

PRECIZĂRI METODOLOGICE

1. Sursa datelor o reprezintă „Cercetarea statistică privind inovarea în întreprinderile din mediul de afaceri”-INOV (2016-2018), chestionar disponibil la adresa <http://www.insse.ro/cms/>, prin care se culeg date privind inovația în întreprinderile din mediul de afaceri, în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. 995/2012 al Comisiei din 26 octombrie 2012, de stabilire a normelor de punere în aplicare a Deciziei 1608/2003/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 iulie 2003, privind producția și dezvoltarea statisticilor comunitare în domeniul științei și al tehnologiei.

Cercetarea statistică privind inovarea are la bază chestionarul comunitar “Community Innovation Survey” (CIS) 2016-2018 utilizat în toate statele membre ale Uniunii Europene și se colectează o dată la 2 ani. La nivel european, datele din CIS sunt principala sursă de informație pentru studierea comportamentului întreprinderilor privind inovația.

Rezultatele cercetării statistice respectă principiile directe propuse de OECD/Eurostat și cuprinse în - Ghidul pentru culegerea și interpretarea datelor privind inovarea tehnologică - Manualul OSLO, ediția 2018.

IMPORTANT! Având în vedere necesitatea alinierii la cerințele noului manual Oslo și modificările metodologice în calculul indicatorilor privind activitatea inovatoare, comparațiile cu “valurile” anterioare de anchetă nu mai sunt posibile la unii indicatori, ceea ce va determina o rupere în serie a datelor.

2. Cercetarea statistică este de tip selectiv.

Populația totală a întreprinderilor cuprinse în sfera anchetei a fost de 28776, din care numărul unităților observate în cercetarea statistică **INOV 2016-2018** a fost de 8911 întreprinderi.

Sfera de cuprindere a anchetei a fost reprezentată de întreprinderi **cu mai mult de 9 salariați** din întreaga industrie și o parte a serviciilor (comerț cu ridicata, transport și depozitare, informații și comunicații, intermediari financiare și asigurări, activități de arhitectură și inginerie; activități de testări și analiză tehnică, cercetare-dezvoltare și publicitate și activități de studiere a pieței), având ca structură următoarele clase de mărime, în funcție de numărul de salariați din întreprindere: 10-49, 50-249, 250 și peste. Întreprinderile cu 100 salariați și peste sunt cercetate exhaustiv.

Baza de selecție rezultată asigură o reprezentativitate după cifra de afaceri de 85,0% din mulțimea totală a unităților active.

Tipul de sondaj utilizat și procedeul de extragere a eșantionului este cel al sondajului stratificat cu selecție aleatoare simplă fără revenire în cadrul fiecărui strat, în care variabilele de stratificare sunt reprezentate de: activitatea economică, clasa de mărime a întreprinderii în funcție de numărul de salariați și regiunea de dezvoltare.

Eroarea maxim admisă a estimațiilor este de $\pm 3\%$.

Colectarea datelor de la întreprinderi a avut loc în perioada 18.06.2019-16.08.2019.

Rata de răspuns neponderată a fost de **91,0%**.

3. Concepte și definiții

O inovație este un produs sau proces nou sau îmbunătățit (sau o combinație a acestora) care diferă semnificativ de produsele sau procesele anterioare ale unității și care a fost pusă la dispoziția potențialilor utilizatori sub formă de produs sau utilizată de către unitate sub formă de proces.

Ancheta de inovare are la bază chestionarul comunitar CIS 2016-2018 și metodologia Manualului Oslo 2018. Comparativ cu anchetele anterioare în care chestionarul comunitar se adresa diferențiat în funcție de tipologia inovatorilor, noul chestionar al anchetei CIS 2018 se adresează tuturor tipurilor de întreprinderi, atât inovatoare cât și non-inovatoare.

Față de valurile precedente și noul Manual Oslo aduce o modificare metodologică majoră în definirea tipurilor de inovare. Dacă până acum existau patru tipuri de inovare și anume: de produs, de proces, organizaționale, de marketing, noul manual reduce numărul acestora numai la două, respectiv: inovarea de produs și inovarea de proces de afaceri.

Noul concept privind inovarea proceselor de afaceri cuprinde inovarea de proces, inovarea organizațională și cea de marketing, din vechea metodologie.

Întreprinderi inovatoare sunt întreprinderile care au lansat produse (bunuri sau servicii) sau procese de afaceri noi sau semnificativ îmbunătățite pe piață. Termenul acoperă ambele tipuri de inovări, inovarea de produs și inovarea de procese de afaceri, precum și întreprinderi cu inovații nefinalizate sau abandonate și se referă la întreprinderile active.

Întreprinderile non-inovatoare sunt acele întreprinderi care nu au avut nicio activitate inovatoare în perioada analizată.

Activitățile de cercetare-dezvoltare cuprind activități creative și sistematic întreprinse în vederea creșterii stocului de cunoștințe – inclusiv a cunoștințelor noi legate de omenire, cultură și societate și care dezvoltă noi aplicații ale cunoștințelor disponibile.

Inovarea de produs înseamnă introducerea pe piață a unui **bun** sau **serviciu, nou** sau îmbunătățit, care diferă semnificativ de bunurile sau serviciile anterioare ale firmei și care a fost introdus pe piață.

În inovarea de produs se includ :

- modificări semnificative în proiectarea unui bun sau serviciu;
- bunuri sau servicii digitale (acestea sunt denumite produse care captează cunoștințe. Aceste produse pot avea caracteristicile fie pentru un bun, fie pentru un serviciu și se referă la furnizarea, stocarea, păstrarea, comunicarea și diseminarea informațiilor digitale la care utilizatorii pot avea acces în mod repetat).

Se exclude: - simpla revânzare a mărfurilor noi și modificări de natură exclusiv estetică.

O inovare a procesului de afaceri este un proces de afaceri nou sau îmbunătățit pentru una sau mai multe funcții de afaceri, care diferă semnificativ de procesele de afaceri anterioare ale firmei și care a fost implementat în cadrul firmei.