling, design, brugerinvolvering mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Virksomhedens produkter giver i sig selv brugere en oplevelse fx film, arkitektur, reklame, kunst, design, turisme mv. ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	





Tak for hjælpen

Skemaet er udfyldt af:

Navn:

Telefonnummer:

E-mail:

Hvis du har bemærkninger til undersøgelsen, er du velkommen til at skrive dem her:

