|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Република СрбијаРепублички завод за статистику | ISSN 0353-9555 |
| **САОПШТЕЊЕ** | **ИА01** |
| број 285 - год. LXIII, 28.11.2013. |  |
| **Статистика науке, технологије и иновација** | СРБ285 ИА01 281113 |

Индикатори иновативних активности у Републици Србији,

2010−2012.

Подаци приказани у овом саопштењу резултат су истраживања о иновативним активностима у пословним субјектима у периоду 2010–2012, спроведеног на узорку од 3500 пословних субјеката. Према том истраживању, иновативни пословни субјекти дефинисани су као пословни субјекти који су у посматраном периоду увели иновацију производа или процеса, иновацију у организацији или маркетиншку иновацију. Истраживање је показало да је учешће пословних субјеката са бар једном од наведених врста иновација око 45%. Величина пословног субјекта је кључни фактор за његове иновативне активности. Иновативно је преко 66% великих пословних субјеката, нешто више од половине средњих пословних субјеката и више од 40% малих пословних субјеката. Иновативне активности су више заступљене код производних пословних субјеката, где је иновације увела готово половина њих, док је преко 40% услужних пословних субјеката увело иновације.

**1. Пословни субјекти према иновативности, делатности и величини, у периоду 2010–2012.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | Укупно | Иноватори | Пословни субјекти који нису иновирали | Учешће иноватора (%) |
|  |  |  |  |  |
| **Укупно** | **11841** | **5280** | **6561** | **44,6** |
| Мали пословни субјекти | 9057 | 3691 | 5366 | 40,8 |
| Средњи пословни субјекти | 2264 | 1245 | 1019 | 55,0 |
| Велики пословни субјекти | 520 | 344 | 176 | 66,2 |
| Производни пословни субјекти | 4122 | 2007 | 2195 | 48,7 |
| Услужни пословни субјекти | 7719 | 3273 | 4366 | 42,4 |

Готово је исто учешће пословних субјеката иноватора производа и процеса, док је учешће иноватора у организацији и маркетингу веће за трећину. Ове две групе иновација се, углавном, јављају истовремено у пословним субјектима. Иновативни пословни субјекти који истовремено имају иновације производа и процеса и иновације у организацији и маркетингу чешћи су код производних пословних субјеката него код услужних. Скоро половина великих пословних субјеката истовремено је увела иновације производа и процеса и иновације у организацији или маркетингу, док учешће средњих и малих пословних субјеката опада са величином.

**2. Заступљеност врста иновација према територији и величини пословног субјекта (%)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Територија | Величина | Пословни субјекти – иноватори | Неиноватори |
| иновације производа/услуге | иновације производног процеса | напуштене иновације / још увек у току | иновације у организацији | иновације у маркетингу |
|   |   |  |  |  |  |  |  |
| **РЕПУБЛИКА СРБИЈА** | **Укупно** | **21,0** | **19,1** | **7,9** | **31,4** | **29,7** | **55,4** |
|  | **Мали** | **17,6** | **15,8** | **5,3** | **28,0** | **27,3** | **59,2** |
|  | **Средњи** | **29,6** | **27,5** | **14,6** | **41,0** | **36,3** | **45,0** |
|  | **Велики** | **43,3** | **38,8** | **23,1** | **50,2** | **43,3** | **33,8** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| СРБИЈА − СЕВЕР | Укупно | 20,3 | 19,3 | 7,7 | 32,4 | 30,6 | 54,4 |
|   | Мали | 17,3 | 16,2 | 5,1 | 29,0 | 28,5 | 58,2 |
|   | Средњи | 27,2 | 27,1 | 14,5 | 42,5 | 35,6 | 44,1 |
|   | Велики | 45,7 | 41,5 | 25,3 | 50,9 | 46,6 | 31,0 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Београдски регион | Укупно | 21,5 | 20,9 | 7,95 | 35,3 | 32,6 | 51,4 |
|   | Мали | 18,6 | 17,6 | 5,22 | 31,9 | 31,0 | 54,5 |
|   | Средњи | 28,9 | 29,8 | 14,8 | 45,2 | 36,1 | 43,9 |
|   | Велики | 40,7 | 40,7 | 26,9 | 53,2 | 46,3 | 29,2 |

**2. Заступљеност врста иновација према територији и величини пословног субјекта (%)** (наставак)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Територија | Величина | Пословни субјекти – иноватори | Неиноватори |
| иновације производа/услуге | иновације производног процеса | напуштене иновације или још увек у току | иновације у организацији | иновације у маркетингу |
|   |   |  |  |  |  |  |  |
| Регион Војводине | Укупно | 18,7 | 17,0 | 7,38 | 28,5 | 27,8 | 58,6 |
|   | Мали | 15,3 | 14,2 | 4,95 | 25,0 | 25,1 | 63,3 |
|   | Средњи | 24,9 | 23,5 | 14,1 | 38,9 | 34,8 | 44,4 |
|   | Велики | 52,6 | 42,3 | 22,6 | 46,7 | 46,7 | 33,6 |
| СРБИЈА − ЈУГ | Укупно | 22,2 | 18,7 | 8,14 | 29,6 | 28,1 | 57,2 |
|   | Мали | 18,2 | 15,2 | 5,69 | 26,0 | 25,0 | 61,3 |
|   | Средњи | 33,4 | 28,2 | 14,7 | 38,6 | 37,4 | 46,3 |
|   | Велики | 38,1 | 33,3 | 18,5 | 48,2 | 36,3 | 39,9 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Регион Шумадије и Западне Србије  | Укупно | 23,4 | 18,7 | 7,93 | 30,6 | 27,9 | 55,3 |
|   | Мали | 19,3 | 15,6 | 5,26 | 27,6 | 25,0 | 58,9 |
|   | Средњи | 35,3 | 27,7 | 16,0 | 38,1 | 36,6 | 45,7 |
|   | Велики | 38,0 | 31,5 | 15,7 | 48,1 | 38,0 | 38,9 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Регион Јужне и Источне Србије | Укупно | 20,3 | 18,7 | 8,49 | 28,1 | 28,4 | 60,4 |
|   | Мали | 16,3 | 14,7 | 6,43 | 23,5 | 25,0 | 65,3 |
|   | Средњи | 30,3 | 28,9 | 12,7 | 39,7 | 38,5 | 47,3 |
|   | Велики | 38,3 | 36,7 | 23,3 | 50,0 | 33,3 | 41,7 |

3. Пословни субјекти према врсти иновативности и секторима делатности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Иноватори | Неино-ватори% |
| укупно | иноватори производа и процеса | иноватори у организацији и маркетингу | иноватори производа и процеса и иноватори у организацији и маркетингу |
| број | % | број | % | број | % | број | % |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Укупно** | **5280** | **44,6** | **3250** | **27,4** | **4705** | **39,7** | **2676** | **22,6** | **55,4** |
| A: | Пољопривреда, шумарство и рибарство | 154 | 30,3 | 88 | 17,3 | 145 | 28,5 | 79 | 15,5 | 69,7 |
| B: | Рударство | 20 | 37,0 | 12 | 22,2 | 15 | 27,8 | 8 | 14,8 | 63,0 |
| C: | Прерађивачка индустрија | 1797 | 50,5 | 1279 | 35,9 | 1589 | 44,6 | 1071 | 30,1 | 49,5 |
| D: | Снабдевање електричном енергијом, гасом и паром | 36 | 46,2 | 28 | 35,9 | 29 | 37,2 | 21 | 26,9 | 53,8 |
| Е: | Снабдевање водом и управљање отпадним водама  | 100 | 32,5 | 63 | 20,5 | 78 | 25,3 | 42 | 13,6 | 67,5 |
| F: | Грађевинарство | 449 | 40,6 | 240 | 21,7 | 409 | 36,9 | 201 | 18,2 | 59,4 |
| G: | Трговина на велико и мало и поправка моторних возила  | 1344 | 42,0 | 649 | 20,3 | 1219 | 38,1 | 523 | 16,3 | 58,0 |
| H: | Саобраћај и складиштење | 236 | 34,4 | 172 | 25,1 | 180 | 26,2 | 115 | 16,8 | 65,5 |
| I: | Услуге смештаја и исхране | 169 | 42,6 | 86 | 21,7 | 149 | 37,5 | 66 | 16,6 | 57,7 |
| Ј: | Информисање и комуникације | 267 | 53,7 | 177 | 35,6 | 231 | 46,5 | 140 | 28,2 | 46,3 |
| К: | Финансијске делатности и осигурање | 88 | 72,1 | 63 | 51,6 | 78 | 63,9 | 53 | 43,4 | 27,9 |
| L: | Пословање некретнинама | 11 | 24,4 | 5 | 11,1 | 11 | 24,4 | 5 | 11,1 | 73,3 |
| М: | Стручне, научне, иновационе и техничке делатности | 480 | 50,6 | 312 | 32,9 | 450 | 47,5 | 282 | 29,7 | 49,4 |
| N: | Административне и помоћне услужне делатности | 122 | 37,7 | 71 | 21,9 | 115 | 35,5 | 65 | 20,1 | 62,3 |
| Q: | Здравствена и социјална заштита | 2 | 100 | 0 | 0,0 | 2 | 100,0 | 0 | 0,0 | 0,0 |
| R: | Уметност, забава и рекреација | 5 | 100 | 5 | 100 | 5 | 100 | 5 | 100 | 0,0 |

4. Удео у укупном приходу од иновација производа/услуга

У структури прихода пословних субјеката иноватора доминира учешће прихода од продаје непромењених или занемарљиво мало промењених производа, 37%, учешће од продаје производа/услуга који су нови за пословни субјекат и учешће од продаје производа/услуга који су нови на тржишту је око 13%.

![](data:application/x-msmetafile;base64...)

Финансијску помоћ од државних инстанци (финансијску подршку у виду пореских олакшица, грантова, субвенционисаних зајмова или зајмовних гаранција) добило је 11% пословних субјеката – иноватора.

![](data:application/x-msmetafile;base64...)

5. Тржиште продаје производа или услуга у периоду 2010–2012.

Најбројнији су пословни субјекти који продају производе/услуге на локалном – регионалном тржишту, затим они који продају на националном тржишту. Учешће иноватора, у односу на неиноваторе на тржишту земаља ЕУ, ЕФТА, готово је дупло веће, а на тржиштима осталих земаља и до три пута је веће.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тржиште | Иноватори | Неиноватори |
| иноватори производа и процеса | иноватори у организацији и маркетингу |
|  |  |  |  |
| Локално, регионално тржиште | 49,1 | 54,2 | 66,9 |
| Национално тржиште | 40,7 | 37,8 | 28,4 |
| Земље ЕУ, ЕФТА | 7,1 | 5,8 | 3,6 |
| Друге државе | 3,1 | 2,3 | 1,1 |

**6.** **Партнери са којима су пословни субјекти имали уговорену сарадњу на иновацијама**

Пословни субјекти који имају уговорену сарадњу на иновацијама са другим субјектима и институцијама као најчешћег партнера на иновацијама навели су друге пословне субјекте унутар групе – око 70%.

**7. Издаци за иновативне активности**

Издаци за иновативне активности укључују издатке за развој нових производа, издатке за увођење новог производа на тржиште, издатке усмерене на значајно усавршавање постојећих производа, услуга или процеса, као и издатке за још недовршене иновационе пројекте. Издаци за иновативне активности обухватају текуће издатке (плате, опрема, материјал, услуге и сл.), као и инвестиционе издатке.

У укупним издацима за иновативне активности пословних субјеката највеће је учешће за набавку машина, опреме и софтвера, око 80%.

![](data:application/x-msmetafile;base64...)

8. Набавке и иновације у јавном сектору

Уговоре са јавним сектором имало је 27% пословних субјеката, већина њих је имала уговоре са јавним сектором у земљи (88%), а 12% са јавним сектором у иностранству. Истовремено, уговор са јавним сектором у земљи и иностранству имало је око 3% пословних субјеката. Око 7% пословних субјеката увело је иновације које су биле уговорна обавеза.

**9. Значај циљева пословних субјеката у периоду 2010–2012.**

Сви оцењивани циљеви имали су велики значај за већину пословних субјеката, а најзначајнији су повећање прихода и смањење трошкова.

|  |  |
| --- | --- |
| Циљеви | Значај циљева (%) |
| велики | средњи | мали | занемарљив |
|  |  |  |  |  |
| Повећање прихода | 55,8 | 22,8 | 9,1 | 12,3 |
| Пораст удела на тржишту | 38,0 | 31,8 | 13,0 | 17,1 |
| Смањење трошкова | 48,5 | 24,9 | 12,7 | 13,9 |
| Повећање профитне стопе | 38,3 | 31,7 | 13,7 | 16,3 |

**10. Значај стратегија за постизање циљева пословних субјеката у периоду 2010–2012.**

У већини пословних субјеката најзначајније су стратегије смањења трошкова набавке и интерних трошкова, затим продор на нова тржишта и пораст удела на постојећим тржиштима, као и повећање флексибилности на тржишне захтеве. Занемарљив је значај развоја нових тржишта ван Европе и у Европи, као и стварање савеза са другим субјектима и институцијама.

|  |  |
| --- | --- |
| Значај стратегија | Значај циљева (%) |
| велики | средњи | мали | занемарљив |
|  |  |  |  |  |
| Развој нових тржишта у Европи | 14,2 | 17,4 | 17,9 | 50,6 |
| Развој нових тржишта ван Европе | 8,3 | 13,7 | 18,1 | 59,9 |
| Смањење интерних трошкова рада  | 33,5 | 33,8 | 16,7 | 16,0 |
| Смањење трошкова набавке материјала, делова или услуге | 37,8 | 31,6 | 14,5 | 16,1 |
| Увођење нових или знатно унапређених производа или услуга | 21,0 | 34,0 | 19,9 | 25,1 |
| Повећање или побољшање маркетинга за производе или услуге | 19,6 | 35,7 | 20,8 | 23,9 |
| Повећање флексибилности / прилагођавање захтевима тржишта | 31,1 | 36,0 | 14,7 | 18,2 |
| Продор на нова тржишта и пораст удела на тржишту | 31,5 | 28,5 | 16,3 | 23,7 |
| Стварање савеза са другим субјектима или институцијама | 9,8 | 25,6 | 22,2 | 42,4 |

**11. Препреке у остваривању циљева пословних субјеката у периоду 2010–2012.**

Пословни субјекти су оценили факторе трошкова као највећу сметњу у постизању циљева. Највећу сметњу представљају високи трошкови административне и законске регулативе. Од тржишних фактора, ценовна конкуренција и неизвесна тражња значајно утичу на постизање циљева, док иновације конкурената најмање ометају испуњење циљева. Недостатак стручних кадрова има занемарљив утицај.

|  |  |
| --- | --- |
| Фактори/препреке | Значај циљева (%) |
| велики | средњи | мали | занемарљив |
|  |  |  |  |  |  |
| Тржишнифактори | Јака ценовна конкуренција  | 37,9 | 34,1 | 14,5 | 13,6 |
| Јака конкуренција у квалитету, популарности и бренду производа | 21,5 | 35,4 | 24,1 | 18,9 |
| Неизвесна тражња | 37,4 | 33,4 | 15,8 | 13,4 |
| Иновације конкурената | 9,6 | 31,2 | 30,4 | 28,8 |
| Доминантан удео конкурената на тржишту | 19,9 | 38,6 | 23,1 | 18,4 |
| Фактори знања | Недостатак стручних кадрова | 12,4 | 31,2 | 26,5 | 29,9 |
| Факторитрошкова | Недостатак адекватног финансирања | 36,3 | 31,4 | 15,3 | 17,1 |
| Високи трошкови уласка на нова тржишта | 35,5 | 30,7 | 15,0 | 18,7 |
| Високи трошкови административне и законске регулативе | 39,1 | 34,8 | 13,5 | 12,7 |

Методолошке напомене

Истраживање о иновативности пословних субјеката спроведено је на основу репрезентативног узорка. Узорак је алоциран на подручју Републике Србије до нивоа региона, пропорционално броју пословних субјеката. Величина узорка је **3500** малих, средњих и великих пословних субјеката. Велики пословни субјекти су обухваћени у целини. Оквир за избор узорка су активни пословни субјекти добијени из Статистичког пословног регистра, који садржи 11841 пословни субјекат са 10 и више запослених. Добијени резултати су пондерисани и израчунати на нивоу популације пословних субјеката.

Анкета о пословним субјектима спроведена је на узорку стратификованом према величини пословног субјекта (мали: од 10 до 49 запослених, средњи: од 50 до 249 запослених и велики: преко 250 запослених) и према делатностима (групе делатности према КД 08). Реализација узорка је преко 77%, око 3% изабраних пословних субјеката било је у блокади или стечају, око 20% пословних субјеката није одговорило на анкету.

Одговори су прикупљени веб-упитником (37%), путем мејла (12%) и штампаним упитником, који је дистрибуиран и прикупљен поштом (51%).

|  |
| --- |
| Контакт: suncica.stefanovic@stat.gov.rs ; paun.cukavac@stat.gov.rs тел: 011 2412-922 локал 357Издаје и штампа: Републички завод за статистику, Београд, Милана Ракића 5 Tелефон: 011 2412-922 (централа) • Tелефакс: 011 2411-260 • www.stat.gov.rsОдговара: проф. др Драган Вукмировић, директор Tираж: 20 ● Периодика излажења: двогодишња |