



## FORSKNING OG UDVIKLING

### A. EGEN OG KØBT FORSKNING OG UDVIKLING I 2006

1. Har virksomheden udført egen forskning og udvikling (FoU) i Danmark i 2006?  Ja  Nej

**HVIS JA:**

**Udgifter:**

Angiv i 1.000 kr.  
(ekskl. moms)

1.1 Angiv udgifter til **egen** forskning og udvikling i 2006:  
(inkl. løn og sociale udgifter, andre driftsudgifter, bygninger, instrumenter og apparatur)  000,-

**Personale:**

Angiv den del af virksomhedens personale, som i mere end 5% af deres arbejdstid har været beskæftiget med forskning og udvikling eller administration heraf:

1.2 Antal personer beskæftiget med FoU pr 31.12.2006 (helt antal personer):

1.3 Antal årsværk i 2006 (max. 1 decimal)  
(ved årsværk forstås en heltidsansat persons fulde arbejdsindsats i et år)

2. Har virksomheden fået udført forsknings- og udviklingsarbejde af andre i 2006?  Ja  Nej  
(i koncernen; andre virksomheder; universiteter og forskningsinstitutioner)

**HVIS JA:** Angiv **udgifterne** til det **udførte** forsknings- og udviklingsarbejde Angiv i 1.000 kr. (ekskl. moms)

	Udgifter til FoU udført i Danmark		Udgifter til FoU udført i udlandet	
2.1 Udført af andre dele af koncernen eller udenlandske afdelinger inden for virksomhedens produktlinjer (Hvis ingen konkret afregning, skøn da en markedspris for ydelsen)	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	000,-	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	000,-
2.2 Udført af andre virksomheder, universiteter og/eller offentlige forskningsinstitutioner	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	000,-	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	000,-

## INNOVATION

### B. PRODUKTINNOVATION (Innovation af varer og tjenesteydelser)

En **produktinnovation** er en introduktion på markedet af en **ny** vare eller tjenesteydelse eller af en vare eller tjenesteydelse, hvis egenskaber er blevet **væsentligt forbedret**, f.eks. med forbedrede komponenter og subsystemer eller forbedret software og brugervenlighed. Innovationen skal være ny for virksomheden, men behøver ikke at være ny for branchen eller markedet. Det er uden betydning, om innovationen er udviklet af virksomheden selv eller af andre virksomheder.

1. Introducerede virksomheden i perioden 2004-2006 produktinnovationer i form af:

	Ja	Nej
1.1 Nye eller væsentligt forbedrede <u>varer?</u> (ekskl. rent videresalg af nye varer købt hos andre virksomheder og ændringer som kun er af æstetisk art)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 Nye eller væsentligt forbedrede <u>tjenesteydelser?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hvis nej til begge spørgsmål i B1 ⇒ gå til del C på næste side

2. Giv et skøn over fordelingen af virksomhedens omsætning i 2006 på følgende typer produkter:

(angiv i hele procent)

2.1	Nye eller væsentligt forbedrede varer og tjenesteydelser, der blev introduceret i perioden 2004-2006, og som var <b>nye på verdensplan eller på virksomhedens marked</b>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	%
2.2	Nye eller væsentligt forbedrede varer og tjenesteydelser, der blev introduceret i perioden 2004-2006, og <b>som kun var nye for virksomheden</b>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	%
2.3	<b>Uændrede eller kun marginalt ændrede</b> varer og tjenesteydelser i perioden 2004-2006 (inkl. videresalg af nye varer eller tjenesteydelser købt hos andre virksomheder)	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	%
<b>Samlet omsætning i 2006</b>					<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
					<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
					<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
					%

## C. PROCESINNOVATION

En **procesinnovation** er en implementering af en **ny** eller **væsentligt forbedret** produktionsproces eller distributionsmetode for varer eller tjenesteydelser, herunder hjælpefunktioner til virksomhedens processer.

Innovationen skal være ny for virksomheden, men behøver ikke at være ny for branchen eller markedet.

Det er uden betydning, om innovationen er udviklet af virksomheden selv eller af andre virksomheder. Rent organisatoriske innovationer medregnes ikke, se del F på side 4.

1.	Introducerede virksomheden i løbet af perioden 2004-2006 produktinnovationer i form af:	Ja	Nej
1.1	Nye eller væsentligt forbedrede metoder til produktion af varer eller tjenesteydelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Nye eller væsentligt forbedrede logistik-, leverings- eller distributionsmetoder til virksomhedens input, varer eller tjenesteydelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Nye eller væsentligt forbedrede hjælpefunktioner til virksomhedens processer (systemer eller rutiner i forbindelse med indkøb, vedligeholdelse, regnskabsføring eller edb)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## D. INNOVATIONSAKTIVITETER OG -UDGIFTER

1.	Hvilke af følgende innovationsaktiviteter udførte virksomheden i perioden 2004-2006? (udover evt. FoU-aktiviteter som allerede svaret i A.1 og A.2)	Ja	Nej
1.1	<b>Øvrige egne innovationsaktiviteter</b> Egne innovationsaktiviteter udover FoU, herunder aktiviteter og tekniske forberedelser til implementering af nye eller væsentligt forbedrede produkter og processer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	<b>Køb af maskiner, udstyr og software</b> Køb af avancerede maskiner, udstyr og computerhardware eller software til frembringelse af nye eller væsentligt forbedrede produkter og processer, som ikke er medregnet i FoU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	<b>Køb af eksterne rettigheder</b> Køb af patenter, brugsmodeller, registrerede varemærker og registrerede designs eller licenser til at udnytte sådanne registrerede rettigheder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	<b>Køb af anden ekstern viden</b> a. Køb af ikke-patenterede opfindelser, knowhow og anden viden eller licenser til at udnytte ikke-registreret viden fra andre virksomheder eller institutioner b. Køb af konsulentytelser til systematiske undersøgelser af kundernes og markedets behov	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

2.	Har virksomheden haft innovationsaktiviteter, rettet mod produkter eller processer	Ja	Nej
2.1	der stadig var igangværende ved udgangen af 2006?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	der blev opgivet i perioden 2004-2006?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Virksomheder uden forskning, andre innovationsaktiviteter og innovation af produkter eller processer

(nej til alle svarmuligheder i spørgsmål A, B.1, C.1 og D)

⇒ gå til del F på næste side.

3.	Giv et skøn over udgifterne til hver af følgende innovationsaktiviteter i 2006: (bemærk, at evt. FoU-udgifter er angivet i A1 og A2)	Angiv i 1.000 kr. (ekskl. moms)	Ingen udgift
3.1	<b>Øvrige egne innovationsudgifter</b> (jf. D.1.1) (løn inkl. feriepenge og ATP, samt andre driftsudgifter) (ekskl. udgifter medregnet til FoU)	<input type="text"/>	000,- <input type="checkbox"/>
3.2	<b>Køb af maskiner, udstyr og software</b> (jf. D.1.2) (ekskl. udgifter medregnet til FoU)	<input type="text"/>	000,- <input type="checkbox"/>
3.3	<b>Køb af eksterne rettigheder</b> (jf. D.1.3)	<input type="text"/>	000,- <input type="checkbox"/>
3.4	<b>Køb af anden ekstern viden</b> (jf. D.1.4.a+b)	<input type="text"/>	000,- <input type="checkbox"/>

## E. INSPIRATIONSKILDER OG SAMARBEJDE OM INNOVATION

### 1. Hvilke kilder bidrog til at få nye ideer til produktudvikling og/eller bidrog til gennemførelsen af produktudviklingsprojekter i perioden 2004-2006 – og hvilken betydning har de haft?

KILDER:	Betydning			
	Stor	Medium	Lille	Ingen/ ej anvendt
1.1 Tekniske afdelinger (forskning, produktion, ingeniører) i virksomheden/koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 Marketing- eller salgsafdelinger inden for virksomheden/koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 Universiteter og andre højere læreanstalter samt forskningsinstitutioner i <u>Danmark</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4 Universiteter og andre højere læreanstalter samt forskningsinstitutioner i <u>udlandet</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5 Konkurrenter og andre virksomheder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6 Kunder og klienter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7 Systematiske markedsanalyser ( fx fokusgrupper, trendanalyser, observation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Innovationssamarbejde** omfatter virksomhedens aktive deltagelse i *innovationsaktiviteter* (forskning og andet udviklingsarbejde) med andrevirksomheder, universiteter og offentlige institutioner. Samarbejdet behøver ikke at give umiddelbare kommercielle fordele for begge parter, men ren udlicitering af innovationsaktiviteter, som ikke indebærer aktivt samarbejde, skal ikke medregnes.

2. Har virksomheden <u>samarbejdet om innovationsaktiviteter</u> i perioden 2004-2006	Nej	Ja	
		I Danmark	I udlandet
2.1 Andre virksomheder, herunder inden for koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2 Universiteter samt offentlige og/eller private institutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## F. ORGANISATORISK INNOVATION OG MARKEDSFØRINGSINNOVATION

(Besvares af ALLE virksomheder)

1. Har virksomheden introduceret organisatoriske innovationer i form af:	Nej	Ja
1.1 Nye måder at <b>organisere forretningsgange</b> eller procedurer på (f.eks. <i>supply chain management, business re-engineering, lean production, kvalitetsstyring, uddannelses- og oplæringsystemer</i> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Introduceret 2004-06 <input type="checkbox"/> Introduceret før 2004
1.2 Nye <b>systemer til styring af viden</b> ( <i>knowledge management</i> ) for i højere grad at være i stand til at udveksle og bruge informationer i virksomheden eller informationer, der kommer udefra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Introduceret 2004-06 <input type="checkbox"/> Introduceret før 2004
1.3 Nye måder til <b>organisering af produktudviklingsarbejdet</b> , der i højere grad gør forståelsen af kunderne og markedet og deres behov til udgangspunkt for innovationsarbejdet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Introduceret 2004-06 <input type="checkbox"/> Introduceret før 2004
1.4 Nye metoder til <b>arbejdspladsens organisering</b> med hensyn til uddelegering af ansvar og beslutningstagning (f.eks. decentralisering af beslutningskompetence, job rotation, team work, integrering eller opsplitting af afdelinger)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Introduceret 2004-06 <input type="checkbox"/> Introduceret før 2004
1.5 Nye måder, hvorpå <b>eksterne relationer</b> til virksomheder og offentlige institutioner organiseres (f.eks. alliancer, partnerskaber, <i>outsourcing, sub-contracting</i> / underleverandører)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Introduceret 2004-06 <input type="checkbox"/> Introduceret før 2004

2. Introducerede virksomheden i perioden 2004-2006 markedsføringsinnovationer i form af		Ja	Nej
<b>Design</b>	2.1 Væsentlige ændringer i <b>designet</b> af en vare eller tjenesteydelse (Medregn ikke ændringer som kun ændrer produktets funktionalitet eller brugervenlighed. Rutinemæssige og sæsonmæssige ændringer medregnes heller ikke, som f.eks. modeskift)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.2 Væsentlige ændringer i produktets <b>indpakning</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Promovering</b>	2.3 Brug af nye medietyper eller teknikker til produkt <b>promovering</b> (f.eks. nyt mediamiks, nyt produktimage, ny metode til målretning af promoveringen til den enkelte kunde)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2.4 Nye <b>markedsføringsstrategier</b> rettet mod at nå nye kundegrupper eller markedssegmenter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Salgskanaler</b>	2.5 Nye salgskanaler og metoder til produkt <b>placering</b> (f.eks. direkte salg, salg via internet, franchising, distributionslicens, nyt koncept for produktpræsentation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Prissætning</b>	2.6 Nye <b>prissætningsmetoder</b> for varer eller tjenesteydelser (f.eks. rabatsystemer, bonussystemer, efterspørgselsbestemt prissættelse)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tak for Deres medvirken!