



Република Македонија
Државен завод за статистика

**МЕТОДОЛОШКО УПАТСТВО
ЗА СТАТИСТИЧКОТО ИСТРАЖУВАЊЕ ЗА ИНОВАЦИИ И ИНОВАЦИСКИ АКТИВНОСТИ
НА ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ, 2014-2016**

Скопје, 2017 година

СОДРЖИНА

I ВОВЕД.....	3
II МЕТОДОЛОШКИ ОСНОВИ.....	3
1. Правни основи на истражувањето.....	3
1.1. Законска основа.....	3
1.2. Заштита на податоци.....	3
2. Цел на статистичкото истражување и единици на набљудување.....	3
2.1. Цел на статистичкото истражување.....	3
2.2. Единици на набљудување.....	4
3. Опфат и примерок.....	4
3.1. Дефинирање на целната популација.....	4
3.2. Дизајнирање и рамка за избор на примерок.....	4
4. Начин и период на прибирање на податоците.....	4
4.1. Начин и период на прибирање на податоците.....	4
4.2. Референтен период.....	4
5. Основни концепти и дефиниции.....	4
5.1. Дефинирање на статистички варијабли.....	4
6. Номенклатури и класификации.....	10
6.1. Класификации.....	10
7. Обработка на податоци.....	10
7.1. Обработка на податоци.....	10
7.2. Ниво на агрегација на излезните податоци.....	10
7.3. Контрола на статистичко разоткривање.....	10
8. Објавување на податоци.....	10
8.1. Форми на објавување на податоци.....	10
9. Ревизија на податоците.....	11
Анекс: Објаснување на термини.....	11
УПАТСТВО ЗА ПОПОЛНУВАЊЕ НА ОБРАЗЕЦОТ ЗА ИНОВАЦИИ И ИНОВАЦИСКИ АКТИВНОСТИ НА ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ, 2014-2016 (ОБРАЗЕЦ - ИНОВ).....	15

I ВОВЕД

Во ова упатство се објаснуваат методолошките основи и инструменти за спроведување на статистичкото истражување за иновации и иновациски активности на деловните субјекти. Истражувањето за прв пат е спроведено во 2013 год. за референтниот период 2010 – 2012 и од тогаш се спроведува како редовно двегодишно истражување.

Со цел да се обезбеди меѓународна споредливост на податоците, применет е стандардниот прашалник за прибирање на податоците (развиен од страна на Евростат и ОЕЦД). Методолошки концепт како основа за спроведување на статистичкото истражување за иновации е *Прирачникот од Осло, (Oslo Manual) 2005 год.* (трето издание), а методологијата е хармонизирана со меѓународните дефиниции, класификации и номенклатури во согласност со *Регулатива на Европската комисија бр. 995/2012.*

Упатството се состои од два дела: првиот дел ги содржи методолошките основи за спроведување на истражувањето, а вториот дел се однесува на упатството за пополнување на статистичкиот образец за иновации и иновациски активности (Образец - ИНОВ).

Упатството е наменето како за учесниците во реализацијата на истражувањето, така и за корисниците кои се занимаваат со проблематиката од оваа област.

II МЕТОДОЛОШКИ ОСНОВИ

1. Правни основи на истражувањето

1.1. Законска основа

Статистичкото истражување за иновации се спроведува во согласност со Законот за државната статистика („Службен весник на Република Македонија“ бр. 54/ 97, 21/07, 51/11, 104/13, 42/14, 192/15 и 27/16) и Петгодишната програма за работа на ДЗС, 2013-2017 година („Службен весник на Република Македонија“ бр. 20/ 13, 24/14, 13/15 и 7/16).

1.2. Заштита на податоци

Податоците што се прибираат со ова статистичко истражување претставуваат индивидуални податоци, заштитени со Законот за државната статистика („Службен весник на Република Македонија“ бр.54/97, 21/07, 51/11, 104/13, 42/14, 192/15 и 27/16), од каде што произлегува обврската за нивна заштита при прибирањето, обработката, објавувањето, складирањето на податоците, како и при нивното уништување во пропишаните рокови. Секој индивидуален податок, независно во која фаза на статистичка обработка се наоѓа, има третман на доверлив податок.

2. Цел на статистичкото истражување и единици на набљудување

2.1. Цел на статистичкото истражување

За остварување на економски раст особено е значајно земјата да ја развие конкурентноста на својот приватен сектор преку подобрување на конкурентноста преку знаење и иновации. За трансформација на земјата во економија заснована на знаења и за остварување на конкурентност на меѓународните пазари, од особено значење е развојот на иновативните претпријатија. За да се согледа реалниот однос на деловните субјекти кон иновациите и ефектите од воведувањето на иновации, од особено значење е спроведување на истражување кое ја мери иновативноста на деловните субјекти.

Целта на статистичкото истражување за иновации и иновациски активности на деловните субјекти е добивање на податоци за воведувањето на иновации на производи, производни процеси, маркетинг, организациски методи, тековни и незавршени иновации, вложени финансиски средства во иновациски активности, користење на финансиска помош за воведување на иновации, соработката со други деловни субјекти во воведувањето на иновации и причини поради кои деловните субјекти не вовеле иновации.

Податоците се користат од страна на државните, научните институции и бизнис заедницата за: подготовка на Матрица за иновации на РМ; анализа на воведување на иновации по сектори; испитување на влијанието на воведувањето на иновации врз работењето на деловните субјекти.

2.2. Единици на набљудување

Единици на набљудување во истражувањето се деловните субјекти со најмалку 10 вработени кои според Националната класификација на дејности (НКД Рев.2) припаѓаат на следните сектори:

- **Б** Рударство и вадење на камен
- **В** Преработувачка индустрија
- **Г** Снабдување со електрична енергија, гас, пара и климатизација
- **Д** Снабдување со вода, отстранување на отпадни води, управување со отпад и дејности за санација на околината
- **Ж** Транспорт и складирање
- **С** Информации и комуникации
- **И** Финансиски дејности и дејности на осигурување

Оддели:

- **46** Трговија на големо, освен со моторни возила и мотоцикли
- **71** Архитектонски дејности и инженерство; техничко испитување и анализа
- **72** Научно – истражување и развој
- **73** Маркетинг (реклама и пропаганда) и истражување на пазарот

3. Опфат и примерок

3.1. Дефинирање на целната популација

Целна популација се деловните субјекти со најмалку 10 вработени кои според НКД Рев.2 припаѓаат на секторите: Б, В, Г, Д, Ж, С, И и одделите 46, 71, 72, 73.

3.2. Дизајнирање и рамка за избор на примерок

Статистичкото истражување за иновации е примерочно истражување. Рамката на примерокот се избира од Статистичкиот деловен регистар, од деловните субјекти распределени во секторите (Б, В, Г, Д, Ж, С, И) и одделите (46, 71, 72, 73). Примерокот е стратификуван, стратумите се избираат врз основа на дејноста на деловните субјекти (НКД Рев.2) и според големината на деловните субјекти (бројот на вработени). Овие две варијабли се високо корелирани со воведувањето иновации. Сите големи и средни деловни субјекти се вклучени во примерокот, а малите деловни субјекти се избираат по случаен избор. Во примерокот се вклучени 1515 извештајни единици.

4. Начин и период на прибирање на податоците

4.1. Начин и период на прибирање на податоците

Податоците за иновации се прибираат со статистичкиот прашалник: „Иновации и иновациски активности на деловните субјекти“ (ИНОВ), кој што се испраќа до извештајните единици во печатена форма преку пошта.

Претпријатијата ги пополнуваат податоците за иновации и ги доставуваат до соодветните регионални одделенија или директно до ДЗС на адреса ул. Даме Груев бр.4, 1000, најдоцна 30 дена откако ќе станат достапни кај извештајната единица.

4.2. Референтен период

Статистичкото истражување за иновации и иновациски активности на деловните субјекти се спроведува за референтен тригодишен период кој претходи на годината во која се спроведува.

5. Основни концепти и дефиниции

5.1. Дефинирање на статистички варијабли

Поим за иновации

Иновација претставува воведување на нови или пак значително подобри производи, процеси, организациски или маркетинг методи.

Иновацијата треба да биде нова за претпријатието, но не е неопходно да биде нова за пазарот. Исто така, не е важно дали иновацијата е развиена од самото претпријатие или пак првично е развиена од друго претпријатие или организација.

Иновативни претпријатија се сите претпријатија кои во периодот на набљудување имаат воведено иновација на производ и/или процес и/или маркетинг и/или организациски метод и/или имаат некоја незавршена и/или неуспешна иновациска активност.

Видови иновации

- 1. Иновации на производи (стоки и услуги)**
- 2. Иновации на процеси**
- 3. Организациски иновации**
- 4. Маркетинг иновации**

1. Иновации на производи (стоки и услуги)

Иновацијата на производ опфаќа воведување на нови или значајно подобрени технички карактеристики на производите, материјали и компоненти, вграден софтвер или други карактеристики поврзани со употребата на производот и неговите карактеристики. Иновацијата на производ опфаќа стоки и услуги со карактеристики или намена кои што значително се разликуваат од претходните произведени производи од претпријатието. Во иновација на производ влегуваат иновациите на стоки и на услуги.

Иновациите на производи **не вклучуваат**:

- Незначителни промени или подобрувања.
- Рутински надградби.
- Сезонски промени (како на пример наменети само за модна линија).
- Прилагодување кон барањата и потребите на посебен клиент што не вклучува значително различни карактеристики во споредба со производите направени за другите клиенти.
- Промени во дизајнот кои не ја менуваат функцијата или техничките карактеристики на производот.
- Обичната препродажба на нови производи купени од други претпријатија.

Примери за нови или значително подобрени стоки

- Замена на постоечките материјали со нови материјали со подобрени карактеристики (пр. замена на лесните но цврсти композитни материјали, замена на обичната пластика со еколошка пластика).
- Воведување нови или подобрени компоненти во постоечките производни линии (пр. камери во мобилните телефони).
- Опрема која вклучува софтвер што ја подобрува употребливоста на производот (пр. воведување на ГПС системи на производите).
- Додавање нови функции (пр. двострано печатење, додавање на нови “smartphone” апликации за мобилните телефони).

Примери за нови или значително подобрени услуги

- Подобрување на пристапот до услугата за клиентите (пр. доставување на домашна адреса на оп – line нарачани производи).
- Воведување нови интернет услуги (пр. во банкарството воведување на системи за електронско плаќање сметки, електронско купување билети за патување и театарски претстави, сајтови за социјално вмрежување).
- Нови форми на гаранција (на пр. продолжена гаранција на нови или користени стоки, или гаранции во пакет со други услуги, како на пример со кредитни картички, банкарски сметки).

2. Иновации на процеси

Иновацијата на процес претставува примена на нов или значително подобрен процес на производство, начин на дистрибуција или друга помошна активност во работењето на претпријатието (на пр., како што е сметководството). Иновациите на процес вклучуваат значителни промени во специфични техники на производството, опрема и/или софтвер, со намера да се подобри квалитетот, ефикасноста или флексибилноста на производството или набавките, или да се намали опасноста по загадување на животната средина и безбедноста. Некои иновации на процеси, особено тие што вклучуваат логистика или дистрибуција се тесно поврзани со организациските иновации, како на пример иновациите за управување со синџирот на снабдување. За нив може да биде речиси невозможно да се дадат јасни насоки за видот на иновации. Најдобро претпријатието само да одлучи дали иновацијата е првенствено иновација на процес, организациска иновација или и двете.

Иновациите на процеси **не вклучуваат**:

- Незначителни промени или подобрувања.
- Зголемување на производствените и услужните способности преку додавање на производни или логистички системи кои се многу слични со оние кои се веќе во употреба.
- Иновации кои имаат важен кориснички интерфејс, како на пример услуга за доставување или подигнување (ова се иновации на производи).

Примери за иновации во производство на стоки или услуги

- Инсталација на нова или подобрена технологија на производство, како на пример, опрема за автоматизација на производството или сензори за следење на самиот процес кои можат да вршат приспособување на производните процеси.
- Нова опрема која е потребна за производство на нови или подобрени производи.
- Компјутерски потпомогнат развој на производи или друга технологија за подобрување на производството и истражувачките способности при самото производство.
- Поефикасен процес на производство со што се намалува влезниот инпутот или потрошувачката на енергија по единица производ.

Примери за иновативни методи на доставување, дистрибуција и логистика

- Воведување бар-кодови или чипови за пасивна идентификација преку радио фреквенција (RFID) за следење на преносот на материјали во процесот на доставување или дистрибуција.
- ГПС системи за следење на транспортот.

Примери за помошни иновациски активности

- Воведување софтвер за одредување на оптималните патишта за доставување на испораките.
- Нов или подобрен софтвер за набавки, сметководство или системи за одржување.

3. Организациски иновации

Организациска иновација претставува воведување на значајни промени во деловните практики, организацијата на работните обврски и донесувањето одлуки, што вклучува обука или едукација за зголемување на вештините и одговорностите на вработените и организацијата на надворешните односи со

други претпријатија или јавни институции. Тие се наменети за подобрување на иновативниот капацитет или карактеристиките на претпријатието, како што се квалитетот или ефикасноста на работните текови. Организациските иновации обично вклучуваат промени во повеќе делови од претпријатието и се помалку технолошки зависни од иновациите на процеси.

Организациските иновации **не вклучуваат**:

- Промени во управувањето со претпријатието, освен ако не се придружени со воведување значајни организациски промени.
- Воведувањето нова технологија која се користи само од страна на еден оддел на претпријатието (на пр., во производството) претставува процес иновација.
- Едноставно дополнување на организациските промени кои веќе биле имплементирани во минатото во некои делови на претпријатието. На пример, реорганизацијата на работните задачи во една деловна единица не е организациска иновација ако таа реорганизација веќе била имплементирана во друга деловна единица во состав на претпријатието.

Примери за иновации во деловните практики

- Воспоставување формални или неформални работни тимови за подобрување на пристапот и размената на знаење од различни сектори (на пр., помеѓу секторите за маркетинг, истражување, производство, итн.).
- Воведување на стандарди за контрола на квалитетот во работењето за добавувачи и подизведувачи.
- Воспоставување на системи за управување со снабдувањето на средства за да се оптимизира распределбата на средства, од влезните ресурси до конечната испорака на крајниот производ.
- Воведување за првпат на различни методи за индивидуални или групни стимулации на вработените за подобрување на работењето.
- Воведување за првпат на канцеларија „без хартија“.

Примери за иновации во организацијата на работата

- Намалување или зголемување на хиерархиската структура во претпријатието во процесот на донесување одлуки.
- Промена на одговорностите (на пр., давање значително поголема контрола и одговорност над работните процеси на персоналот за производство, дистрибуција или продажба).
- Воведување на високоефективен систем на работа (High Performance Work System - HPWS) кој се карактеризира со холистичка организација во која има рамни хиерархиски структури, ротација на работни места, самоодговорни тимови, мултитаскинг, поголема вклученост на вработените од пониско ниво во донесувањето одлуки и замена на вертикалните со хоризонтални комуникациски канали.
- Нови системи на обука или едукација (на пр., редовно прикажување видеа на компјутерот на секој вработен, кои ги опишуваат тековните предизвици за претпријатието или нудат надградба на вештините, со цел подобрување на способноста на вработените да ги препознаат проблемите и да ја зголемат одговорност во работењето).
- Создавање нови оддели (на пр. со разделување на маркетингот и производството во два различни оддели, или алтернативно промена со интегрирање на повеќе оддели во еден).

Примери за иновации во надворешните односи

- Употреба за првпат на надворешни услуги (outsourcing) за истражување или производство ако за тоа е потребна промена во начинот на организација на работните текови во рамките на претпријатието.
- Употреба за првпат на сојузи помеѓу претпријатија или организации кои наложуваат тесна соработка на вработените со персоналот од другата организација или претпријатие, вклучувајќи и привремена размена на персонал.

4. Маркетинг иновации

Маркетинг иновација претставува примена на нови маркетинг концепти или стратегии што значајно се разликуваат од веќе постоечките употребувани методи во претпријатието. Маркетинг иновација претставува воведување на значајни промени во дизајнот или пакувањето на производот, пласманот на производот, промоцијата и цената. Покрај тоа вклучува и нови политики за формирање на цените на производите. Маркетинг иновациите опфаќаат значителни промени во начинот на кој претпријатието ги рекламира своите производи, вклучувајќи ги и промените на дизајнот и пакувањето. На пример, за прв пат рекламирање на една производна линија на интернет претставува иновација, но по втор пат рекламирање на интернет на друга линија на производи или за друг географски пазар веќе не претставува иновација за претпријатието.

Маркетинг иновациите **не вклучуваат**:

- Рутински или сезонски промени (на пр., модни линии според сезоната).
- Рекламирање, освен ако не се базира на употреба на нови медиуми за рекламирање за првпат.

Примери за иновации на дизајн и пакување

- Нов дизајн за производи за широка потрошувачка, како што се апарати за домаќинство наменети специјално за многу мали станови.
- Прилагодување на пакувањето за различни сегменти од пазарот (на пр., различни корици и фонт за различни верзии на истата книга - за деца и за возрасни).

Примери за иновации на промоција на производ

- Прва употреба на нов медиум за промоција (на пр., за првпат рекламирање на производот на телевизија, радио, во кино, на интернет и на некои други социјални мрежи).
- За првпат употреба на „лојални програми“ (на пр., воведување на картички за лојални клиенти, картички за собирање на поени, клуб картички).
- Развивање трговски марки за нови линии на производи.
- Промоција на постоечките стоки или услуги на нови начини за да привлечат нови сегменти од пазарот.
- Развој на мобилни апликации за рекламирање на производи.

Примери за иновации за пласман на производ

- Прва употреба на интерна продажба на производи која е достапна само за имателите на наградна или клуб-картичка.

- Прва употреба на посебно медиумско рекламирање во одредени институции, како на пример, во болници, автобуси или возови за стимулирање на продажбата на одредени производи.
- Употреба за првпат на директен маркетинг преку пошта, телефон или електронска пошта за веќе постоечките клиенти.
- Прва примена на ексклузивна продажба на мало (на пр., продажба само на луксузни производи во специјални продавници).

Примери за иновации во одредувањето на цените

- За првпат примена на варијабилни цени, при што цената варира во зависност од времето на купување, локацијата на купувачот, количината итн.
- За првпат примена на ниски почетни цени за влез на пазарот или продажба на производи со загуба за да се привлечат купувачите, со цел да се воспостави позиција на пазарот и препознатливост на брендот.
- Прва употреба на системи за попуст (на пр., воведување на картички со попуст за лојални клиенти).

Иновациски активности

Иновациските активности вклучуваат набавка на машини, опрема, згради, софтвер, лиценци, инженерски и развојни работи, изработка на студии на изводливост, дизајн, обучување и маркетинг кои се воведуваат конкретно за развој и/или воведување иновации на производи или процеси.

Иновациските активности опфаќаат:

- **Интерни активности за истражување и развој** (Вклучува научно-истражувачки активности кои се изведуваат со цел стекнување нови знаења или решавање на научни или технички проблеми, вклучувајќи и развој на софтвер во рамките на претпријатието заради исполнување на претходно наведените цели.)
- **Екстерни услуги за истражување и развој** (Вклучува научно-истражувачки активности што за претпријатието ги изведуваат други претпријатија, вклучувајќи и други претпријатија од групата на претпријатија или јавни и приватни истражувачки центри.)
- **Набавка на опрема, машини, софтвер и згради** (Вклучува набавка на напредни машини, опрема, софтвер и згради кои се користат специјално за производство на нови или значително подобрени производи и процеси.)
- **Набавка на практични знаење и вештини од други претпријатија или организации** (Вклучува набавка на авторски заштитени дела, патентирани и непатентирани изуми, практични знаења итн., од други претпријатија или организации, неопходни за развој на нови или значително подобрени производи и процеси.)
- **Обука за иновациски активности** (Вклучува интерна или екстерна обука на вработените, специјално наменета за стекнување на нови знаења или вештини, неопходни за развој и воведување на нови или значително подобени производи и процеси.)
- **Активности поврзани со воведување на иновациите на пазарот** (Вклучува интерни или екстерни активности за воведување на нови или значително подобрени производи на пазарот, вклучувајќи истражување на пазарот и рекламна кампања за пласман на пазарот.)
- **Дизајн** (Вклучува интерни или екстерни активности за проектирање и промена на обликот на производите.)
- **Други иновативни активности** (Вклучува други интерни или екстерни активности за воведување на нови или значително подобрени производи и процеси, како на пример изработка на студии за изводливост, тестирања, опремување, индустриско инженерство и сл.)

Претпријатија според иновациите и иновациските активности

Претпријатијата, во зависност од тоа дали спроведуваат иновативни активности и дали имаат воведено иновации или пак не, се поделени на:

1. Иновативно активни претпријатија

Претпријатија коишто имаат воведено производ/процес иновација или претпријатија кои во набљудуваниот период имаат тековна/недовршена или напуштена иновација и/или претпријатија коишто имаат воведено организациска или маркетинг иновација.

2. Производ иноватори; процес иноватори; организациски иноватори; маркетинг иноватори

Претпријатија кои во набљудуваниот период имаат воведено иновација/иновации во некој од наведените видови.

3. Претпријатија со тековни и/или напуштени иновативни активност

Оваа категорија вклучува претпријатија кои во набљудуваниот период имаат некаков вид на тековна/незавршена или напуштена иновативна активност, којашто поради различни причини сè уште не резултирала со воведување на иновација на пазарот.

4. Неиновативни претпријатија

Претпријатија кои во набљудуваниот период немаат воведено некој вид на иновација и кои, исто така, немаат преземено некоја иновативна активност.

6. Номенклатури и класификации

6.1. Класификации

За потребите на истражувањето се користи Националната класификација на дејности – НКД Рев.2.

7. Обработка на податоци

7.1. Обработка на податоци

Проверка на податоците се врши низ целиот процес, почнувајќи од фазата на прибирање на податоците, па сè до фазата на изработка на агрегирани податоци. Исто така, проверка се врши пред објавувањето на податоците.

Едитирање: Пристигнатите податоци од деловните субјекти, по проверката и евентуалната корекција во консултација со извештајните единици, се внесуваат во апликација за внес со вградени онлајн-контроли.

Пондери: Агрегираните податоци се добиваат со пондерирање на податоците од примерокот. Најниското ниво на агрегирање е на ниво НТЕС 2. Пондерирањето на податоците се прави со методот Inverse sampling fraction. Варијабли по кои се прават пондери: број на вработени и стратуми според НКД Рев.

7.2. Ниво на агрегација на излезните податоци

Прибраните податоци се објавуваат на ниво на сектори (Б, В, Г, Д, Ж, С, И) и оддели (46, 71, 72, 73) според наведените варијабли со *Регулативата на Европската комисија бр. 995/2012*.

7.3. Контрола на статистичко разоткривање

Секој индивидуален или личен податок, независно во која фаза на статистичка обработка се наоѓа, има третман на доверлив податок и може да се користи исклучиво за статистички цели. При објавување на податоците од ова истражување на агрегирано ниво, не се јавува потреба за дополнително третирање на податоците заради обезбедување статистичка доверливост.

8. Објавување на податоци

8.1. Форми на објавување на податоци

Објавувањето на конечните податоци за потребите на корисниците и за други намени се врши преку:

- Соопштение
- МАКСтат – базата на податоци
- Државниот завод за статистика доставува податоци до Евростат и истите се објавени на нивната веб-страница како и до други меѓународни организации утврдени во согласност со меѓународните обврски, како и на посебно барање

9.Ревизија на податоците

Во согласност со Политиката за ревизија на податоци во ДЗС.

<http://www.stat.gov.mk/ZaNas.aspx?id=25>

Анекс: Објаснување на термини

Термин	Каде се користи (прашање)	Опис
Спојување	1.2	Спојување претставува здружување на два или повеќе деловни субјекти (претпријатија) во едно, преку купување или здружување на интереси.
Специфични потреби на потрошувачите	1.5.	Изработка на прилагодени производи т.е. изработка на производи според специфичните барањата на некој клиент.
Можности на производот	Вовед за Поглавје 2	Функциите на еден производ - што со него може да направи или за што може да се користи.
Стоки и услуги	Поглавје 2	<p>Три услови одредуваат дали еден производ е стока или услуга, но не мора сите услови да бидат исполнети за производот да се дефинира како стока или услуга. Овие услови се однесуваат на материјалноста, сопственоста и трајноста.</p> <p>Услугата вообичаено е нематеријална, сопственоста е ограничена со време на употреба, и не е трајна (не може да се сочува или употреби со години или физички да се премести од едно на друго место). На пример, авионскиот билет претставува услуга бидејќи не е траен (услугата целосно се искористува во периодот на нејзината употреба), купувачот нема право на повторно користење на услугата без претходно купување на нов билет (нема сопственост), и билетот не е материјален предмет што може купувачот да го сочува. Наспроти тоа, стоките како мебелот, апаратите за домаќинството, електричните уреди, облеката итн., може да се поседуваат, имаат материјална природа и се трајни.</p> <p>Не сите услуги ги исполнуваат сите три услови, ниту пак сите стоки.</p> <p>На пр., во стоки влегува храна купена во супермаркет и дизел гориво купено од рафинерија, кои може да се користат само еднаш, значи не се трајни, како и филмови и музика преземени од интернет, кои имаат нематеријална природа. Овие производи, иако не ги исполнуваат сите три горенаведени карактеристики кои одредуваат дали еден производ е стока или услуга, сепак се класифицирани како стоки.</p> <p>На пр., во услуги влегува банкарство, малопродажба, хотелско сместување, осигурување, образовни курсеви, патување со авион и други транспортни услуги, забава (театри, спортски настани итн.), поправки и реновирање, консултации и сл. Некои претпријатија, како што се градежните, може да даваат услуги, на пример, изградба на станови врз основа на договор или да создаваат производ, како на пример, изградба на станови за продажба.</p> <p>Постојат бројни примери на услуги што не ги исполнуваат сите три услови. На пример, оброкот во ресторан е услуга што не подразбира сопственост и не е трајна по природа, но самиот оброк е материјален. Изнајмувањето или земање под лизинг на автомобили или опрема исто така се смета за услуга, иако тие се материјални и трајни. Автомобил може да се земе под лизинг и за период од една година, да се чува и користи, но сепак се смета за услуга бидејќи корисникот не го поседува автомобилот. Ова укажува дека сопственоста (или отсуството на сопственост) е клучен фактор за тоа дали производот се смета за стока или услуга, а потоа следи и трајноста како карактеристика на производот.</p> <p>Во многу случаи, зависи од деловниот модел на испитаникот дали се работи за стока или услуга. Како резултат на тоа, испитаникот ќе треба да одреди дали неговите производи се поблиску до стоки или до услуги.</p>

Препродажба	2.1.	<p>Во препродажба на производи (стоки и услуги) влегува продажбата на производи купени од друго претпријатие и се продаваат како што се купени без да се прават некои дополнителни промени.</p> <p>Сепак нови иновативни производи купени од страна на некој добавувач и вклучени како компонента т.е. составен дел од производот кој се произведува во претпријатието, претставува иновација. Пример за иновација е доколку претпријатието купи некој нов систем за кочење од добавувач и го вгради во камионите кои ги произведува.</p>
Вашето претпријатие самостојно	2.2. и 3.2.	<p>Иновацијата е целосно развиена од страна на претпријатието без активна помош од страна на друго претпријатие (вклучувајќи ги и претпријатијата кои се дел од Групата на претпријатија) или организација.</p> <p>Меѓутоа претпријатието може да е вклучено во научно истражувачки проекти или да користи некои надворешни извори на информации како на пример, може да користи некои индустриски или трговски публикации, да присуствува на конференции или саеми, да користи услуги од други претпријатија за некои рутински проверки и тестирања или да користи ограничена помош и консултации од надворешни експерти и консултанти.</p>
Вашето претпријатие заедно со други претпријатија или организации	2.2. и 3.2.	<p>„Заедно“ подразбира активна учество во развојот на иновацијата на Вашето претпријатие заедно со друго претпријатие или организација. Во овој случај можно е да постои соработка, меѓутоа соработката не е задолжителна. На пример претпријатието може да склучи договор за развој на некој дел од иновацијата со консултантска фирма или организација. Меѓутоа тука не се вклучени договорите за рутински проверки и тестирања, како на пример тестирање на јачината или составот на некои материјали и др.</p>
Прилагодување или изменување	2.2. и 3.2.	<p>Претпријатието прилагодува или изменува производ или процес којшто првично бил развиен од друго претпријатие или организација. На пример, претпријатието може да прилагоди некои делови од производот или да ги измени за да ги прилагоди на своите потреби и барања.</p>
Други претпријатија или организации	2.2. и 3.2.	<p>Претпријатието превзема некоја иновација која била првично развиена од некое друго претпријатие или организација, без да направи некои дополнителни измени. Пример претпријатието купува нова опрема за пакување или опрема за производство, произведени од од друго претпријатие или организација.</p>
Нови за пазарот	2.3 и 3.3	<p>Претпријатието може да го дефинира својот пазар во географска смисла или според производната линија. И во двата случаја, иновацијата на производ што е нова за пазарот мора за првпат да се појавува на конкретниот пазар. На пример, ако пазарот на испитаникот е Европа, тогаш производот мора за првпат да се појави во Европа, иако претходно можеби бил достапен на пазарот во САД.</p>
Напуштени или прекинати иновациски активности	4.1	<p>Овие активности мора да биле во тек за време на референтниот период, но поради различни причини биле напуштени или привремено прекинати.</p>

Дизајн	5.1	<p>Ова прашање се однесува на дизајнот на стоки и услуги.</p> <p>Концептот на дизајн на <i>стоки</i> се разликува од земја до земја и се нарекува уште и дизајн на предмет, индустриски дизајн и дизајн на масовно производство. Дизајнот на стоки генерално опфаќа еден или повеќе од следните аспекти на тродимензионалните предмети, како на пример, мебел, електроника, транспортни возила и сл.: 1) облик и изглед, 2) ергономски карактеристики, 3) употребливост или читливост и 4) карактеристики што овозможуваат евтино масовно производство со што се намалуваат трошоците за исполнување на првите три аспекти на дизајнот.</p> <p>Концептот на дизајн на <i>услуги</i> е релативно нов. Под промена на дизајнот на една услуга влегува промената на нејзиниот изглед и облик, употребливоста и читливоста.</p> <p>Сите наведени активности за дизајн треба да бидат ограничени на дизајн на нови или значително подобрени стоки или услуги. Едноставните естетски промени се опфатени во прашањето 9.1 како дел од маркетинг иновациите. Сепак, на претпријатијата може да им биде тешко да направат разлика меѓу концептот на дизајн во прашањето 5.1 и естетските или стилски промени само за маркетинг цели. Во принцип, надградбата на производ или простор претставува едноставна естетска промена, а не претставува промена во дизајнот. Дизајнот, како што е опфатен во прашање 5,1, е многу поширок и вклучува или дизајнирање на изгледот и обликот на некој производ, кој што е нов за претпријатието, или промени во формата или изгледот на <i>постоечките</i> производи на начин што исто така ги подобрува и ергономските карактеристики, употребливоста или читливоста, или карактеристиките што овозможуваат масовно производство.</p> <p>Многу од промените во пакувањето се само естетски. Меѓутоа, промените во дизајнот на пакувањето со цел да се подобрат ергономските карактеристики, употребливоста или карактеристиките што овозможуваат масовно производство, спаѓаат под концептот на дизајн опфатен во прашањето 5.1.</p>
Други иновациски активности	5.1	<p>Категоријата "Друго" ги вклучува иновациските активности кои не се дел од истражување и развој или од другите видови на иновациски активности наведени во прашањето 5.1, но кои се неопходни помошни активности за воведување на иновации како што е, на пример, изработката на студии за изводливост и опремување. Исто така, оваа категорија вклучува активности, како на пример, индустриско инженерство што вклучува комбинација на веќе постоечките знаења на нови начини.</p>
Промена во трошоците за иновации / очекувани трошоци за иновации во нареден период	5.3.	<p>При правењето на проценка за идните трошоци за иновации т.е. очекуваните промени во трошоците за иновации во наредниот период треба да тргне од висината на вкупните трошоци за иновации во Прашањето 5.2.</p>
7ма Рамковна Програма – Хоризонт 2020	6.1.	<p>Рамковните програми за истражување и технолошки развој, уште познати како Рамковни програми или скратено FP1 до FP7, а "FP8" е наречена "Хоризонт 2020", претставуваат програми за финансирање формирани од Европската унија/Европската комисија за поддршка и унапредување на истражувачката дејност во Европската истражувачка област (ЕРА). Со FP7 се обезбедува средства во периодот 2007-2013 година, додека Хоризонт 2020 е програма наменета за да обезбедува финансии во периодот 2014-2020.</p>
Соработка	7.1	<p>Соработката може да вклучува соработка на полето на проекти поврзани со истражување и развој, но и проектите кои не вклучуваат истражување и развој исто така се опфатени овде. На пример, едно претпријатие може да соработува со добавувачот на нови машини за производство, особено ако треба да се решат инженерски проблеми или ако машините за производство треба да се прилагодат на системот на производство на претпријатието.</p>

Информации	7.1.	Вклучени се секаков вид на информации и податоци кои имаат вредност и значење за спроведување на иновациските активности во претпријатието.
Клиенти или корисници од јавниот сектор	7.2	Клиенти или корисници од јавниот сектор вклучуваат владини организации, како што се локалните, регионалните и националните агенции, администрација, училишта, болници, јавни претпријатија за транспорт, енергија, домување, обезбедување и сл.
Високи трошоци за воведување на иновации	10.1.	Постојат финансиски средства, внатрешни или надворешни, меѓутоа за иновирањето во одредена активност е направена проценка дека е многу скапо и постоечките финансиски средства не се доволи.
Безбедност на производите/заштита на потрошувачите	11.1.	Производите кои се продаваат на пазарот на ЕУ подлежат на одредени барања за безбедност. Овие барања се дел од Директивата за генерална безбедност на производи 2001/95/ЕУ (General Product Safety Directive 2001/95/EC), чија што главна цел е да обезбеди продажба на безбедни производи за широка потрошувачка на ЕУ пазарите.
Одложување на започнување со иновациски активности	11.2.	Одложување на започнување со некоја иновациска активност поради постоечката законска легислатива.
Патенти	13.1.	Патентот претставува ексклузивно право доделено за некој нов пронајдок т.е. инвенција, патентот може да се однесува на производ или процес и, во принцип, патентот нуди ново техничко решение за некој проблем.
Европски корисен модел	13.1.	Корисен модел е регистрирано право што дава ексклузивна заштита за технички пронајдок. Наликува на патент поради фактот дека пронајдокот мора да содржи "новитет" и мора да прикажува инвентивно достигнување, мора да вклучува "инвентивен чекор", иако, генерално, нивото на потребната инвентивност не е толку големо како што е за патентите. За разлика од патентите, корисните модели по правило се доделуваат без претходно испитување за утврдување на новитетот и нивото на инвентивност. Ова значи дека заштитата може да се добие побрзо и поевтино, но и дека доделената заштита е помалку сигурна.
Право на индустриски дизајн	13.1.	Индустриски дизајн е орнаменталниот или естетскиот аспект на еден производ. Дизајнот може да се состои од тродимензионални карактеристики, како што се обликот или површината на еден производ, или од дводимензионални карактеристики, како што се шара, линии или боја.
Трговска марка	13.1.	Трговската марка е специфичен знак според кој се распознава дека одредени стоки или услуги се произведени или обезбедени од страна на одредено лице или претпријатие. Трговската марка датира од древни времиња, кога занаетчиите ставале свои потписи или "знаци" на своите производи.
Авторски права	13.1.	Авторските права вклучуваат права на авторот т.е. креаторот на некое литературно или уметничко дело. Тука се вклучени авторските права од книги, музика, слики, скулптури, филмови, компјутерски програми, бази на податоци, мапи и технички цртежи.
Систем за управување со инвентар/залихи	14.1.	Систем за управување со инвентар/залихи е компјутерски базиран систем за следење на залихите во секоја фаза т.е. следење на нарачките, продажбата и испораките. Овој систем може да се користи во преработувачката индустрија за организирање на работниот процес, изработка и документирање на нарачки и изработка на друга документација поврзана со производството. Претпријатијата го користат овој систем со цел да се спречи прекин или дуплирање на производството или продажбата. Претставува систем за нова организација на податоците за инвентар/залихи кои претходно биле чувани на хард диск или во табеларни пресметки.

Е – договори	14.1.	Е - договори претпријатието може да склучи со некое друго претпријатие, Влада или со потрошувачи за набавки, продажба, користење на услуги или размена на податоци преку интернет или преку користење на други информациски системи и мрежи.
Единствена и автоматска идентификација на сите производи во целиот систем на снабдување	14.1	Употребата на автоматска идентификација обезбедува информации за производите на автоматизиран начин, за состојбата и фазата во која се наоѓаат, се до нивното доставување до крајната цел, до потрошувачот или дистрибутерот. Употребата на автоматска идентификација на производите обезбедува информации за следење на пратката низ целиот процес. Автоматска идентификација се овозможува преку вградување на бар-кодови или чипови за идентификација преку радио фреквенција (RFID) или ГПС системи на производите.
Обратна логистика	14.1	Секоја активност или управување со производот после доставувањето на производот до крајната цел (потрошувач или дистрибутер) претставува обратна логистика. Производот ќе се врати до почетното претпријатие низ истиот синџир, како што бил првично испорачан. Пр. доколку производот е неисправен, потрошувачот или дистрибутерот ќе го врати назад производот до производителот, а целиот процес на враќање на производот го организира производителот т.е. првичното претпријатие кое што започнало со испорака на производот. Подоцна производителот може да го тестира производот, расклопи, да изврши поправка, отстрани или рециклира производот или негови составни делови.

УПАТСТВО ЗА ПОПОЛНУВАЊЕ НА ОБРАЗЕЦОТ ЗА ИНОВАЦИИ И ИНОВАЦИСКИ АКТИВНОСТИ НА ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ, 2014-2016 (ОБРАЗЕЦ - ИНОВ)

Образецот за иновации и иновациски активности на деловните субјекти, 2014-2016 (Образец ИНОВ) е составен од 15 поглавја.

Одговорите на прашањата ги дава директорот на деловниот субјект или членовите на раководниот тим.

Одговорите се даваат со впишување на знакот "X" во соодветните полиња или на предвидените празни линии, или се впишува соодветен текст на предвидените празни линии или куќички.

Пополнувањето на Образецот (ИНОВ) треба да се одвива во согласност со дадените насоки, појаснувањата на прашањата или фуснотите и предвидените скокови во зависност од видот на одговорот кои се јасно наведени на самиот Образец.

Идентификациски податоци за деловниот субјект

Деловен субјект – назив

На предвидените линии се запишува целосниот назив на деловниот субјект

Единствен матичен број на деловниот субјект (ЕМБС)

На предвидените линии се запишува матичниот број на деловниот субјект

Општина, населено место, улица и број

Се запишуваат адресните податоци на деловниот субјект

Телефон, факс и е-пошта

На предвидените линии се запишува телефонот, факсот (со повикувачкиот број на населеното место), како и електронската адреса на извештајната единица, доколку ја има.

Дејност според НКД Рев.2

На предвидените линии се запишува економската дејност на деловниот субјект според Националната класификација на дејностите Рев.2.

Прашање 1.1 Дали Вашето претпријатие во 2016 година било дел од група на претпријатија

Ако Вашето претпријатие е дел од група на претпријатија, одговорете со ДА, а во спротивно одговорете со НЕ. Ако сте одговориле со ДА, напишете во кој земја се наоѓа седиштето на Вашата група на претпријатија.

Појаснување: Група на претпријатија претставува две или повеќе правно дефинирани претпријатија под заедничка сопственост. Секое од претпријатијата во групата може да дејствува на различни пазари, како што е случајот со националните или регионалните подружници или да дејствува на пазари на различни производи. Седиштето, исто така, е дел од групата на претпријатија.

Напомена: Ако Вашето претпријатие е дел од група на претпријатија, на сите понатамошни прашања одговорете само за Вашите активности во Република Македонија. Не земајте ги предвид подружниците или матичните претпријатија надвор од Република Македонија.

Прашање 1.2 Во тригодишниот период 2014-2016 година, дали Вашето претпријатие:

За одговор на прашањето понудени се два модалитети.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Прашање 1.3 На кои географски пазари Вашето претпријатие продавало стоки и/или услуги во периодот 2014-2016 година

Појаснување: Локалниот пазар се однесува на територијата во рамките на регионот, во кој припаѓа претпријатието. Во Република Македонија има 8 (осум) региони (НТЕС-3). Националниот пазар ја вклучува целата територија на земјата. Кај претпријатијата во пограничните региони што продаваат на регионално ниво во неколку соседни земји потребно е да ги обележат модалитетите - "Други европски земји или земји-кандидати" или "Други земји" во зависност од тоа дали земјата е членка на ЕУ.

За одговор на прашањето понудени се четири модалитети.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Прашање 1.4 Која од географските области (наведени на прашање 1.3) била Вашиот најголем пазар во однос на реализираниот промет во периодот 2014-2016 година

Одговорот се дава со запишување на соодветниот број (1,2,3,4) од прашање 1.3. во предвиденото поле. Бројот којшто ќе се запише во предвиденото поле, потребно е на прашање 1.3 да е одговорено со Да.

Прашање 1.5. Колкава важност имале следниве стратегии за Вашето претпријатие во периодот 2014–2016 година

За одговор на прашањето понудени се пет модалитети со различни видови на стратегии.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот степен на важност (голема, средна, мала и не е релевантно) за секој од понудените модалитети.

2. Иновации на производи (стоки или услуги)

Прашање 2.1 Во периодот 2014-2016 година дали Вашето претпријатие вовело:

За одговор на прашањето се понудени два модалитети со објаснување на видот на производ иновација, т.е. дали станува забор за иновација на стока или иновација на услуга.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Ако и на двата понудени модалитета под 1 и 2 е одговорено со „НЕ“, треба да преминете на Поглавје 3. Ако сте одговориле на барем еден модалитет со „ДА“, тогаш треба да продолжите на прашањето 2.2.

Прашање 2.2 Кој ги развил овие иновации на производите

За одговор на прашањето понудени се четири модалитети за тоа кој ги има првично развиено иновациите воведени во претпријатието. Во понатамошниот дел од објаснувањето има дополнителни објаснувања за понудените модалитети како одговори.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Прашање 2.3 Дали некоја од иновациите на производи (стоки или услуги) во период 2014-2016 година била:

За одговор на прашањето понудени се два модалитети и на секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не во предвиденото поле.

Прашање 2.4 Користејќи ги дадените дефиниции, одредете го уделот во вашиот вкупен промет во 2016 година од:

Одговорот на прашањето треба да биде запишан на предвидената линија како % од вкупниот промет на претпријатието остварен во 2016 година. Вкупниот промет е еднаков на збирот од прометот од трите модалитетите (1+2+3) и треба да е еднаков на 100%.

3. Иновации на процеси

Прашање 3.1. Дали Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година вовело:

За одговор на прашањето понудени се три модалитети со подетално објаснување за видот на процес иновацијата.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Ако и на трите понудени модалитети под 1, 2 и 3 е одговорено со „НЕ“, треба да преминете на Поглавје 4. Ако сте одговориле барем на еден модалитет со „ДА“, тогаш треба да продолжите на прашањето 3.2.

Прашање 3.2 Кој ги развил овие иновации на производите

За одговор на прашањето понудени се четири модалитети за тоа кој ги има првично развиено иновациите воведени во претпријатието, како и во прашањето 2.2.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Прашање 3.3 Дали некоја од наведените иновации на процеси во период 2014-2016 година била нова за Вашиот пазар

За одговор на прашањето понудени се три модалитети. Прашањето се одговара со означување на еден од понудените модалитети.

4. Незавршени или напуштени иновации на производи или процеси

Прашање 4.1 Дали Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година имало иновациски активности што не резултирале со иновација на производ или процес затоа што биле:

За одговор на прашањето понудени се два модалитети како можности зошто иновациските активности кои ги спроведувало претпријатието не резултирале со конкретно воведување на иновација на производ или процес.

На секој од понудените одговори треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Ако Вашето претпријатие немало иновации на производи и процеси или не спроведувало иновациски активности во периодот 2014-2016 година (односно ако сте одговориле со „Не“ на сите понудени модалитети од прашањата 2.1., 3.1., 4.1), преминете на Поглавје 8, а во спротивно продолжете со Поглавје 5.

5. Иновациски активности и трошоци за иновации на производи и процеси

Прашање 5.1. Дали Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година вршело некоја од наведените иновациски активности

За одговор на прашањето се понудени осум модалитети со подетално појаснувања за видот на иновациската активност и на што се однесува таа.

На секој од понудените одговори треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Прашање 5.2. Колкави биле трошоците на Вашето претпријатие за секоја од наведените иновациски активности само во 2016 година

Во соодветните модалитети запишете ја сумата на трошоци за соодветните видови на иновациска активност. На модалитетот 6 треба да се прикажат вкупните трошоци за иновациски активности т.е. збирот од трошоците за иновациските активности од претходните 5 модалитети (1+2+3+4+5).

Напомена: Во сите понудени видови на иновациски активности потребно е да ги вклучите тековните трошоци и капиталните трошоци коишто се однесуваат на соодветниот вид на иновациска активност. Доколу не располагате со точни сметководствени податоци за трошоците за соодветните видови на иновациска активност, направете процена на трошоците.

Прашање 5.3. Колку очекувате трошоците за иновации на Вашето претпријатие да се променат во 2017 и во 2018 година?

За одговор на прашањето понудени се десет модалитети. На модалитетите од 1 до 5 мора да има само еден одговор, исто така и на модалитетите од 6 до 10 мора да има само еден одговор.

Во зависност од видот на модалитетот, одговорот се дава со обележување на соодветниот модалитет или со впишување на соодветниот процент.

6. Финансиска помош за иновациски активности од државни органи

Прашање 6.1 Дали во периодот 2014-2016 година Вашето претпријатие примило некаква финансиска помош за иновациски активности од следниве државни органи

Во одговорот на прашањето треба да биде вклучена финансиската поддршка во вид на даночни олеснувања, неповратни средства, т.е. грантови, субвенционирани кредити, кредитни гаранции, а треба да бидат исклучени истражувачки и други иновациски активности кои се изведуваат само за јавниот сектор од страна на претпријатието врз основа на договор.

За одговор на прашањето понудени се три модалитети.

На секој од понудените модалитети може да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Напомена: Ако на модалитетот 3 сте одговориле со ДА, задолжително треба да одговорите на модалитетот 4.

7. Извори на информации и соработка за производ и процес иновациски активности

Прашање 7.1. Во периодот 2014-2016 година, колкава важност за иновациските активности на Вашето претпријатие имал секој од следниве извори на информации

За одговор на прашањето понудени се единаесет модалитети како можни извори на информации за воведување на иновации во претпријатијата.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот степен на важност (голема, средна, мала и не е релевантно) за секој од понудените модалитети.

Прашање 7.2. Дали Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година соработувало со други претпријатија или организации во некоја од Вашите иновациски активности

Соработката на полето на иновации претставува активно учество во иновациски активности и проекти со други претпријатија или организации. Партнерите не мора да имаат комерцијална корист од соработката. Исклучете ја работата што за Вас ја вршат други изведувачи, без активна соработка со Вашето претпријатие.

За одговор на прашањето понудени се два модалитети, одговорот се дава со означување на еден од понудените модалитети.

Ако сте одговориле со НЕ, преминете на Поглавје 8, а во спротивно одговорете на прашањето 7.3.

Прашање 7.3. Наведете го партнерот за соработка според локацијата

Ако Вашето претпријатие соработувало во областа на иновациите со други претпријатија или организации во периодот 2014-2016, означете го видот на партнерот – соработник и неговата локација (Македонија, Европа, САД, Кина или Индија и други земји) во предвидените полиња.

За одговор на прашањето понудени се осум модалитети, со различни видови на партнери за соработка.

Можни се повеќе одговори така што во секој ред во соодветното поле од наведените модалитети од 1 до 8, се означува видот на партнерот на соработка според соодветната локација.

8. Организациски иновации

Прашање 8.1 Дали во периодот 2014-2016 година Вашето претпријатие вовело

За одговор на прашањето понудени се три модалитети со појаснувања за видот на организациската иновација.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

9. Иновации во маркетингот

Прашање 9.1 Дали во периодот 2014-2016 година Вашето претпријатие вовело

За одговор на прашањето понудени се четири модалитети со појаснувања за видот на иновациите во маркетингот.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

10. Фактори кои ги попречуваат иновациските активности

Прашање 10.1 Колкава важност имале следниве пречки за воведување на иновации во Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година

За одговор на прашањето понудени се осум модалитети како можни пречки за воведувањето на иновации во работењето.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот степен на важност (голема, средна, мала и не е релевантно) за секој од понудените модалитети.

11. Ефекти од законите и прописите врз иновациските активности

Прашање 11.1 Ве молиме одредете го ефектот од следните закони и прописи врз иновациските активности во Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година

За одговор на прашањето понудени се седум модалитети со закони или прописи за кои треба да се оцени влијанието врз иновациските активности во претпријатијата.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот ефект на влијание за секој од понудените модалитети.

Прашање 11.2 Во периодот 2014-2016 година, дали законите и прописите влијаеле врз иновациските активности на следните начини

За одговор на прашањето понудени се пет модалитети, како можни ефекти на влијание врз воведувањето на иновации, кои произлегуваат од законите и прописите.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

12. Неиноватори

Ова Поглавје го пополнуваат само претпријатијата кои немаат воведено иновации или немаат некои тековни/напуштени иновациски активности во периодот 2014-2016 година, односно имаат одговорено со „НЕ“ на сите полиња од прашањата 2.1., 3.1., 4.1., 8.1. и 9.1.

Прашање 12.1 Во периодот 2014-2016 година, која од наведените причини, најдобро објаснува зошто Вашето претпријатие не спровело никаков вид на иновациски активности

За одговор на прашањето понудени се два модалитета, а одговорот се дава со означување на еден од понудените модалитети.

Прашање 12.2 Во периодот 2014-2016 година, колку важна била секоја од следниве причини за Вашето претпријатие, да не спроведе никаков вид на иновациски активности

За одговор на прашањето понудени се четири модалитети како можни причини во спречувањето за воведување на иновации во претпријатијата.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот степен на важност (голема, средна, мала и не е релевантно) за секој од понудените модалитети.

Прашање 12.3 Во периодот 2014-2016 година, колку важни биле следниве фактори во спречување на воведувањето на иновации во Вашето претпријатие

За одговор на прашањето понудени се единаесет модалитети како можни фактори во спречувањето за воведување на иновации во претпријатијата.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот степен на важност (голема, средна, мала и не е релевантно) за секој од понудените модалитети.

13. Права на интелектуална сопственост и лиценци

Прашање 13.1 Во периодот 2014– 2016, дали Вашето претпријатие

За одговор на прашањето понудени се четири модалитети како одговор со појаснување на видот на интелектуалната сопственост.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

14. Иновации во логистика

Прашање 14.1 Дали Вашето претпријатие во периодот 2014-2016 година вовело некој од следните видови на иновации во логистика

За одговор на прашањето се понудени осум модалитети со подетално објаснување на видот на иновација во логистиката.

На секој од понудените модалитети треба да се одговори со Да или Не, во предвиденото поле.

Прашање 14.2 Приближно колку проценти од Вашите оперативни трошоци за 2016 година се направени за логистика

Одговорот се дава со впишување на соодветниот процент на реализираните трошоци за логистика во однос на вкупните оперативни трошоци.

Напомена: Во оперативи трошоци треба да се вклучат трошоците поврза ни со планирање, организација, управување, спроведување и следење на сите текови на материјали, производи и информации во претпријатието.

Ако одговорот на прашањата 14.1. и 14.2. на сите полиња е „НЕ“, преминете на прашање 14.5., во спротивно продолжете на прашање 14.3.

Прашање 14.3 Колку важни биле следниве причини за воведување на иновации во логистика во Вашето претпријатие

За одговор на прашањето понудени се пет модалитети како можни причини коишто го поттикнуваат претпријатието за воведување на иновации во логистика.

Одговорот се дава со обележување на соодветното поле според оценетиот степен на важност (голема, средна, мала и не е релевантно) за секој од понудените модалитети.

Прашање 14.4 Приближно колку финансиски средства вложило Вашето претпријатие во иновации за логистика

За одговор на прашањето понудени се девет модалитети, со различна сума на финансиски средства.

Одговорот се дава со обележување еден од понудените модалитети.

Прашање 14.5 Кои од следните причини најдобро објаснуваат зошто Вашето претпријатие не вовело никако вид на иновации во логистика, за периодот 2014-2016 година?

За одговор на прашањето понудени се три модалитети. Доколку се обележи модалитетот под реден број три, само во тој случај треба да се обележи некој од наредните четири модалитети.

15. Основни економски информации за Вашето претпријатие

Прашање 15.1. Колкав бил вкупниот промет на Вашето претпријатие во 2014 и 2016 година

Одговорот се дава со впишување на вкупниот остварен промет во соодветната година на предвидените полиња.

Напомена: Прометот се дефинира како вредност на продадените стоки или услуги, вклучени се сите даноци, освен ДДВ.

Прашање 15.2 Колкав процент од вкупниот промет е реализиран од продажба на клиенти надвор од земјата

Одговорот се дава со впишување на соодветниот процент на реализиран промет од продажба на клиенти надвор од земјата во соодветната година на предвидените полиња.

Прашање 15.3 Колкав бил просечниот број на вработени во Вашето претпријатие во 2014 и во 2016 година

Одговорот се дава со впишување на соодветниот број на вработени во соодветната година на предвидените полиња.

Напомена: Доколку годишниот просек не е достапен, тогаш да се прикаже бројот на вработени на крајот на соодветната година.

Прашање 15.4 Приближно колкав процент од вработените во Вашето претпријатие во 2016 година имале високо образование

Понудени се седум модалитети, а одговорот се дава со обележување на еден од понудените модалитети во соодветното поле.

Напомена:

На крајот на прашалникот пополнете ги податоците за лицето за контакт од Вашето претпријатие во случај да има дополнителни прашања, како и потребното време кое Ви требаше за да го пополните прашалникот.