

Innovationsverksamhet i svenska företag

2008 - 2010

UF0315

Innehåll

0	Allmänna uppgifter	2
0.1	Ämnesområde	2
0.2	Statistikområde	2
0.3	SOS-klassificering	2
0.4	Statistikansvarig	2
0.5	Statistikproducent	2
0.6	Uppgiftsskyldighet	2
0.7	Sekretess och regler för behandling av personuppgifter	2
0.8	Gallringsföreskrifter	3
0.9	EU-reglering	3
0.10	Syfte och historik	3
0.11	Statistikanvändning	4
0.12	Uppläggning och genomförande	5
0.13	Internationell rapportering	5
0.14	Planerade förändringar i kommande undersökningar	6
1	Översikt	7
1.1	Observationsstorheter	7
1.2	Statistiska målstorheter	7
1.3	Utflöden: statistik och mikrodata	7
1.4	Dokumentation och metadata	7
2	Uppgiftsinsamling	8
2.1	Ram och ramförfarande	8
2.2	Urvalsförfarande	8
2.3	Mätinstrument	9
2.4	Insamlingsförfarande	22
2.5	Databeredning	22
3	Statistisk bearbetning och redovisning	24
3.1	Skattningar: antaganden och beräkningsformler	24
3.2	Redovisningsförfaranden	24
4	Slutliga observationsregister	25
4.1	Produktionsversioner	25
4.2	Arkiveringsversioner	25
4.3	Erfarenheter från senaste undersökningsomgången	25

0 Allmänna uppgifter

0.1 Ämnesområde

Ämnesområde: Utbildning och forskning

0.2 Statistikområde

Statistikområde: Forskning

0.3 SOS-klassificering

Tillhör (SOS) JA



För undersökningar som ingår i Sveriges officiella statistik gäller särskilda regler när det gäller kvalitet och tillgänglighet, se Förordningen om den officiella statistiken (2001:100).

0.4 Statistikansvarig

Myndighet/organisation: SCB

Postadress: Box 24 300, 104 51 STOCKHOLM

Besöksadress: Karlavägen 100, STOCKHOLM

Kontaktperson: Sandra Dovärn

Telefon: 08-506 940 09

Telefax: -

E-post: fornam.efternamn@scb.se

0.5 Statistikproducent

Myndighet/organisation: SCB

Postadress: Box 24 300, 104 51 STOCKHOLM

Besöksadress: Karlavägen 100, STOCKHOLM

Kontaktperson: Sandra Dovärn

Telefon: 08-506 940 09

Telefax: -

E-post: fornam.efternamn@scb.se

0.6 Uppgiftsskyldighet

Uppgiftsskyldighet föreligger enligt lagen om den officiella statistiken (SFS 2001: 99) och SCB:s föreskrifter (SCB-FS 2011:7).

0.7 Sekretess och regler för behandling av personuppgifter

I myndigheternas särskilda verksamhet för framställning av statistik gäller sekretess enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). Vid automatiserad behandling av personuppgifter gäller

reglerna i personuppgiftslagen (1998:204). På statistikområdet finns dessutom särskilda regler för personuppgiftsbehandling i lagen (2001:99) och förordningen (2001:100) om den officiella statistiken.

0.8 Gallringsföreskrifter

Gallring regleras enligt beslut från Riksarkivet. Inga gallringsbeslut finns i dagsläget

0.9 EU-reglering

Undersökningen är gemensam för EU-länderna som tillsammans med EU:s statistikmyndighet Eurostat utformat frågor och definitioner. Reglerad enligt kommissionens förordning (EG) nr 1450/2004 av den 13 augusti 2004 om genomförande av Europaparlamentets och rådets beslut nr 1608/2003/EG med avseende på produktion och utveckling av gemenskapsstatistik om innovation.

0.10 Syfte och historik

Sverige har under en lång rad av år tillhört de länder i världen som avsätter mest resurser till forskning och utveckling i förhållande till BNP. Sedan länge har OECD-länderna haft en god överblick av just hur stora satsningar som görs på FoU. Däremot har kunskapen varit begränsad om vad dessa och övriga utvecklingsinsatser mynnar ut i när det gäller produkter och produktionsprocesser.

Idag anses det allmänt att det finns en koppling mellan ett lands ekonomiska tillväxt och dess innovationskraft. Behovet av ökad förståelse för vilka faktorer som framförallt påverkar företagets innovationsverksamhet ledde under 1980-talet fram till viktiga genombrott i både de teorier och det empiriska arbete som de flesta OECD-länder huvudsakligen baserar sin innovationspolitik på.

I början av 1990-talet fastställde OECD principerna för ett internationellt samordnat arbete. Dessa principer användes sedan av EU och dess statistikorgan Eurostat i den första gemensamma innovationsundersökningen, Community Innovation Survey (CIS) av den teknologiska innovationsverksamheten i industrin för åren 1990 till 1992. Sverige som då inte var medlem i EU, deltog inte i denna första undersökningsgång. I Eurostats regi har sedan ytterligare fem innovationsundersökningar genomförts, CIS2, CIS3 och CIS4, CIS2006, CIS2008 med Sveriges deltagande.

Under 1999 och början på 2000 genomförde SCB en nationell innovationsundersökning för perioden 1996-1998 på uppdrag från Verket för näringslivsutveckling (NUTEK). Denna undersökning använde inte termen "Teknologisk innovation", bl.a. för att anpassa undersökningen till tjänsteföretagens syn på sin innovationsverksamhet, som användes under de båda innovationsundersökningarna inom EU.

Innovationer och innovationsaktiviteter är betydelsefulla faktorer för tillväxt. För att kunna understödja tillväxten är det för beslutsfattare på olika nivåer angeläget att identifiera dessa faktorer. Under 2011 påbörjades den sjätte omgången av den EU-gemensamma innovationsundersökningen CIS2010.

0.11 Statistikanvändning

Eurostat är beställare och använder undersökningen för jämförelse av innovationsaktivitet bland de olika medlemsländerna i EU. VINNOVA, olika departement, forskare m.fl. Övriga användare: Rapporten har ett allmäninformativt intresse.

Följande fem kategorier kan man dela upp användare i:

1. *Institutioner:*

*EU-nivå. Kommissionen, Rådet, Europaparlamentet, ECB, andra europeiska organ etc.

*Nationell nivå. Departement, myndigheter etc.

*Internationella organisationer. OECD, FN, IMF (Internationella valutafonden) ILO (Internationella arbetsorganisationen)

2. *Sociala aktörer:*

Arbetsgivarorganisation, fackföreningar, lobbygrupper bland annat på europeisk, nationell eller regional nivå

3. *Media:*

Internationella, nationella eller regionala medier - specialiserad eller för allmänheten - är intresserade av både siffror och analyser. Medierna är de viktigaste kanalerna för statistik till allmänheten.

4. *Forskare och studenter*

5. *Företag:*

De kan användas för företagets egna marknadsanalys, eller t.ex. deras marknadsföringsstrategi.

De största användarna är Innovationsstatistik på EU-nivå är Generaldirektoratet för näringsliv där de använder innovationsdata för att skapa European innovation scoreboard. Även Eurostat är en stor användare av innovationsstatistik då de publicerar och tillgängliggör innovation statistiken för EU samt skapar EU-aggregat av statistiken.

OECD använder även Innovationsstatistiken i deras analysarbete gällande företag och deras innovationsverksamhet samt för att kunna göra jämförelser mellan länder. På nationell nivå är statistikanvändare departement som använder statistiken som beslutsunderlag och för att skapa innovationsstrategier på både nationell och regional nivå.

Innovationsdata används av nationella ministerier även för analysarbete av Sveriges innovationskraft och för att jämföra sig med andra länder.

En annan stor grupp av användare är forskare, forskningsinstitut och studenter, de kan använda sig av både mikrodata samt aggregerad data i deras forskningsprojekt.

0.12 Uppläggning och genomförande

Innovationsstatistiken genomförs vartannat år. Till grund för undersökningen ligger ett gemensamt frågeformulär som utarbetats av EU:s statistikorgan Eurostat i samarbete med medlemsländerna. Detta för att kunna göra goda jämförelser av innovationsverksamheten mellan Europas länder.

Ett antal variabler i enkäten är reglerade och är således inte föremål för diskussion inför en ny enkätomgång. Målet med att för varje undersökningsomgång ta fram en ny enkät gemensamt är bl.a. att kunna fånga upp områden som är av stort intresse för medlemsländerna och EU-kommissionen. Av denna anledning införs i enkäten varje omgång ett antal frivilliga variabler. På grund av dess frivillighet undersöks de inte i varje medlemsland. En arbetsgrupp sköter det praktiska arbetet med att ta fram underlag till nya variabler som sedan diskuteras med samtliga medlemsländer i Eurostats regi. När Eurostat fastställer den nya enkäten framgår tydligt vilka variabler som är frivilliga. I processen undersöker SCB behovet bland svenska användare av de frivilliga variabler som Eurostat tar fram.

Enkäten, som riktar sig till alla företag med de avgränsningar som finns beskrivna nedan samt i avsnitt 2.1, är ställd till företagets verkställande direktör. Samråd har skett med Näringslivets nämnd för regelgranskning, NNR, med avseende på undersökningens utformning och innehåll.

Undersökningen består av två delar; en totalundersökningsdel (företag med 250 anställda eller fler) och en urvalsdel (företag med 10-249 anställda). I urvalet ingår 5 422 företag. Undersökningen genomförs som en webbenkät, möjlighet finns även för företagen att besvara enkäten via en pappersenkät. Två skriftliga påminnelser skickas. Enkäterna telefonkompletteras i den mån det behövs. För företag som inte kommit in med ifylld blankett (objektbortfall) har bortfallskorrigerings skett genom så kallad rak uppräknings. För partiellt bortfall har återkontakter skett med företagen för att få in så mycket svar som möjligt. Vissa logiska korrigerings har genomförts av datamaterialet med Eurostats metodik för imputering av partiellt bortfall.

0.13 Internationell rapportering

Rapportering sker till Eurostat

0.14 Planerade förändringar i kommande undersökningar

Detta år ingår en modul i enkäten med frågor om Kreativitet och kompetens. Denna modul kommer till nästa undersökning bytas ut till något annat aktuellt ämne. Den förordning som reglerar Innovationsstatistiken kommer inför nästa undersökning att göras om. Detta kommer troligtvis medföra vissa förändringar i enkäten och i vilka branscher som ska undersökas. Denna nya reglering är planerad att bli klar under år 2012.

1 Översikt

1.1 Observationsstorheter

Undersökningsenheten är företagsenheten. Företagsenheter är i de flesta fall detsamma som en juridisk enhet, men i vissa fall bedöms flera juridiska enheter ha en sådan integrerad verksamhet att de av SCB bedöms vara en företagsenhet.

1.2 Statistiska målstorheter

Undersökningen belyser hur innovativa företag i Sverige är. Den mäter bland annat hur många företag som anser sig vara innovativa, vilka typer av innovationer som de introducerat, deras innovationsutgifter, syftet med dessa innovationer, samarbetspartner. Detta år fanns det även med frågor om hur företagen bedriver arbete med kreativitet och kompetens bland sina anställda. För en mer utförlig redovisning av variabelerna i enkäten se avsnitt 2.3. Redovisning av resultaten av undersökningen avseende 2008-2010 görs efter näringsgrensindelningen SNI2007 och storleksklass på företaget. Det mått som redovisas är beroende på variabel, resultaten redovisas efter andelar och antal företag med olika egenskaper, totala utgifter för innovationsverksamhet gällande produkt/processinnovationer

1.3 Utflöden: statistik och mikrodata

Undersökningsresultaten presenterades på www.scb.se/uf0315 i Sveriges Statistiska Databaser, en rapport av senaste data publiceras även och finns på hemsidan. Vissa efterfrågade tabeller och diagram har även lagts upp på hemsidan. Data levereras även till Eurostat, så på Eurostats hemsida går det också att hitta resultat. Vi levererar även mikrodata för forskningsändamål, både till Eurostats "Safe Centre" samt till SCB:s MONA lager.

1.4 Dokumentation och metadata

Se SCB:s hemsida www.scb.se/uf0315 under beskrivning av statistiken och dokumentationer.

2 Uppgiftsinsamling

2.1 Ram och ramförfarande

Urvalsramen sätts med utgångspunkt från informationen i SCB:s företagsregister vid tillfället för urvalsdragningen. Urvalsdragningen skedde i november 2010. Den utgörs av aktiva företagsenheter inom aktuella brancher och företagsstorlekar.

Urvalsramen delas in i delgrupper (strata) efter bransch och storleksklass. I strata bestående av företagsenheter med 249 anställda eller fler har samtliga tagits med i urvalet.

Statistiken omfattar företag inom SNI2007:

05-33, 35-39, 46, 49-53, 58, 61-66, 71, 72

I undersökningen ingår företag med minst 10 anställda som vid urvalstillfället under referensåret har klassificerats som aktiva i SCB:s företagsregister (FDB). Samtliga företag med minst 249 anställda liksom samtliga Industriforskningsinstitut ingår i urvalet. Av övriga företag ingår ett urval.

Urvalsram: Företagsdatabasen, FDB.

Totalt (N): 16 743 företag

Urval (n): 5 422 företag.

2.2 Urvalsförfarande

Urvalet som använts i denna undersökning utgör ett sannolikhetsurval, det vill säga urvalssannolikheter är kända. Ett sådant urvalsförfarande orsakar en slumpmässig, men beräkningsbar, osäkerhet hos resultaten eller skattningarna. Skattningarnas osäkerhet anges med felmarginaler. Skattningen plus/minus felmarginalen bildar ett 95-procentigt konfidensintervall kring skattningen. Detta innebär att med 95 procents säkerhet täcker det angivna intervallet det sanna värdet för populationen (givet att inga andra fel förekommer).

Urvalsramen sätts med utgångspunkt från informationen i SCB:s företagsregister vid tillfället för urvalsdragningen, urvalsdragningen skedde i november 2010. Den utgörs av aktiva företagsenheter inom aktuella brancher och företagsstorlekar.

Urvalsramen delas in i delgrupper (strata) efter bransch och storleksklass. I strata bestående av företagsenheter med 249 anställda eller fler har samtliga tagits med i urvalet.

Inom strata med 10-249 anställda har ett stratifierat, slumpmässigt urval med optimal allokering dragits. I strata med 7 företag eller färre har samtliga företag inkluderats. I strata med fler än 7 företag har åtminstone 7 företag kommit med i urvalet. För att få så jämförbara resultat över tiden som möjligt har urvalet samordnats med förra årets urval. Urvalet kom att bestå av 5 422 företagsenheter.

*Korsstratifiering för Storleksgrupp1-2:
branschgrupp/storleksgrupp/NUTS2*

*Korsstratifiering för övriga Storleksgrupper :
branschgrupp/storleksgrupp*

Storleksstratifiering

<i>Variabel</i>	anställda
<i>Storleksgrupp</i>	Stk11 = 10-49
	Stk12 = 50-249
	Stk13 = 250-499
	Stk14 = 500-

Branschstratifiering

Stratifiering efter bransch gjordes efter Standard för svensk näringsgrensindelning 2007, SNI 2007 på tvåsiffernivå.

2.3 Mätinstrument

För att mäta företagets innovationsverksamhet har ett frågeformulär använts som mätinstrument, enkäten har funnits i elektroniskt format, möjlighet fanns även för företagen att få enkäten i pappersformat. Mätningen är naturligtvis mycket beroende av frågeformulärets utformning och de ställda frågorna samt dess definitioner.

Mätfel inträffar bland annat när uppgiftslämnaren missförstår frågor och då lämnar felaktiga uppgifter.

Lämnade svar och återkontakter med företagen indikerar att mätfelen främst gäller de kvantitativa variablerna innovationsutgifter samt andelen av omsättningen som kom från nya produkter. Här tycks uppskattningarna vara grova och ibland är frågorna missuppfattade.

För enskilda kvalitativa variabler kan det vara svårt för uppgiftslämnarna att förstå vad frågan avser. Detta främst på grund av att definitionerna kan vara svåra att förstå.

Här lämnade uppgifter är sekretesskyddade enligt 24 kap. 8 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400)
 Uppgiftsskyddighet föreligger enligt lagen (2001:99) om den officiella statistiken.
 Samråd har skett med Näringslivets Regelnämnd (NNR).

INNOVATIONSVERKSAMHET 2008–2010

DFO/IF
 Innovationsverksamhet

Skicka in efterfrågade uppgifter

Logga in på www.scb.se/innovationsstatistik eller skicka in blanketten i bifogat svarskuvert.

Användarid:
 Lösenord:

- Uppgifterna som lämnas ska endast avse den företagsenhet vars namn och organisationsnummer angivits i adressfältet ovan.
- Samtliga belopp i blanketten ska anges i tusental kronor.

A Allmän information om företaget

1 Ingick företaget i en koncern under år 2010? Var är huvudkontoret beläget?

Ja → Sverige Utomlands

Nej

Om företaget ingår i en koncern ska uppgifterna som ni lämnar i kommande frågor endast avse ert företag och inte hela koncernen. Inkludera inte andra delar av koncernen.

2.1 På vilken/vilka geografiska marknader sålde ert företag sina varor/tjänster under åren 2008–2010?

Markera ett kryss per rad.

	Ja	Nej
a) Lokalt/regionalt i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Nationellt (andra regioner i Sverige)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Andra länder inom EU, EFTA eller EU:s kandidatländer. ¹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Övriga länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2 Vilket av dessa geografiska områden utgjorde den största marknaden mätt i omsättning 2008–2010?

Ange bokstav (a–d)

¹ Följande länder räknas in: Belgien, Bulgarien, Cypern, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Grekland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Makedonien, Malta, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Schweiz, Slovakien, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Turkiet, Tyskland, Ungern och Österrike.

	Postadress	Telefon	E-post
	Box 24300	Gruppnummer	
IT	104 51 STOCKHOLM	08-506 941 90	innovationsstatistik@scb.se

B Produktinnovationer (varor/tjänster) åren 2008–2010
+

För att räknas som en produktinnovation ska en **vara eller tjänst vara ny eller väsentligt förbättrad och ha introducerats på marknaden**. Varan eller tjänsten ska vara ny eller väsentligt förbättrad med avseende på dess kapacitet, användarvänlighet, ingående komponenter eller delsystem.

- Produktinnovationer (nya eller väsentligt förbättrade) måste vara nya för ert företag men behöver inte vara nya för företagets marknad.
- Produktinnovationer kan ursprungligen ha utvecklats av ert företag eller av andra företag.

En **vara** är vanligen ett materiellt föremål, t.ex. en smart telefon, möbel eller paketerad programvara, men nedladdningsbar mjukvara, musik och film utgör också varor. En **tjänst** är vanligen immateriell, som t.ex. handel, försäkring, utbildning, flygresor, konsultverksamhet etc.

3 Introducerade ert företag under åren 2008–2010...

a) ... nya eller väsentligt förbättrade varor? Ja
Räkna inte in återförsäljning av varor som köpts in från andra företag och förändringar av endast estetisk natur. Nej →

b) ... nya eller väsentligt förbättrade tjänster? Ja
 Nej →

Om Nej, på både 3a och 3b, gå till avsnitt C.

4 Vem utvecklade dessa produktinnovationer (varor/tjänster)?

Markera samtliga alternativ som passar.

	Varu- innovationer	Tjänste- innovationer
a) Ert företag på egen hand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Ert företag tillsammans med andra företag/institutioner ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Ert företag genom att anpassa eller modifiera varor eller tjänster som ursprungligen utvecklats av andra företag/institutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Andra företag/institutioner ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

² Inkludera oberoende företag och andra delar av er koncern (dotterbolag, syskonbolag, huvudkontor etc.). Till institutioner räknas universitet, forskningsinstitut, ideella organisationer etc.

5 Var någon av ert företags produktinnovationer under åren 2008–2010...

a) ... ny för företagets marknad? Ja
Ert företag introducerade en ny eller väsentligt förbättrad vara eller tjänst på en eller flera av företagets marknader före konkurrenterna – varan/tjänsten kan ha varit tillgänglig på andra marknader. Nej

b) ... endast ny för ert företag? Ja
Ert företag introducerade en ny eller väsentligt förbättrad vara eller tjänst som redan var tillgänglig på företagets marknad via någon av konkurrenterna. Nej

+
2
+

+

6 Ungefär hur stor andel av företagets omsättning år 2010 kom från varor/tjänster som var...

a) ... nya för företagets marknad? %
Nya eller väsentligt förbättrade varor/tjänster introducerade på marknaden före era konkurrenter under åren 2008–2010. Varan/tjänsten kan ha varit tillgänglig på andra marknader.

b) ... endast nya för ert företag? %
Nya eller väsentligt förbättrade varor/tjänster introducerade under åren 2008–2010 som endast var nya för ert företag men ej på företagets marknad.

c) ... oförändrade eller marginellt förändrade? %
Varor/tjänster som var oförändrade eller endast marginellt förändrade under åren 2008–2010. Räkna med återförsäljning av varor/tjänster inköpta från andra företag.

Total omsättning år 2010 %

7 Var någon av ert företags produktinnovationer (varor eller tjänster) under åren 2008–2010...

Markera ett kryss per rad.

	Ja	Nej	Vet inte
a) ... först i Sverige?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ... först i Europa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ... först i världen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C Processinnovationer åren 2008–2010

En processinnovation är en **ny eller väsentligt förbättrad produktionsprocess, distributionsmetod eller stödverksamhet** som införts för företagets varor eller tjänster.

- Processinnovationer måste vara nya för företaget men behöver inte vara nya för företagets marknad.
- Innovationen kan ursprungligen ha utvecklats av ert företag eller av andra företag.
- Enbart förändringar i organisationen räknas **inte** som en processinnovation. Dessa behandlas i avsnitt I.

8 Introducerade ert företag under åren 2008–2010...

a) ... nya eller väsentligt förbättrade produktionsmetoder? Ja
Nya eller väsentligt förbättrade metoder för tillverkning eller produktion av varor eller tjänster. Nej

b) ... nya eller väsentligt förbättrade leveransmetoder? Ja
Nya eller väsentligt förbättrade logistik-, leverans- eller distributionsmetoder för företagets varor, tjänster eller insatsvaror. Nej

c) ... ny eller väsentligt förbättrad stödverksamhet för företagets processer? Ja
Tex. nya eller väsentligt förbättrade underhållssystem eller hantering av inköp, redovisning eller datorteknik. Nej

Om Nej, på var och en av fråga 8a, 8b och 8c, gå till avsnitt D.

3

+

9 Vem utvecklade dessa processinnovationer?

Markera samtliga alternativ som passar.

Ert företag på egen hand

Ert företag tillsammans med andra företag/institutioner **3**

Ert företag genom att anpassa eller modifiera varor eller tjänster som ursprungligen utvecklats av andra företag/institutioner

Andra företag/institutioner **3**

3 Inkludera oberoende företag och andra delar av er koncern (dotterbolag, syskonbolag, huvudkontor etc.). Till institutioner räknas universitet, forskningsinstitut, ideella organisationer etc.


+

D Pågående eller avbruten innovationsverksamhet avseende produkt- och processinnovationer åren 2008–2010

I innovationsverksamhet ingår förvärv av maskiner, utrustning, programvara och licenser, konstruktions- och utvecklingsarbete, design, fortbildning, marknadsföring samt forskning och utveckling (FoU) när denna verksamhet utförs **särskilt för att utveckla och/eller tillämpa en produkt- eller processinnovation**. Räkna också in grundforskning som en innovationsverksamhet även om det inte syftar till en produkt- och/eller processinnovation.

10 Hade ert företag under åren 2008–2010 någon innovationsverksamhet som inte resulterade i en produkt eller processinnovation på grund av att verksamheten...

	Ja	Nej
a) ... sköts upp eller avbröts innan de slutfördes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ... fortfarande pågick vid utgången av år 2010?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Om Nej på samtliga av frågorna 3, 8 och 10, gå till avsnitt H. 

+

4

+

E Innovationsverksamhet avseende produkt- eller processinnovationer +	
åren 2008–2010	
<p>11 Bedrev ert företag under åren 2008–2010 någon av följande typer av innovationsverksamhet...</p>	
<p>a) ... egen forskning och utveckling (FoU)?</p> <p><i>Verksamhet inom företaget för att öka kunskapen i syfte att utveckla nya och bättre produkter eller processer. Räkna med egen utveckling av programvara som uppfyller dessa krav.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja, kontinuerligt (<i>företaget har fast anställd FoU-personal</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> Ja, emellanåt (<i>endast vid behov</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>b) ... utlagd forskning och utveckling (FoU)?</p> <p><i>Samma verksamhet som för egen FoU men utförd av andra företag (inkl. företag eller dotterbolag inom koncernen) eller av offentliga eller privata forskningsorganisationer. Verksamheten ska vara inköpt av ert företag.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>c) ... inköp av maskiner, utrustning och programvara?</p> <p><i>Inköp av avancerade maskiner, utrustning och hårdvara eller programvara för att producera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>d) ... inköp av annan extern kunskap?</p> <p><i>Inköp eller licensiering av patent eller icke-patenterade uppfinningar, know-how eller andra typer av kunskap från andra företag eller organisationer i syfte att utveckla nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>e) ... utbildning för innovationsverksamhet?</p> <p><i>Intern eller extern utbildning för företagets personal, särskilt genomförd för utvecklingen eller introduktionen av nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>f) ... marknadsintroduktion av innovationer?</p> <p><i>Verksamhet inför marknadsintroduktionen av ert företags nya eller väsentligt förbättrade produkter eller tjänster, inkl. marknadsundersökningar och reklamkampanjer.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>g) ... design?</p> <p><i>Verksamhet för att designa, förbättra eller ändra formen eller utseendet hos nya eller väsentligt förbättrade varor eller tjänster.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<p>h) ... övrigt?</p> <p><i>Annan verksamhet för att implementera nya eller väsentligt förbättrade produkter eller processer, t.ex. genomförbarhetsstudier, testning, rutinmässig utveckling av programvara, anskaffning av utrustning, industri-teknisk tillämpning etc.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nej</p>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> + 5 + </div>	

E1 Utgifter avseende produkt- eller processinnovationer år 2010		+			
<p>12 Uppskatta företagets utgifter under år 2010 för var och en av följande fyra innovationsverksamheter.</p> <p><i>Räkna in personalkostnader och andra relaterade kostnader. Skriv 0 om företaget inte hade några sådana utgifter under år 2010.</i></p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>Exempel: 2 000 000 (två miljoner) skrivs 2000. 700 000 (sjuhundra tusen) skrivs 700.</p> </div>				
<p>a) Egen forskning och utveckling (FoU). <i>Räkna in investeringar i anläggningar och utrustning särskilt avsedda för FoU-arbete. (Se definition fråga 11a.)</i></p>	<p style="text-align: right;">Skriv belopp i tusental kronor</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">tkr</td> </tr> </table>		tkr		
	tkr				
<p>b) Utlagd forskning och utveckling (FoU). <i>(Se definition fråga 11b.)</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">tkr</td> </tr> </table>		tkr		
	tkr				
<p>c) Förvärv av maskiner, utrustning och programvara <i>Investeringar för utrustning för FoU redovisas under 12a</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">tkr</td> </tr> </table>		tkr		
	tkr				
<p>d) Förvärv av annan extern kunskap</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">tkr</td> </tr> </table>		tkr		
	tkr				
<p>e) Totalsumma för dessa utgifter (a–d)</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">tkr</td> </tr> </table>		tkr		
	tkr				
<p>13 Hur har företaget finansierat sin innovationsverksamhet 2010? <i>(Frivillig uppgift.)</i></p> <p><i>Fördela de totala innovationskostnader som ni angav i fråga 12e ovan, på olika finansieringskällor. Ange för respektive finansieringskälla dess bidrag i procent.</i></p> <p><i>Om finansiering till innovationsverksamheten i viss omfattning har en källa utanför Sverige, markeras detta med ett kryss.</i></p>					
<p>a) Finansiering med företagets interna medel</p> <p><i>Vinst/överskott från verksamheten. Finansiering från egen koncern. Kundfinansiering, om kund är företag inom egen koncern.</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	<p style="text-align: right; font-size: small;">Finansiering i viss mån från källa utanför Sverige</p>
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>b) Lånefinansiering hos bank</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>c) Finansiering från kund som ej ingår i egen koncern</p> <p><i>Tex. kundfinansierad produktutveckling</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>d) Offentliga bidrag och lån, EU-medel</p> <p><i>Tex. ALMI, Tillväxtverket, Vinnova.</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>e) Offentligt riskkapital (inklusive villkorslån)</p> <p><i>Tex. industrifonden, Innovationsbron, ALMI Invest, Norrlandsfonden.</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>f) Finansiering från privat riskkapitalbolag</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>g) Annan privat extern ägarkapitalfinansiering</p> <p><i>Finansiering från en eller flera privatpersoner/ "affärsänglar" inklusive villkorslån, dock ej entreprenören/grundaren själv eller dess familjemedlemmar.</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>h) Nyttillskott av eget kapital från entreprenören/grundaren</p> <p><i>Tex. finansiering via nyemission till befintliga ägare.</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>i) Finansiering från annan källa</p> <p><i>Inkludera även finansiering som skett via nyemission av aktier på offentlig börs.</i></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> <td style="width: 20px; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		%	<input type="checkbox"/>	
	%	<input type="checkbox"/>			
<p>Totala innovationsutgifter 2010</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px; text-align: center;">1 0 0 0</td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">%</td> </tr> </table>	1 0 0 0	%		
1 0 0 0	%				
+	6	+			

F Innovationssamarbete avseende produkt- eller processinnovationer åren 2008–2010 +

Innovationssamarbete innebär aktivt deltagande tillsammans med andra företag eller icke-kommersiella institutioner i innovationsverksamhet. Båda parterna behöver inte dra kommersiell nytta av verksamheten. Räkna **inte** in innovationsverksamhet som bara läggs ut på andra företag och inte innebär aktivt samarbete.

14 Hade ert företag innovationssamarbete med andra företag eller institutioner under åren 2008–2010? Ja Nej → **Gå till avsnitt G**

15 Vilken lokalisering hade företagets samarbetspartner under åren 2008–2010?
Flera alternativ får markeras.

Markera efter typ av samarbetspartner	Sverige	Övriga Europa	USA	Kina eller Indien	Övriga länder	Inte aktuell
a) Andra företag inom koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Leverantörer av utrustning, material, komponenter/programvara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Kunder eller klienter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Konkurrenter eller andra företag inom er bransch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Konsulter, privata laboratorier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Privata FoU-institut (t.ex. industriforskningsinstitut)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Universitet eller högskolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Offentliga forskningsinstitut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16 Vilken typ av samarbetspartner var under åren 2008–2010 mest värdefull för företagets innovationsverksamhet? Ange bokstav (a–h)

i Följande länder räknas in: Belgien, Bulgarien, Cypern, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Grekland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Makedonien, Malta, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Schweiz, Slovakien, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Turkiet, Tyskland, Ungern och Österrike.

+ 7 +

G Syfte med produkt- eller processinnovationer åren 2008–2010					
<p>17 Vilken betydelse har följande syften för företagets verksamhet för att utveckla produktinnovationer (varor eller tjänster) eller processinnovationer under åren 2008–2010?</p> <p><i>Om ert företag introducerade flera produkt- eller processinnovationer, gör en övergripande bedömning. Markera ett kryss per rad.</i></p>					
		Grad av betydelse			
		Stor	Medel	Liten	Inte aktuell
a)	Utökad produktsortiment (varor/tjänster)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b)	Ersättning av föråldrade produkter eller processer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c)	Inträde på nya marknader eller ökade marknadsandelar ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d)	Förbättrad kvalitet på varor/tjänster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e)	Förbättrad flexibilitet för varuproduktion eller tillhandahållande av tjänster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f)	Ökad kapacitet för varuproduktion eller tillhandahållande av tjänster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g)	Minskad arbetskraftskostnad per producerad/levererad enhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h)	Minskad material- och energikostnad per producerad/levererad enhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i)	Minskad miljöpåverkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j)	Förbättrad hälsa eller säkerhet för företagets anställda ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px;">H Hinder som försvårar verksamhet avseende produkt- eller processinnovationer åren 2008–2010</p>					
<p>18 Hur betydelsefulla var följande faktorer som hinder för ert företags innovationsverksamhet under 2008–2010?</p> <p><i>Markera ett kryss per rad.</i></p>					
		Grad av betydelse			
		Stor	Medel	Liten	Inte aktuell
Kostnadsfaktorer					
a)	Brist på medel inom företaget eller koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b)	Brist på finansiering från källor utanför företaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c)	Innovationskostnader för höga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunskapsfaktorer					
d)	Brist på kvalificerad personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e)	Brist på information om teknologi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f)	Brist på information om marknader	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g)	Svårigheter att hitta samarbetspartners för innovationsverksamhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marknadsfaktorer					
h)	Marknaden domineras av etablerade företag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i)	Osäker efterfrågan på innovativa varor eller tjänster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orsaker till att inte bedriva innovationsverksamhet					
j)	Inget behov p.g.a. tidigare innovationer från företaget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k)	Inget behov p.g.a. att efterfrågan saknas för innovationer ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
+	8				+

I Organisatoriska innovationer åren 2008–2010
+

För att räknas som en organisatorisk innovation ska det röra sig om en ny metod att organisera företagets affärsverksamhet (inkl. kunskapshandling), ny organisation av arbetsplatsen eller externa relationer som inte tidigare använts av företaget.

- Den organisatoriska innovationen måste vara resultatet av strategiska beslut av företagsledningen.
- Räkna **inte** in sammanslagningar eller förvärv även om det är första gången.

19 Introducerade ert företag under åren 2008–2010...

a) ... nya affärsmetoder för att organisera förfaranden? Ja
T.ex. försörjningskedjan, omstrukturering av företaget, kunskapshandling, "lean production", system för kvalitetssäkring. Nej →

b) ... nya metoder för att organisera ansvar och beslutsfattande? Ja
T.ex. användandet för första gången av ett nytt system för anställdas ansvar, lagarbete, decentralisering, integration eller särskiljande av avdelningar, utbildnings- eller fortbildnings-system. Nej →

c) ... nya metoder för att organisera externa relationer med andra företag eller offentliga institutioner? Ja
T.ex. användande för första gången av allianser, partnerskap, outsourcing eller underleverantörer. Nej →

Om Nej, på var och en av fråga 19a, 19b och 19c, gå till avsnitt J.

20 Vilken betydelse har följande syften för de organisatoriska innovationer som introducerades av ert företag under åren 2008–2010?

Om ert företag introducerade flera organisatoriska innovationer, gör en övergripande bedömning.

Markera ett kryss per rad.

	Grad av betydelse			Inte aktuell
	Stor	Medel	Liten	
a) Minskad tid för att svara på kunders eller leverantörers behov ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Förbättrad förmåga att utveckla nya produkter eller processer ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Förbättrad kvalitet på varor/tjänster ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Minskad kostnad per producerad/levererad enhet ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Förbättrad kommunikation eller informationsutbyte internt inom företaget eller med andra företag eller institutioner ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

+
9
+

J Innovationer inom marknadsföring åren 2008–2010
+

Med innovationer inom marknadsföring avses **införandet av ett nytt marknadsföringskoncept eller en ny marknadsföringsstrategi**. Denna ska skilja sig avsevärt från företagets tidigare metoder för marknadsföring och inte använts tidigare.

- En innovation inom marknadsföring kräver betydande förändringar i produkters utformning eller paketering, produktplacering, marknadsföring eller prissättning av produkter.
- Räkna **inte** in säsongsbetonade, normala eller andra rutinmässiga förändringar i marknadsföringsmetoder.

21 Introducerade ert företag under åren 2008–2010...

a) ... **väsentliga förändringar i den estetiska utformningen eller paketeringen av en vara eller en tjänst?** Ja
Räkna inte in förändringar i produktens funktionella kännetecken eller användarprofil – dessa utgör produktinnovationer. Nej →

b) ... **nya media eller metoder för marknadsföring av produkter?** Ja
T.ex. användning för första gången av ett nytt reklammedium, en ny utformning av varumärkesimage, införandet av lojalitetskort. Nej →

c) ... **nya metoder för produktplacering eller försäljningskanaler?** Ja
T.ex. användning för första gången av franchising eller distributionslicenser, direktförsäljning, ensamrätt att bedriva detaljhandel, nya koncept för produktpresentation. Nej →

d) ... **nya metoder för prissättning av varor eller tjänster?** Ja
T.ex. användning för första gången av rörlig prissättning beroende på efterfrågan, rabattsystem. Nej →

Om Nej, på var och en av fråga 21a, 21b, 21c och 21d, gå till avsnitt K.

22 Vilken betydelse hade följande syften för de innovationer inom marknadsföring som introducerades av ert företag under åren 2008–2010?

Om ert företag introducerade flera innovationer inom marknadsföring, gör en övergripande bedömning.

Markera ett kryss per rad.

	Grad av betydelse			Inte aktuell
	Stor	Medel	Liten	
a) Öka eller behålla marknadsandelar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Introducera produkter till nya kundgrupper	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Introducera produkter på nya geografiska marknader	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

+
10
+

K Kreativitet och kompetens				
<p>23 Använde ert företag under åren 2008–2010, egen personal och/eller införskaffades kompetens externt inom... (Frivillig uppgift.)</p> <p><i>Om företaget använde både egen personal och införskaffade kompetens externt, markera båda svarsalternativen.</i></p>				
	Egen personal	Införskaffad externt 4	Inte använt kompetens/ inte aktuell	
a) ... grafisk konst/layout/reklam?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b) ... design av föremål eller tjänster?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c) ... multimedia (kombination av ljud, grafik, text, stillbilder, animering, video etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d) ... webbdesign?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e) ... utveckling av programvara?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
f) ... marknadsundersökning?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
g) ... ingenjörsvetenskap/tillämpad vetenskap?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
h) ... matematik/statistik/databashantering?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p>4 Räkna in frilansare, konsulter, andra oberoende företag, andra delar av koncernen etc.</p>				
<p>24 Använde ert företag under åren 2008–2010, någon av följande metoder för att stimulera nya idéer eller kreativitet hos företagets anställda, och hur framgångsrik var den i så fall ? (Frivillig uppgift.)</p>				
	Nej, inte använt metoden	Ja, och den var framgångsrik	Ja, och den var inte framgångsrik	Ja, men vet inte om den var framgångsrik
a) Brainstorming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Sektorövergripande eller tvåfunktionella team	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Rotation av personal till olika avdelningar eller andra delar av er koncern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Ekonomiska incitament för anställda att utveckla nya idéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Icke-ekonomiska incitament för anställda att utveckla nya idéer, t.ex. fritid, offentligt erkännande, mer intressant arbete etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Utbilda personal i hur man kan utveckla nya idéer eller kreativitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> + 11 + </div>				

+
+

Kommentarer

25 Hur lång tid behövde ni för att ta fram uppgifterna och besvara blanketten?
(Frivillig uppgift.)

minuter

Företagets kontaktperson

Namn (TEXTA)	Telefon (även riktnr)
E-post	Mobil

Tack för din medverkan!

+
12
+

2.4 Insamlingsförfarande

För att mäta företagens innovationsverksamhet har ett frågeformulär använts som mätinstrument, enkäten har funnits i elektroniskt format, möjlighet fanns även för företagen att få enkäten i pappersformat.

Ett missiv skickades ut till samtliga företag som innehöll inloggningsuppgifter. Två påminnelser skickades därefter ut för de företag som inte inkommit med svar. I den sista påminnelsen skickades det även med en pappersenkät som företagen kunde fylla i och skicka in med post till SCB.

Omsättningsuppgifter samt uppgifter om företagens antal anställda erhöles från SCB:s undersökning Företagens ekonomi, FEK. De uppgifter som vi får från FEK:en är endast preliminära då vi på grund av tidsbrist inte kan vänta in de slutliga uppgifterna från FEK. För de finansiella företagen, som ej ingår i FEK, får vi uppgifterna som deras omsättning och antal anställda från en annan undersökning på SCB. Dessa kommer från enheten på SCB som arbetar med betalningsbalans och finansmarknadsstatistik.

Lämnade svar och återkontakter med företagen indikerar att mätfelelen främst gäller de kvantitativa variablerna innovationsutgifter samt andelen av omsättningen som kom från nya produkter. Här tycks uppskattningarna vara grova och ibland är frågorna missuppfattade.

Vid insamling av data har logiska kontroller skapats för att identifiera företag som svarat inkonsekvent mellan olika frågor. Vid inkonsekventa svar återkontaktas företaget via telefon eller mejl för att reda ut de frågetecken som uppstått. För de företag som även medverkade i den senaste innovationsundersökning så jämförs deras föregående värden med de nya värdena som inkommit. För de ekonomiska variablerna är ett vanligt fel att företagen inte förstår att de ska ange ekonomiska siffror i tusentals kronor istället för heltal. Andra felaktigheter i de ekonomiska uppgifterna som kan förekomma är att en respondent svarar för fel enhet, till exempel att de svarar för hela koncernen istället för just den specifika juridiska enhet som enkäten var adresserad till.

För att minska det partiella bortfallet återkontaktades vissa företag för att på så sätt samla in de svar som saknades. Vissa imputeringar gjordes med Eurostats imputeringsprogram för denna undersökning. Detta är ett imputeringsprogram som Eurostat rekommenderar medlemsländer att använda för att minska partiellt bortfall i innovationsundersökningen. Detta görs för att statistiken ska bli så jämförbar som möjligt mellan länderna.

2.5 Databeredning

För produktionen utnyttjas generella system utvecklade inom SCB och inför varje ny produktionsomgång görs nödvändiga anpassningar för Innovationsundersökningen. Systemet omfattar momenten dataregistrering och granskning. Mikrogranskning gjordes med hjälp av ett specialutformat

granskningsprogram. De eventuella felaktigheter som upptäcktes, rättades till, i vissa fall efter kontakt med uppgiftslämnarna. Efter att mikrogranskningen var klar genomfördes en makrogranskning, då på de uppräknade uppgifterna granskades. Uppgifterna granskades då med hjälp av olika summeringskontroller och jämförelser med tidigare lämnade uppgifter.

3 Statistisk bearbetning och redovisning

3.1 Skattningar: antaganden och beräkningsformler

De presenterade skattningarna är bortfallsjusterade Horvitz-Thompson-skattningar av populationstotaler, t ;

$$\hat{t} = \sum_{h=1}^H \frac{N_h}{n_h} \sum_{r_h} y_k$$

där

\hat{t} = skattad populationstotal

N_h = antal företag i stratum h , $h= 1, 2, \dots, H$

n_h = antal företag i urvalet i stratum h

y_k = variabelvärde för företag k

r_h = svarande företag i stratum h

Redovisning av osäkerhetsmått

Nivåskattningarna som baseras på urval innehåller alltid en urvalsbedingad osäkerhet, det så kallade urvalsfelet. Urvalsfelen är de enda av de här redovisade feltyperna vars storlek går att beräkna teoretiskt. Med urvalsfel avses den osäkerhet i skattningarna som beror på att ett urval av företag undersöks. Ett sätt att få en uppfattning om tillförlitligheten i en skattning är att beräkna ett så kallat konfidensintervall omkring skattningen. Detta finns presenterat för skattningarna.

3.2 Redovisningsförfaranden

Alla resultat för denna undersökning finns redovisade på SCB:s webbsida: www.scb.se/uf0315

4 Slutliga observationsregister

4.1 Produktionsversioner

I det här dokumentet (SCBDOK) har framtagningen av nedanstående slutliga observationsregister beskrivits.

Register	Innovationsverksamhet
Registervariant	Innovationsverksamhet i Sverige
Registerversion	2008 - 2010

Fortsatt dokumentation, av registrens detaljerade innehåll, finns på SCB:s webbplats. Där beskrivs alla variabler och värdemängder m.m.

Dokumentationen hittar du här: <https://www.h2.scb.se/metadata> . Klicka dig fram med hjälp av namnen på Register, Registervariant och Registerversion som är angivna i ovanstående tabell.

4.2 Arkiveringsversioner

4.3 Erfarenheter från senaste undersökningsomgången