

**COMUNICAT DE PRESĂ**  
Nr. 43 din 14 februarie 2014

**INOVAȚIA ÎN INDUSTRIE ȘI SERVICII**  
în perioada 2010- 2012

- rezultate provizorii-

Pentru interpretarea corectă a rezultatelor vă rugăm să consultați precizările metodologice de la pagina 3 din comunicatul de presă

***Inovația în întreprinderile din România a înregistrat un declin în perioada 2010-2012, comparativ cu perioada 2008-2010, conform rezultatelor provizorii ale cercetării statistice privind inovația în industrie și servicii.***

***Ponderea întreprinderilor fără nicio inovație a crescut cu 10,1 puncte procentuale.***

***Doar 4 din 10 întreprinderi mari și 2 din 10 întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri) au implementat un produs, un proces, o metodă de organizare sau o metodă de marketing noi sau îmbunătățite semnificativ.***

***Mai puțină inovație în sectorul serviciilor.***

Rezultatele provizorii ale cercetării statistice privind inovația arată că, în perioada 2010-2012, în rândul întreprinderilor din mediul de afaceri ponderea întreprinderilor care au introdus sau au implementat produse, procese, metode de organizare sau metode de marketing, noi sau îmbunătățite semnificativ a fost de 20,7%, în scădere cu 10,1 puncte procentuale față de perioada 2008-2010. Din rândul acestora, 14,4% au fost întreprinderi care au aplicat numai metode noi de organizare sau de marketing în timp ce, 1,9% au fost întreprinderi care au introdus sau implementat numai produse și/sau procese noi sau îmbunătățite semnificativ. O pondere de 4,4% din întreprinderi au introdus atât produse și/sau procese noi cât și metode de organizare și/sau de marketing noi sau îmbunătățite semnificativ.

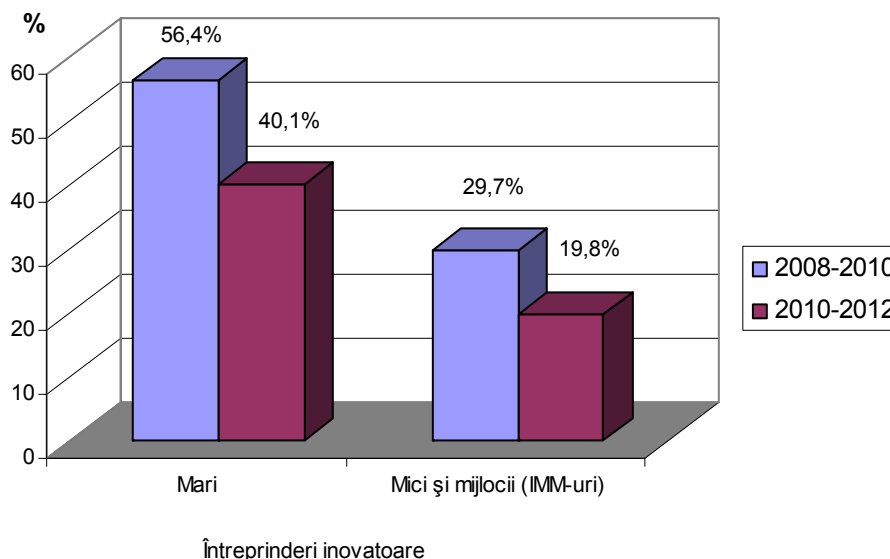
	Ponderea față de numărul total de întreprinderi ( % )	
	2008-2010	2010-2012
<b>Total întreprinderi</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Întreprinderi inovatoare</b>	<b>30,8</b>	<b>20,7</b>
Întreprinderi inovatoare numai de produse/procese	4,3	1,9
Întreprinderi inovatoare numai de metode de organizare/metode de marketing	16,5	14,4
Întreprinderi inovatoare de produse/procese și de metode de organizare/metode de marketing	10,0	4,4
<b>Întreprinderi non-inovatoare</b>	<b>69,2</b>	<b>79,3</b>

În perioada 2010-2012, față de perioada anterioară analizată, 2008-2010, ponderea inovatorilor a scăzut la toate cele trei categorii de inovatori. Astfel, dacă în perioada 2008-2010 ponderea întreprinderilor cu produse și/sau procese inovatoare a fost de 4,3%, în perioada 2010-2012 s-a înregistrat o scădere cu 2,4 puncte procentuale. De asemenea, ponderea întreprinderilor care au implementat metode de organizare și/sau de marketing noi sau semnificativ îmbunătățite a scăzut cu 2,1% puncte procentuale. Ponderea acelor inovatori care au introdus atât produse și/sau procese cât și metode de organizare și/sau de marketing a înregistrat o scădere cu 5,6 puncte procentuale.

### **Întreprinderile mari de două ori mai inovatoare decât întreprinderile mici și mijlocii**

În perioada 2010-2012, întreprinderile mari cu peste 250 salariați și peste, au fost mai inovatoare decât întreprinderile mici și mijlocii cu 10-249 salariați. Din numărul întreprinderilor mari, 40,1% au fost inovatoare, în timp ce din rândul întreprinderilor mici și mijlocii numai 19,8% au fost inovatoare. Față de perioada anterioară 2008-2010, ponderea întreprinderilor inovatoare mari a înregistrat o scădere cu 16,3 puncte procentuale, de la 56,4% în 2008-2010 la 40,1% în 2010-2012. Aceeași tendință de scădere s-a manifestat și în rândul întreprinderilor mici și mijlocii, când în perioada 2008-2010 de la o pondere de 29,7% IMM-uri inovatoare s-a ajuns la o pondere de numai 19,8%, înregistrându-se o scădere cu 9,9 puncte procentuale.

**Ponderea întreprinderilor inovatoare, după clasa de mărime a salariaților (perioada 2008-2010 comparativ cu perioada 2010-2012)**



### **Mai puțină inovație în sectorul serviciilor**

În perioada 2010-2012, față de perioada anterioară 2008-2010, în ambele sectoare economice (industrie și servicii) s-a înregistrat o scădere a potențialului inovator al întreprinderilor. În sectorul industriei, s-a înregistrat o scădere cu 7,7 puncte procentuale, de la 30,1% în perioada 2008-2010 la 22,4% în perioada 2010-2012. În sectorul serviciilor, scăderea este aproape dublă, cu 12,9 puncte procentuale, de la 31,7% în perioada 2008-2010 la 18,8% în perioada 2010-2012.

### **Slabă cooperare în întreprinderile inovatoare românești**

Întreprinderile românești nu cooperează îndeajuns. Astfel, numai 7,4 % din numărul întreprinderilor inovatoare au cooperat în vederea realizării de produse sau procese noi sau îmbunătățite semnificativ. Cooperarea este mai activă în rândul întreprinderilor inovatoare din sectorul industriei, unde s-a înregistrat o pondere de 9,1%, spre deosebire de sectorul serviciilor unde ponderea întreprinderilor care au cooperat în perioada 2010-2012 a fost de numai 5,1%.

## PRECIZĂRI METODOLOGICE

**1. Sursa datelor** o reprezintă „**Cercetarea statistică integrată privind activitatea de cercetare-dezvoltare și inovare a întreprinderilor din mediul de afaceri**” – CDI-BES, chestionar disponibil la adresa <http://www.insse.ro/cms/>, prin care se culeg date privind resursele umane și cheltuielile de cercetare-dezvoltare cât și date referitoare la inovația în întreprinderi, 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. Chestionarul este structurat în patru părți. Partea I și Partea III din chestionar se referă la inovația în întreprinderi și se bazează pe chestionarul european “Community Innovation Survey” (CIS) 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 OCDE/Eurostat și cuprinse în - Ghidul pentru culegerea și interpretarea datelor privind inovarea tehnologică - Manualul OSLO, ediția 2005.

**2. Cercetarea statistică este de tip selectiv.** 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.

Cercetarea statistică se adresează tuturor întreprinderilor, indiferent de clasa de mărime și/sau de activitatea economică. Întreprinderile cu 100 salariați și peste sunt cercetate exhaustiv. Clasele de mărime după numărul de salariați sunt: 0-9 (micro), 10-49 (mici), 50-249 (mijlocii), 250 și peste (mari).

Numărul unităților observate în cercetarea statistică **CDI BES 2012** a fost de 16190 întreprinderi. Din totalul acestora s-a selectat un număr de **9119 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) **care au reprezentat sfera de cuprindere a întreprinderilor pentru statisticile inovației**, structurată în următoarele clase de mărime ale întreprinderilor, după numărul de salariați: 10-49 (mici), 50-249 (mijlocii), 250 și peste (mari). Baza de selecție a eșantionului asigură o reprezentativitate calculată după cifra de afaceri de 95% din mulțimea totală a unităților active. Eroarea maxim admisă a estimațiilor este de  $\pm 3\%$ . **Rata de răspuns neponderată** a fost de 84,7% pentru întreg chestionarul CDI-BES și de **84,1% pentru sfera de cuprindere a statisticilor inovației**.

### 3. Concepte și definiții

**Inovația** reprezintă introducerea în întreprindere a unui **produs, proces nou sau semnificativ îmbunătățit**, a unei **metode noi de organizare sau de marketing**.

Inovația trebuie să aibă caracteristici sau intenții de utilizare noi sau care furnizează o îmbunătățire semnificativă față de ceea ce a fost înainte folosit sau vândut de către întreprindere. Cu toate acestea, o inovație poate eșua sau poate lua timp pentru a putea fi dovedită.

O inovație are nevoie să fie nouă sau îmbunătățită semnificativ numai pentru întreprindere. Ea poate fi dezvoltată inițial sau utilizată de alte întreprinderi.

**Întreprinderi inovatoare** sunt întreprinderile active care au lansat produse (bunuri sau servicii) noi sau semnificativ îmbunătățite pe piață sau au introdus procese noi sau semnificativ îmbunătățite sau noi metode de organizare sau de marketing.

**Termenul se referă la toate tipurile de inovatori: de produs, de proces, de metode de organizare sau de metode de marketing, inclusiv de inovații nefinalizate sau abandonate.**

**Întreprinderile non-inovatoare** sunt întreprinderile care nu au avut activitate inovatoare în perioada analizată. Aceste întreprinderi au răspuns la un set limitat de întrebări din ancheta statistică, cu privire la absența activității inovatoare.

**Cooperarea în domeniul inovației**, înseamnă participare activă la proiecte comune de cercetare-dezvoltare și la alte proiecte referitoare la inovație, realizate cu alte întreprinderi sau instituții. Din această cooperare nu este neapărat necesar ca ambii parteneri să aibă beneficii comerciale imediate comune. Contractarea de lucrări, fără o colaborare activă, nu înseamnă cooperare.

*Informații suplimentare și definitive se pot obține din următorul comunicat de presă din data de 28 iulie 2014 și din publicația “Inovația în întreprinderile din mediul de afaceri pentru perioada 2010-2012” cu termen de apariție 31.07.2014.*