

Державна служба статистики України

ЗАТВЕРДЖЕНО

**Наказ Державної служби
статистики України**

10.01.2013 № 3

**зі змінами, внесеними
наказом Державної служби
статистики України**

18.01.2019 № 19

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ
ЗІ СТАТИСТИКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Державна служба статистики України

Відповідальний за випуск – заступник директора департаменту статистики послуг Кармазіна О. О.

Методологічні положення зі статистики інновацій (далі – методологічні положення) визначають методологію проведення державних статистичних спостережень із зазначеного питання.

Методологічні положення підготували фахівці департаменту статистики послуг Держстату:

Кармазіна О. О. – заступник директора департаменту;

Білоконь О. І. – начальник відділу статистики науки та інновацій.

Методологічні положення призначені для використання працівниками органів державної статистики всіх рівнів, а також можуть бути корисні для міністерств, інших органів виконавчої влади, фахівців наукових організацій та установ, що проводять дослідження у галузі інновацій, інших зацікавлених користувачів.

Методологічні положення схвалені Комісією з питань удосконалення методології та звітної документації Державної служби статистики України (протокол від 19 жовтня 2012 р. № 12).

Державна служба статистики України

- адреса: вул. Шота Руставелі, 3, м. Київ, 01601
- телефони: (044) 287-24-22
- факс: (044) 235-37-39
- електронна пошта: office@ukrstat.gov.ua
- веб-сайт: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Зміст

	Стор.
Перелік скорочень	4
Передмова	5
I. Загальні положення	6
II. Завдання статистики інноваційної діяльності	7
III. Основні визначення та поняття	8
IV. Організація та проведення державних статистичних спостережень.....	13
V. Формування та актуалізація сукупностей одиниць і переліків респондентів державного статистичного спостереження.....	18
1. Формування сукупностей одиниць і переліків респондентів державного статистичного спостереження	18
2. Актуалізація сукупностей одиниць і переліків респондентів державного статистичного спостереження	19
VI. Перелік основних розрахункових показників.....	20
VII. Конфіденційність	24
Додатки	
Додаток 1. Критерії формування генеральної сукупності одиниць державного статистичного спостереження (за формою № 1-інновація (один раз на два роки))	25
Додаток 2. Критерії формування генеральної сукупності одиниць державного статистичного спостереження (за формою № ІНН (один раз на два роки))	26
Додаток 3. Зміни, які не визнаються інноваціями	27
Додаток 4. Відмінності та граничні ситуації, за якими розрізняють типи інновацій	28
Додаток 5. Перелік джерел інформації для здійснення інноваційної діяльності	29
Додаток 6. Перелік цілей технологічних інновацій	30
Додаток 7. Перелік чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності	31
Додаток 8. Класифікаційні ознаки розрахункових показників	32
Список використаних джерел	34

Перелік скорочень

ЄДРПОУ	– Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України.
КВЕД	– Класифікація видів економічної діяльності;
KICE	– Класифікація інституційних секторів економіки;
КОАТУУ	– Класифікатор об'єктів адміністративно-територіального устрою України;
КОПФГ	– Класифікація організаційно-правових форм господарювання;
КС	– Класифікація країн світу;
РСО	– Реєстр статистичних одиниць;
НДР	– науково-дослідні розробки.

Передмова

Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності (далі – Методологічні положення) розроблені на виконання заходів із реалізації Стратегії розвитку державної статистики на період до 2012 року.

Метою розроблення Методологічних положень є визначення методології проведення державних статистичних спостережень зі статистики інноваційної діяльності.

Методологічні положення містять завдання, основні терміни та пояснення, перелік основних розрахункових показників зі статистики інноваційної діяльності та методологію проведення державних статистичних спостережень, порядок розроблення і поширення їх результатів, принципи та критерії формування сукупності звітних одиниць.

Методологічні положення складаються з передмови, шести розділів, шести додатків та списку використаних джерел.

Методологічні положення призначені для працівників органів державної статистики всіх рівнів.

I. Загальні положення

1. Методологічні положення ґрунтуються на нормах Господарського кодексу України [1], Цивільного кодексу України [2], законів України "Про інформацію" [3], "Про державну статистику" [4], "Про інноваційну діяльність" [5], "Про наукову та науково-технічну діяльність" [6], "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців" [7], постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Положення про Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України" [8] та наказів Держстату "Про затвердження Положення про Реєстр статистичних одиниць та формування основ сукупностей одиниць статистичних спостережень за діяльністю підприємств" [13] "Про затвердження структури плану статистичного спостереження та глосарія до нього" [10].

2. Методологічні положення визначають основні принципи організації державних статистичних спостережень зі статистики інноваційної діяльності, які базуються на єдиних методологічних підходах, що забезпечують зіставність основних показників у динаміці, а також ураховують запропоновані в Керівництві Осло [15] рекомендації щодо збирання й аналізу даних про інновації, містять основну систему понять, що визначає різні типи інновацій, та пов'язані з ними процеси, а також методологію їх вимірювання та методологічні рекомендації щодо обстеження інновацій у Європейському Союзі [16].

II. Завдання статистики інноваційної діяльності

Статистика інноваційної діяльності призначена для вирішення таких завдань:

- об'єктивне відображення основних тенденцій та факторів розвитку, ресурсів і результатів інноваційної діяльності з орієнтацією на актуальні питання сучасної інноваційної політики;

- забезпечення повноти інформації, її достовірності та комплексності, охоплення всіх існуючих елементів і зв'язків національної інноваційної системи [9] та факторів, що визначають її розвиток;

- упровадження системного підходу до організації статистичних робіт – від розробки методології та статистичного інструментарію до забезпечення збирання, обробки, аналізу й поширення даних;

- забезпечення порівнянності даних для проведення міжнародних зіставлень;

- інформаційне забезпечення вищих органів державної влади та управління для прийняття ними рішень щодо розвитку інноваційної сфери і державного регулювання інноваційної та науково-технічної політики;

- вирішення інших завдань, задекларованих національним статистичним законодавством України.

III. Основні визначення та поняття

1. Для цілей цих Методологічних положень визначення та поняття вживаються відповідно до міжнародних стандартів [15, 16], з урахуванням особливостей національної статистики та відповідно до норм чинного законодавства, у таких значеннях.

2. Інноваційна діяльність – усі наукові, технологічні, організаційні, фінансові й комерційні дії, що призводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою. До інноваційної діяльності також належать дослідження і розробки, безпосередньо не пов'язані з підготовкою конкретної інновації.

Види інноваційної діяльності:

здійснення внутрішніх науково-дослідних розробок – творча діяльність на систематичній основі, яка виконується власними силами з метою збільшення обсягу знань для розробки нових і вдосконалених продуктів та процесів (включно з розробкою програмного забезпечення власними силами підприємства, що відповідає цій меті);

придбання зовнішніх науково-дослідних розробок – придбання науково-дослідних розробок, виконаних іншими підприємствами (включно з іншими підприємствами групи), державними або приватними науково-дослідними організаціями та придбані підприємством;

придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – придбання передового машинного обладнання й комп'ютерного машинного та програмного забезпечення для впровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів і процесів;

придбання зовнішніх знань – купівля або ліцензування патентів та незапатентованих винаходів, ноу-хау, а також інших видів знань в інших підприємствах чи організаціях для розробки та впровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів і процесів;

навчальна підготовка для інноваційної діяльності – внутрішнє або зовнішнє навчання персоналу саме для розробки та/або впровадження нових чи суттєво вдосконалених продуктів і процесів;

ринкове впровадження інновацій – діяльність щодо ринкового впровадження нових або суттєво вдосконалених товарів і послуг, включно з маркетинговими дослідженнями та рекламною кампанією;

розробка дизайну – поліпшення або зміни форми, вигляду нових чи істотно поліпшених товарів або послуг;

інші види інноваційної діяльності – інші види діяльності для впровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів та процесів, таких як техніко-економічні обґрунтування, тестування, розробка програмного забезпечення для поточних потреб, технічне оснащення, організація виробництва тощо.

3. Інноваційна продукція – впроваджена на ринку продукція (товари, роботи або послуги), що є новою або значно вдосконаленою в частині її

властивостей або способів використання. Продукція (нова або удосконалена) може бути новою для певного підприємства, а не лише новою для певного сектору діяльності або ринку загалом. До обсягу інноваційної продукції відноситься вищезазначена продукція, що впроваджувалась у виробництво протягом звітного періоду та була реалізована на вітчизняному ринку.

4. Інновація – введення у вжиток будь-якого нового або значно вдосконаленого продукту (товару або послуги) чи процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діяльності підприємства, організації робочих місць чи зовнішніх зв'язків.

Ознакою інновації є вимога, щоб продукт, процес, метод маркетингу або організації був для підприємства новим чи значно вдосконалим. До інновацій належать продукти, процеси і методи, які підприємство створило першим, і/або продукти, процеси, запозичені від інших підприємств або організацій. Також ознакою інновації є те, що продукт, процес, метод маркетингу або організації повинен бути впроваджений. Новий або вдосконалений продукт вважається впровадженим, якщо він реалізується на ринку. Нові виробничі процеси, методи маркетингу чи організації є впровадженими, коли вони стали дійсно використовуватися в діяльності підприємства.

Зміни, що не визнаються інноваціями, наведено в додатку 1.

За ступенем новизни для ринку інновації класифікують на нові для ринку та нові лише для підприємства (але не для ринку). Інновація вважається новою для ринку, коли підприємство, що впровадило інновацію першим, виводить її на свій ринок. Ураховуючи завдання обстеження інноваційної діяльності, під ринком розуміють безпосередньо підприємство, що обстежується, разом з його конкурентами з урахуванням географічного аспекту чи типової серії продуктів. Географічний аспект поняття «нове для ринку» визначається за уявленням власне підприємства про ринок, на якому воно функціонує, і може охоплювати як вітчизняні, так і міжнародні підприємства. Інновація вважається новою для підприємства, якщо вона є новою або істотно поліпшеною для певного підприємства, хоча може використовуватися (виготовлятися) на інших підприємствах.

5. Технологічні інновації – розробка та впровадження як технологічно нових, так і значно технологічно вдосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації).

6. Продуктова інновація – впровадження продукту (товару або послуги), що є новим чи значно поліпшеним за його властивостями або способами використання (значні вдосконалення технічних характеристик, компонентів і матеріалів, вбудованого програмного забезпечення, рівня сумісності з користувачем або інших функціональних характеристик).

Види продуктових інновацій:

упровадження нового продукту або послуги, що значно відрізняються за своїми характеристиками або призначенням від продуктів, що вироблялися

підприємством раніше;

розробка нового способу використання якогось продукту, що зазнав лише незначних змін технічних характеристик;

значні вдосконалення вже існуючих продуктів можуть здійснюватися за рахунок змін матеріалів, компонентів та інших характеристик виробів, що поліпшують їхні властивості;

зміни у дизайні є невід'ємною частиною розробки і реалізації продуктових інновацій. Проте зміни дизайну, які не викликають значних змін у функціональних характеристиках продукту або способах його передбачуваного використання, не вважаються продуктовими інноваціями. Регулярні сезонні зміни також не є продуктовими інноваціями.

Якщо до вже існуючого продукту були внесені доповнення або модернізації, інноваційним вважається не весь продукт, а лише його змінена частина.

7. Процесова інновація (інноваційний процес) – упровадження нового або значно поліпшеного методу виробництва чи методу доставки продукту. Сюди входять значні зміни в технології, виробничому устаткуванні і/або програмному забезпеченні. Методи виробництва охоплюють технологічні процеси, устаткування і програмне забезпечення, що застосовуються у виробництві товарів і послуг. Методи доставки стосуються логістики підприємства і поєднують устаткування, програмне забезпечення і технології, що використовуються для постачання вихідних матеріалів, постачання всередині підприємства та доставки кінцевої продукції.

8. Нетехнологічні інновації – розробка та впровадження нових або значно вдосконалених продуктів чи процесів, що не належать до технологічних інновацій. До цієї групи входять маркетингові та організаційні інновації.

9. Маркетингова інновація – впровадження нового методу маркетингу, включаючи значні зміни дизайну або упаковки продукту, його розміщення, у просуванні на ринок або в призначенні ціни продажу, що спрямована на більше задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу.

До маркетингових інновацій належать:

значні зміни дизайну продукту – зміни форми та зовнішнього вигляду продукту, що не призводять до змін його функціональних або споживчих характеристик;

нові маркетингові методи розміщення продукту (на ринку) – освоєння нових шляхів реалізації (методи, що використовуються для продажу товарів і послуг споживачам);

нові маркетингові методи просування продукту (на ринок) – використання нових концепцій просування товарів і послуг певного підприємства;

інновації в призначенні цін – використання нових стратегій ціноутворення для ринкового просування продукції. Нові методи призначення цін, єдиною метою яких є диференціювання цін за споживчими сегментами, не визнаються інноваціями.

Сезонні, регулярні та інші рутинні зміни прийомів маркетингу в цілому не є маркетинговими інноваціями.

10. Організаційна інновація – впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. Організаційні інновації спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства за допомогою скорочення адміністративних витрат або оперативних витрат, підвищення задоволеності службовців станом своїх робочих місць (і тим самим продуктивності праці), розширення доступу до нетоварних активів (таких як некодифіковані знання із зовнішніх джерел) або зменшення витрат на постачання.

Види організаційних інновацій:

організаційні інновації в діяльності підприємства охоплюють упровадження нових методів організації повсякденної діяльності з виконання різноманітних робіт;

інновації в організації робочих місць передбачають упровадження нових методів розподілу відповідальності та права прийняття рішень між співробітниками при організації й узгодженні різних робочих процесів усередині підрозділів підприємства, а також при взаємодії цих підрозділів; упровадження нових принципів структурування діяльності як об'єднання різних видів робіт;

нові організаційні методи в зовнішніх зв'язках підприємства включають упровадження нових способів організації взаємин з іншими підприємствами або державними організаціями, таких як установлення нових форм співробітництва з дослідницькими організаціями або замовниками, нові методи інтеграції з постачальниками, використання зовнішніх результатів досліджень і розробок, перше в діяльності підприємства залучення комерційних субпідрядників до виробництва, заготівель, розподілу, набору персоналу, допоміжних служб.

Зміни в діяльності підприємства, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків, засновані на організаційних методах, що вже використовуються підприємством, не є організаційними інноваціями. Також формулювання управлінських стратегій саме по собі не є інновацією.

Злиття з іншими підприємствами або придбання інших підприємств не вважаються організаційними інноваціями, навіть якщо все це відбувається вперше. Проте злиття і придбання можуть містити організаційні інновації, якщо під час цього підприємство створило або освоїло нові методи організації.

11. Інновації можуть мати ознаки відразу двох або більше типів. Відмінності та граничні ситуації, за якими розрізняють типи інновацій, представлено в додатку 2.

12. Дифузія – поширення інновацій через ринкові або неринкові канали від першого здійснення будь-де у світі в інші країни та регіони, на інші ринки та на інші підприємства.

13. Інноваційне підприємство (організація) – юридична особа, що впроваджувала будь-яку інновацію за визначений період часу.

14. Інноваційно активне підприємство – підприємство, що в період обстеження займалося діяльністю, пов'язаною зі створенням інновацій, незалежно від того, чи призвела така діяльність до реального впровадження інновацій.

15. Співпраця з питань інновацій – активна участь разом з іншими підприємствами або організаціями в інноваційних проектах. При цьому обидва партнери не обов'язково мають на меті безпосереднє отримання прибутку. Наявність договорів, що не призводять до активної сумісної діяльності, не розглядається як співпраця.

16. Крім вищезазначених термінів, у Методологічних положеннях вживаються терміни, що тлумачать згідно з Положенням про Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України [8], Положенням про Реєстр статистичних одиниць та формування основ вибірки сукупностей одиниць статистичних спостережень за діяльністю підприємств [13] та глосарієм до плану статистичного спостереження, затверджений [11].

IV. Організація та проведення державних статистичних спостережень

1. Державні статистичні спостереження зі статистики інноваційної діяльності

До складу державних статистичних спостережень зі статистики інноваційної діяльності належать:

державне статистичне спостереження інноваційної діяльності промислового підприємства, що здійснюється за формою № 1-інновація (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства";

державне статистичне спостереження інноваційної діяльності підприємства, що здійснюється за формою № ІНН (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності підприємства".

Зазначені спостереження проводять по чергово: один рік – за формою № 1-інновація (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства", другий рік – за формою № ІНН (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності підприємства" і т.д.

2. Мета й основні характеристики державних статистичних спостережень

2.1. Метою проведення державних статистичних спостережень є формування інформації про результати інноваційної діяльності підприємств для аналізу інноваційної сфери та інформаційного забезпечення потреб користувачів.

2.2. Результатом державного статистичного спостереження інноваційної діяльності промислового підприємства є первинна й узагальнена інформація, яку використовують для визначення: витрат на інновації за видами витрат, джерелами фінансування; впровадження нової або вдосконаленої продукції за рівнем інноваційності; кількості впроваджених інноваційних видів продукції за видами; обсягу реалізованої інноваційної продукції; кількості впроваджених у виробництво нових технологічних процесів (нових або вдосконалених методів обробки або виробництва продукції) за видами.

2.3. Результатом державного статистичного спостереження інноваційної діяльності підприємства є первинна й узагальнена інформація щодо: продуктових, процесових, організаційних та маркетингових інновацій; видатків на інновації; інноваційних цілей; джерел інновацій; співпраці з іншими підприємствами (організаціями) в контексті інноваційної діяльності; чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності; використання методів стимулювання нових ідей та творчих підходів серед співробітників тощо.

2.4. Державні статистичні спостереження зі статистики інноваційної діяльності мають такі основні характеристики (табл. 1):

**Характеристика державних статистичних спостережень зі
статистики інноваційної діяльності**

Характеристики державного статистичного спостереження	Державні статистичні спостереження зі статистики інноваційної діяльності	
	промислового підприємства	підприємства
А	1	2
Форми, за якими здійснюються державні статистичні спостереження	№ 1-інновація (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства"	№ ІНН (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності підприємства"
Вид державного статистичного спостереження:		
– за ступенем охоплення одиниць	Несуцільне основного масиву	Несуцільне вибіркове
– за часом реєстрації даних	Періодичне	
Організаційна форма державного статистичного спостереження	Статистична звітність	
Спосіб проведення державного статистичного спостереження	Документальний облік	
Одиниця державного статистичного спостереження	Підприємство	
Респондент державного статистичного спостереження	Юридична особа	
Органи, що здійснюють державне статистичне спостереження	Держстат, його територіальні органи	
Місце проведення державного статистичного спостереження	Регіони України	
Національні та статистичні класифікатори, що використовуються при проведенні державного статистичного спостереження	КВЕД, СКОФ, КОАТУУ	КВЕД, СКОФ, КОАТУУ, КС

3. Інструментарій та програма державних статистичних спостережень.

3.1. Державне статистичне спостереження інноваційної діяльності промислового підприємства.

Інструментарієм для проведення спостереження є бланк форми № 1-інновація (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства" та роз'яснення щодо її заповнення.

Державне статистичне спостереження проводиться щодо всіх підприємств, які здійснюють види економічної діяльності промисловості.

Показники звіту відповідають даним документів бухгалтерського обліку – "Оборотно-сальдова відомість".

Державне статистичне спостереження інноваційної діяльності промислового підприємства є несуцільним спостереженням основного масиву, яке проводять один раз на два роки

Бланк за формою містить три розділи:

розділ 1 "Витрати на інновації за звітний рік" містить інформацію про витрати на інновації (за напрямками інновацій та джерелами фінансування);

розділ 2 "Інноваційна продукція (товари, послуги)" вміщує дані щодо впровадження нової або вдосконаленої продукції (у тому числі за ступенем новизни для ринку), а також щодо обсягу реалізованої інноваційної продукції, нової або вдосконаленої, за ступенем новизни для ринку (у тому числі за межами України);

розділ 3 "Інноваційні процеси" містить інформацію щодо впровадження нових технологічних процесів, а також щодо кількості придбаних (переданих) підприємством нових технологій (технічних досягнень) за формами придбання (передання).

3.2. Державне статистичне спостереження інноваційної діяльності підприємства.

Інструментарієм для проведення спостереження є бланк форми № ІНН (один раз на два роки) "Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства".

Державне статистичне спостереження проводиться щодо всіх підприємств, які здійснюють види економічної діяльності промисловості, оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, видавничої діяльності, телекомунікацій, комп'ютерного програмування, консультування та пов'язаної з ними діяльності, надання інформаційних послуг, фінансову та страхову діяльність, діяльність у сферах архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження (перелік видів діяльності може бути розширений).

Обстеження є несуцільним вибіркоvim та проводиться за спеціальною анкетною, розробленою за європейською методологією щодо обстеження інновацій у ЄС – Community Innovation Survey (CIS). Періодичність проведення обстеження згідно з рекомендаціями ЄС – один раз на два роки.

Обстеженням охоплені інновації продукту та процесу, а також передбачено отримання інформації щодо організаційних та маркетингових інновацій. Крім цього, збирається інформація щодо: видатків на інновації, джерел інформації (додаток 3), інноваційних цілей (додаток 4) та співпраці з іншими підприємствами та організаціями в контексті інноваційної діяльності; чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності (додаток 5); використання методів стимулювання нових ідей та творчих підходів серед співробітників тощо.

Обстеження направлене на отримання якісної інформації щодо інноваційної діяльності. Питання можуть стосуватися або одного року, або усього періоду спостереження (останні три роки). Перевагою застосування "багаторічного підходу" є перспектива отримання інформації щодо інноваційної активності підприємств, які не проводять інноваційну діяльність на регулярній основі.

4. Процедури проведення державних статистичних спостережень та поширення їх результатів

4.1. Форми № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки) складають юридичні особи відповідно до підпункту 4.3 цих Методологічних положень та подають на паперових носіях територіальному органу Держстату у терміни, визначені на бланках форм. Якщо респондент подає форму звітності як електронний звіт, то її подання здійснюється відповідно до затвердженого Держстатом Порядку подання електронної звітності до органів державної статистики.

4.2. На регіональному рівні обробки органи державної статистики здійснюють первинний аналіз даних, введення у відповідний комплекс електронної обробки статистичної інформації, логічний і арифметичний контролю (як вхідного, так і вихідного масиву даних) та передачу вивіреної інформації на вищий рівень розробки.

4.3. Результати державного статистичного спостереження за формами № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки) агрегують на державному рівні: зведена інформація по країні в цілому; за регіонами України, за видами економічної діяльності, за організаційними формами суб'єктів економіки та розміром підприємства за середньою кількістю працівників (для міжнародних порівнянь).

4.4. За результатами розробки даних за формами № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки) на підставі первинних звітів підприємств у розрізі регіонів органи державної статистики формують архів та часові ряди даних, що зберігаються у терміни, передбачені постановкою задачі на програмне забезпечення відповідних державних статистичних спостережень.

4.5. При поширенні даних користувачам органи державної статистики забезпечують дотримання конфіденційності даних.

4.6. Основними статистичними публікаціями зі статистики інноваційної діяльності є:

доповіді: "Інноваційна діяльність промислових підприємств України", "Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією)";

статистичні збірники: "Україна в цифрах у ____ році", "Регіони України", "Статистичний щорічник України", "Наукова та інноваційна діяльність в Україні";

статистична інформація для веб-сайту Держстату.

4.7. На запити користувачів органи державної статистики надають статистичну інформацію за формами № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки) у зведеному вигляді на паперових, магнітних та електронних носіях, засобами зв'язку (у т. ч. розміщення на веб-сайті) шляхом безпосереднього виписування у порядку та умовах, визначених Держстатом.

V. Формування та актуалізація сукупностей одиниць і переліків респондентів державних статистичних спостережень

1. Формування сукупностей одиниць і переліків респондентів державних статистичних спостережень

1. Формування генеральних сукупностей, сукупностей одиниць, які безпосередньо будуть досліджуватись за формами № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки), і переліків респондентів ДСС здійснюється щорічно у грудні звітного року *T*.

2. Формування генеральних сукупностей, сукупностей одиниць, які безпосередньо будуть досліджуватись, і переліків респондентів ДСС здійснюється на державному рівні.

3. Формування генеральної сукупності одиниць ДСС інноваційної діяльності промислових підприємств за формою № 1-інновація (один раз на два роки) здійснюється на основі РСО (у частині СРП) та включає одиниці, які є активними станом на 01 листопада звітного року *T*.

До генеральної сукупності одиниць включаються одиниці, які відповідають критеріям, наведеним у додатку 1.

4. Формування генеральної сукупності одиниць ДСС інноваційної діяльності підприємств за формою № ІНН (один раз на два роки) здійснюється на основі РСО (у частині СРП) та включає одиниці, які є активними станом на 01 листопада звітного року *T*.

До генеральної сукупності одиниць включаються одиниці, які відповідають критеріям, наведеним у додатку 2.

5. Сукупності одиниць, які безпосередньо будуть досліджуватися за формами № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки), дорівнюють генеральним сукупностям одиниць ДСС за цими формами.

6. На основі сукупностей одиниць, які безпосередньо будуть досліджуватись, формуються переліки респондентів за формами № 1-інновація (один раз на два роки) та № ІНН (один раз на два роки), до яких включаються юридичні особи, яким відповідають одиниці, що наявні в сукупностях одиниць ДСС.

2. Актуалізація сукупностей одиниць і переліків респондентів державних статистичних спостережень

Актуалізація сукупностей одиниць і переліків респондентів ДСС не здійснюється.

VI. Перелік основних розрахункових показників

1. Органи державної статистики для аналізу інноваційної діяльності промислових підприємств за формою державного статистичного спостереження № 1-інновація (один раз на два роки) розробляють такі показники:

1) кількість промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю (одиниць) – кількість промислових підприємств, що були задіяні в інноваційній діяльності.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); типи інновацій; види інноваційної діяльності.

2) інноваційна активність промислових підприємств (відсотки) – частка промислових підприємств, що були задіяні в інноваційній діяльності у загальній кількості промислових підприємств.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); типи інновацій; види інноваційної діяльності.

3) загальний обсяг витрат на інновації (тис. грн) – витрати підприємства на здійснення інновацій як нових для підприємства, так і нових для ринку, у тому числі на внутрішні науково-дослідні розробки (НДР), придбання НДР, машин, обладнання та програмного забезпечення, інших зовнішніх знань та інших витрат. Показник включає поточні та капітальні витрати.

Дані про витрати на інновації наводяться незалежно від того, на якій стадії перебуває інноваційний процес: на початковій стадії розробки нових або значно вдосконалених продуктів і процесів чи на проміжній стадії.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); види інноваційних витрат, джерела фінансування.

4) кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації (одиниць) – кількість промислових підприємств, що упроваджували нову або вдосконалену продукцію (за винятком простого перепродажу нових товарів, придбаних в інших підприємствах, і змін лише естетичного характеру).

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); інноваційна продукція за рівнем інноваційності.

5) кількість упроваджених (освоєних) інноваційних видів продукції (одиниць) – кількість упроваджених інноваційних видів продукції за звітний рік, з них окремо виділяють нові лише для підприємства. Інновація вважається впровадженою, якщо вона (її результат) потрапила на ринок.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); інноваційна продукція за рівнем інноваційності, види інноваційної продукції.

6) кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (одиниць) – загальна кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за звітний рік.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); інноваційна продукція за рівнем інноваційності, територіальне призначення.

7) обсяг реалізованої інноваційної продукції (тис. грн) – це обсяг реалізованої інноваційної продукції, що була заново упроваджена, зазнала суттєвих технологічних змін або вдосконалювалася протягом останніх трьох років (інноваційна продукція нова як для ринку, так і лише для підприємства).

Показник містить дані про обсяг реалізованої у звітному році продукції (товарів, послуг) без ПДВ, визначені за ціною продажу відвантаженої готової продукції (товарів, послуг), що зазначена в оформлених як підстава для розрахунків з покупцями (замовниками) документах (уключаючи продукцію (товари, послуги) за бартерним контрактом), за вирахуванням ПДВ.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); інноваційна продукція за рівнем інноваційності; територіальне призначення.

8) кількість промислових підприємств, що впроваджували інноваційні процеси (одиниць) – кількість промислових підприємств, що у звітному році впроваджували інноваційні процеси.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); види інноваційних процесів.

9) кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів (нових або вдосконалених методів обробки або виробництва продукції) (одиниць) – кількість упроваджених у звітному році нових технологічних процесів (нових або вдосконалених методів обробки або виробництва продукції).

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); види технологічних процесів.

10) кількість придбаних (переданих) підприємствами нових технологій (технічних досягнень) (одиниць) – загальна кількість придбаних і переданих підприємствами нових технологій чи окремих технічних досягнень.

До кількості придбаних (переданих) нових технологій включають придбані (передані) технології за договорами про придбання (передання) разом з правами на патенти, за ліцензіями або ліцензійними договорами на використання об'єктів промислової власності, результатів виконаних науково-технічних робіт, що придбаваються (передаються) у розукомплектованому вигляді, разом із цілеспрямованим прийомом (переходом) на роботу кваліфікованих спеціалістів, які володіють знаннями і досвідом у використанні цих технологій та застосуванні їх у виробництві продукції, та інші технології. Підприємство може придбати (передати) технологію як у матеріальній, так і в нематеріальній формі.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); форми придбання (передання) нових технологій; територіальне призначення.

11) кількість підприємств, що придбали та передали нові технології (технічні досягнення) – кількість підприємств, що придбали та передали нові технології (технічні досягнення) у звітному році.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); форми придбання (передання) нових технологій; територіальне призначення.

2. Для аналізу інноваційної діяльності підприємств за формою державного статистичного спостереження № ІНН (один раз на два роки) розробляються такі основні показники:

1) кількість інноваційно активних підприємств (одиниць) – кількість підприємств, що в період обстеження займались інноваційною діяльністю.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); типи інновацій; напрями інноваційної діяльності; рівень новизни інноваційного продукту; розмір підприємства за середньою кількістю працюючих; джерела інформації; місце розташування партнерів; види інноваційних процесів.

2) кількість підприємств із технологічними інноваціями (одиниць) – кількість підприємств, що в період обстеження займалися технологічними інноваціями.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); стан здійснення технологічних інновацій; напрями інноваційної діяльності; рівень новизни інноваційного продукту; розмір підприємства за середньою кількістю працюючих; джерела інформації; місце розташування партнерів по співпраці.

3) середня кількість працівників на інноваційно активних підприємствах (осіб) – кількість осіб, які працюють на підприємствах, що в період обстеження займалися інноваційною діяльністю.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); типи інновацій, розмір підприємства за середньою кількістю працюючих.

4) Обсяг витрат на інноваційну діяльність (тис. грн) – витрати, що здійснили підприємства на розробку інновацій (включаючи заробітну плату найманих працівників).

До обсягу витрат на інновації включають витрати на внутрішні НДР (включаються капітальні витрати на споруди й обладнання для виконання НДР), придбання НДР, машин, обладнання та програмного забезпечення (за винятком витрат на обладнання для НДР), придбання зовнішніх знань.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); види інноваційних витрат, типи інновацій; напрями інноваційної діяльності; розмір підприємства за середньою кількістю працюючих.

5) загальний обсяг реалізованої продукції (послуг) інноваційно активними підприємствами (тис. грн) – обсяг продукції, що була реалізована за період, указаний в обстеженні, визначається за ціною продажу відвантаженої за межі організації готової продукції (виконаних робіт, послуг), що зазначена в оформлених як підстава для розрахунків з покупцями (замовниками) документах, незалежно від надходження платежів у відпускних цінах підприємства без податку на додану вартість, акцизного збору та інших непрямих податків.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ); види економічної діяльності (КВЕД); організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ); типи інновацій; розмір підприємства за середньою кількістю працюючих; інноваційна продукція за рівнем інноваційності.

6) обсяг реалізованої інноваційної продукції (послуг) (відсотки) – частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (послуг) підприємствами.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ), види економічної діяльності (КВЕД), організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ), розмір підприємства за середньою кількістю працюючих, інноваційна продукція за рівнем інноваційності.

7) загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності (тис. грн) включає надходження від різних джерел фінансування на покриття витрат на інноваційну діяльність підприємства.

Розробка показника ведеться за класифікаційними ознаками: місцезнаходження статистичної одиниці (КОАТУУ), види економічної діяльності (КВЕД), організаційні форми суб'єктів економіки (СКОФ), розмір підприємства за середньою кількістю працюючих, джерела фінансування.

VII. Конфіденційність

Політика у сфері захисту конфіденційної статистичної інформації забезпечується шляхом захисту первинних даних, отриманих органами державної статистики від респондентів у ході проведення державного статистичного спостереження, а також статистичної інформації, на підставі якої можна визначити інформацію щодо конкретного респондента. Так, при поширенні статистичних даних користувачам органи державної статистики здійснюють контроль дотримання правил конфіденційності даних згідно із Законом України "Про державну статистику", Політики Держкомстату у сфері захисту конфіденційної статистичної інформації.

Заступник директора департаменту
статистики послуг Держстату

О. О. Кармазіна

Додаток 1
до Методологічних положень
(пункт 3 глави 1 розділу V)

**Критерії формування генеральної сукупності одиниць
державного статистичного спостереження
(за формою № 1-інновація (один раз на два роки))**

№ п/п	Критерії	Класифікації та довідники	Ознака критеріїв
1.	Інституційний сектор економіки	KICE	S.11
2.	Тип статистичної одиниці	—	підприємство
3.	Організаційно-правова форма господарювання	КОПФГ	120-193, 230-270, 310, 510-590
4.	Вид економічної діяльності	КВЕД	секції В, С, D, E
5.	Розмір підприємства	—	підприємства із середньою кількістю працівників 50 осіб і більше
6.	Ознака економічної активності	—	активне
7.	Додаткові критерії	—	не застосовуються

Додаток 2
до Методологічних положень
(пункт 4 глави 1 розділу V)

**Критерії формування генеральної сукупності одиниць
державного статистичного спостереження
(за формою № ІНН (один раз на два роки))**

№ п/п	Критерії	Класифікації та довідники	Ознака критеріїв
1.	Інституційний сектор економіки	KICE	S.11, S.12
2.	Тип статистичної одиниці	—	підприємство
№ п/п	Критерії	Класифікації та довідники	Ознака критеріїв
3.	Організаційно-правова форма господарювання	КОПФГ	120-193, 230-270, 310, 510-590
4.	Вид економічної діяльності	КВЕД	секції В, С, D, Е, Н, J, К, розділ 46 секції G, розділи 71-73 секції М
5.	Розмір підприємства	—	підприємства із середньою кількістю працівників 10 осіб і більше
6.	Ознака економічної активності	—	активне
7.	Додаткові критерії	—	не застосовуються

Додаток 3
до Методологічних положень зі
статистики інноваційної діяльності
(абзац 3 пункту 4 розділу III)

Зміни, які не визнаються інноваціями

1. Припинення використання якогось процесу, методу маркетингу або організації чи продажу якогось продукту, навіть якщо це поліпшує функціонування підприємства.

2. Просте переміщення або розширення капіталу – придбання устаткування, ідентичного тому, що вже використовується, або невеликі доповнення і модернізація вже існуючого устаткування або програмного забезпечення – не є процесовими інноваціями. Придбане устаткування та доповнення до нього повинні бути одночасно новими для фірми і мати істотно кращі характеристики або суттєво поліпшувати властивості всього парку устаткування.

3. Зміни, які зумовлені виключно варіацією цін на фактори виробництва. Наприклад, якщо та сама модель персонального комп'ютера збирається і продається за зниженою ціною лише тому, що знизилися ціни на комп'ютерні чіпи.

4. Пристосування до запитів користувачів – виробництво на замовлення товарів (виконання одиничних або комплексних замовлень своїх клієнтів), які не мають істотних відмінностей від тих, що вироблялися підприємством раніше. Це стосується лише випадків змін у продукті в інтересах споживача, але не впровадження практики виробництва на замовлення. Наприклад, об'єднання операцій з виробництва, продажу й доставки може бути організаційною інновацією.

5. Регулярні сезонні та інші зміни, що повторюються. Це стосується значною мірою швейного і взуттєвого виробництва, де відбуваються сезонні зміни в типах товарів, які супроводжуються змінами вигляду відповідних продуктів. Наприклад, виготовлення і виставляння на продаж виробником одягу нових сезонних моделей курток, якщо ці куртки не виготовлені з тканини зі значно поліпшеними властивостями. Однак якщо сезонні зміни є приводом для фундаментальної зміни вигляду товару, здійснюваної в розвиток нового маркетингового підходу, який уперше використовується підприємством, це можна вважати маркетинговою інновацією.

Додаток 4
до Методологічних положень зі
статистики інноваційної діяльності
(пункт 11 розділу III)

Відмінності та граничні ситуації, за якими розрізняють типи інновацій

1. Основна ознака, що відрізняє продуктові інновації від маркетингових, – наявність значної зміни у функціях або в способах використання продукту. Товари або послуги, що мають значно поліпшені функціональні або споживчі характеристики порівняно з уже існуючими, є продуктовими інноваціями. З іншого боку, прийняття нової концепції маркетингу, що припускає значну зміну в дизайні будь-якого вже існуючого продукту, є маркетинговою інновацією, але не продуктовою, оскільки функціональні або споживчі характеристики продукту не зазнали істотних змін. Наприклад, одяг, вироблений з використанням нових матеріалів з поліпшеними характеристиками (повітропроникність, водостійкість тощо), є продуктовою інновацією, але перша поява на ринку нового фасону одягу, розрахованого на нову групу споживачів, або такого, що підвищує рівень винятковості (що, відповідно, дозволяє установити більш високу торговельну націнку порівняно з попередньою версією того самого продукту), є маркетинговою інновацією.

2. Інновації можуть уважатися одночасно як продуктовими, так і маркетинговими, якщо в уже існуючу продукцію вносяться такі зміни, які істотно змінюють і її функції, і способи використання, й одночасно форму, вигляд або упакування продукції, що є частиною нової маркетингової концепції.

3. І процесові, і маркетингові інновації можуть уключати нові методи просування інформації або товарів, але їхні цілі різні. Продуктові інновації стосуються методів виробництва і доставки, а також різноманітної допоміжної діяльності, маючи на меті зниження собівартості або підвищення якості продукції. Водночас метою маркетингових інновацій є збільшення обсягів продажу або частки ринку (в останньому випадку – за рахунок змін у позиціонуванні або репутації продукту).

4. Граничні ситуації виникають, якщо маркетингові інновації включають освоєння нових шляхів реалізації. Наприклад, інновації, що передбачають установлення нового шляху реалізації (наприклад, нового способу продажу товарів і послуг споживачам), можуть уключати ще й упровадження нових методів логістики (наприклад, транспортування, складування й обробки продукції). Якщо ці інновації націлені одночасно на збільшення продажу і зниження питомих витрат на розподіл, вони повинні вважатися і процесовими, і маркетинговими.

5. Необхідно відрізняти процесові інновації від організаційних, оскільки багато інновацій мають ознаки обох типів. Наприклад, упровадження нових процесів може містити також перше використання нових методів організації, таких як бригадний метод. Такі організаційні інновації, як перше впровадження системи наскрізного керування якістю, можуть містити значні вдосконалення в методах виробництва, наприклад системи виробничої логістики для виключення певних типів браку або нові більш ефективні інформаційні системи на основі нового програмного забезпечення і нового ІКТ-устаткування.

6. Головною ознакою для розрізнення процесових та організаційних інновацій є вид діяльності. Процесові інновації пов'язані головним чином з упровадженням нового обладнання, програмного забезпечення і конкретних технологій або процесів, тоді як організаційні інновації стосуються в першу чергу персоналу й організації робіт. Для розрізнення цих двох типів у складних випадках необхідно проаналізувати таке: якщо інновація містить нові або значно поліпшені методи виробництва або постачання, націлені на скорочення питомих витрат або підвищення якості продукції – це процесова інновація; якщо інновація містить перше використання нових методів організації в діяльності підприємства, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків – це організаційна інновація; якщо інновація містить як нові або значно поліпшені методи виробництва або постачання, так і перше використання нових методів організації – це одночасно і процесова, й організаційна інновація.

7. Граничні ситуації можуть виникати у випадках інновацій, що включають перше впровадження й маркетингових, і організаційних методів. Як зазначено вище, якщо інновація має ознаки обох типів, тоді це одночасно й маркетингова, і організаційна інновація. Однак організаційні інновації, що стосуються діяльності з продажу (наприклад, об'єднання відділу продажу з іншими відділами), але не включають упровадження нових методів маркетингу, не є маркетинговими інноваціями.

Додаток 5
до Методологічних положень зі
статистики інноваційної діяльності
(абзац 5 підпункту 3.2 пункту 3
розділу IV)

Перелік джерел інформації для здійснення інноваційної діяльності

Види джерел	Джерела інформації
Внутрішні	Фахівці підприємства або групи підприємств
Ринкові	Постачальники обладнання, матеріалів, компонентів чи програмного забезпечення
	Клієнти чи покупці
	Конкуренти чи інші підприємства галузі, до якої відноситься підприємство
	Консультанти, фахівці комерційних лабораторій або приватних науково-дослідних інститутів
Інституційні	Університети та інші вищі навчальні заклади
	Державні науково-дослідні інститути
Інші	Конференції, торгові ярмарки, виставки
	Наукові журнали та торгові/технічні публікації
	Професійні та промислові асоціації

Додаток 6
до Методологічних положень зі
статистики інноваційної діяльності
(абзац 5 підпункту 3.2 пункту 3
розділу IV)

Перелік цілей технологічних інновацій:

розширити номенклатуру товарів або послуг;
замінити застарілі продукти або процеси;
вийти на нові ринки чи збільшити частку ринку;
поліпшити якість товарів або послуг;
скоротити час, необхідний для виходу інновації на ринок;
підвищити гнучкість при виробництві товарів або послуг;
збільшити потужності для виробництва товарів або послуг;
зменшити витрати праці на одиницю продукції;
зменшити витрати матеріалів та енергії на одиницю продукції;
зменшити вплив на навколишнє середовище;
поліпшити якість здоров'я та рівень безпеки.

Додаток 7
до Методологічних положень зі
статистики інноваційної діяльності
(абзац 5 підпункту 3.2 пункту 3
розділу IV)

Перелік чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності

Цінові чинники	Відсутність коштів у межах підприємства або групи підприємств
	Відсутність фінансування з джерел за межами підприємства
	Занадто високі витрати на інноваційну діяльність
Інформаційні чинники	Відсутність кваліфікованого персоналу
	Відсутність інформації про технології
	Відсутність інформації про ринки
	Труднощі знаходження партнерів для інноваційної діяльності
Ринкові чинники	На ринку домінують певні підприємства
	Невизначений попит на інноваційні товари чи послуги
Причини інноваційної бездіяльності	Немає необхідності у зв'язку з попередньою інноваційною діяльністю підприємства
	Не потрібно у зв'язку з невизначеним попитом або відсутністю попиту на інновації

Додаток 8
до Методологічних положень зі
статистики інноваційної діяльності
(розділ VI)

Класифікаційні ознаки розрахункових показників

Види інноваційної діяльності:

внутрішні науково-дослідні розробки;
зовнішні науково-дослідні розробки;
придбання машин, обладнання та програмного забезпечення;
придбання інших зовнішніх знань;
навчання та підготовка персоналу;
ринкове впровадження інновацій;
інші роботи.

Джерела фінансування:

власні кошти;
кошти державного бюджету;
кошти місцевих бюджетів;
кошти позабюджетних фондів;
кошти вітчизняних інвесторів;
кошти іноземних інвесторів;
кредити;
кредити на пільгових умовах;
кошти інших джерел.

Територіальне призначення інновацій:

у межах України;
регіон, в якому знаходиться підприємство;
інші регіони України
за межами України:
країни Європи та асоційовані країни (Австрія, Албанія, Бельгія, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Велика Британія, Греція, Данія, Естонія, Ірландія, Ісландія, Іспанія, Італія, Кіпр, Латвія, Ліхтенштейн, Литва, Люксембург, Македонія, Мальта, Нідерланди, Німеччина, Норвегія, Польща, Португалія, Румунія, Сербія, Словаччина, Словенія, Туреччина, Угорщина, Фінляндія, Франція, Хорватія, Чехія, Чорногорія, Швейцарія та Швеція;
інші.

Рівень новизни інноваційної продукції:

нова для ринку;
нова виключно для підприємства.

Види інноваційних процесів:

нові або вдосконалені методи обробки або виробництва продукції (технологічні процеси);
нові або вдосконалені методи логістики, доставки або розповсюдження продукції;
нова або вдосконалена діяльність з підтримки процесів, таких як системи матеріально-технічного обслуговування або операції щодо закупівель, обліку чи розрахунків.

Види технологічних процесів:

маловідходні, ресурсозберігаючі;
інші.

Форми придбання (передання) нових технологій:

права на патенти, ліцензії на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей;
результати досліджень та розробок;
ноу-хау, угоди на придбання (передачу) технологій;
придбання (продаж) устаткування;
цілеспрямований прийом (перехід) на роботу кваліфікованих фахівців;
інші.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV станом на 20.09.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV станом на 30.09.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
3. Закон України "Про інформацію" від 02.10.92 № 2657-XII станом на 15.07.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1170-18>
4. Закон України "Про державну статистику" від 02.10.92 № 2657-XI станом на 19.04.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2614-12>
5. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 № 40– IV станом на 05.12.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
6. Закон України "Про наукову та науково-технічну діяльність" від 13.12.91 № 1977-XII станом на 17.05.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1977-12>
7. Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців" від 15.05.2003 № 755-IV станом на 30.09.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15>
8. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Положення про Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України" від 22.01.1996 № 118 станом на 04.02.2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/118-96-%D0%BF>
9. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р "Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-%D1%80?nreg=680-2009-%F0&find=1&text=%F1%F2%E0%F2%E8%F1%F2%E8&x=2&y=9>
10. Структура плану статистичного спостереження, затверджена Наказом Держкомстату від 29.12.2009 № 498 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/plan_stat/2011_2012/glos_12.htm
11. Глосарій до плану статистичного спостереження, затверджений наказом Держкомстату від 29.12.2009 № 498 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csrv2.ukrstat.gov.ua/metod_polog/glos.htm
12. Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev. 2, 2006): ДК 009:2010 [Електронний ресурс]. — [Чинний від 2010–10–11]. – Режим доступу: http://csrv2.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/op_dk009.htm
13. Положення про Реєстр статистичних одиниць та формування основ вибірки сукупностей одиниць статистичних спостережень за діяльністю підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csrv2.ukrstat.gov.ua/edrpoyp/prso.htm>

14. Методика формування вибіркової сукупності для проведення державного статистичного спостереження інноваційної діяльності підприємств, затверджена наказом Держстату від 31.12.2014 № 418. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csrv2.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2014/418/metod_inov_vybir_obs.zip

15. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / Совместная публикация ОЭСР и Евростата. – [Третье изд.] – М.: ЦИСН, 2010. – 192 с.

16. The Community Innovation Survey 2014 Methodological recommendations.