

Opt din zece români considera inovatia o oportunitate de economisire si crestere a eficientei (studiu)

Opt din zece români considera inovatia o oportunitate de economisire si crestere a eficientei, aceasta fiind puternic asociata cu tehnologie avansata si creativitate, reiese din rezultatele unui studiu de specialitate, publicat marti.

Rezultatele cercetarii realizate de Reveal Marketing Research arata ca românii vad inovatia ca un motor al progresului, fiind puternic asociata cu atribute precum tehnologie avansata (55%), creativitate (51%) si eficienta (43%).

"Persoanele peste 55 de ani cu o experienta mai mare asupra evolutiei tehnologice, tind sa asocieze inovatia cu creativitatea (64%), percepând-o ca pe o abilitate de a depasi conventionalul, în timp ce tinerii între 18-30 de ani, care au fost expusi constant la tehnologie si schimbari rapide, pun mai mult accent pe atributul adaptabilitate al inovatiei (25% comparativ cu 18% total esantion)", sustin autorii studiului.

Referitor la principiile fundamentale ale inovatiei, 27% dintre români considera ca aceasta este strâns legata de dezvoltarea de produse si servicii noi si unice, procentul fiind mai mare în rândul persoanelor cu venituri peste 10.000 lei (39%), precizeaza sursa citata.

Totodata, 19% considera inovatia strâns legata de utilizarea tehnologiilor avansate, iar alti 19% o asociaza cu îmbunatatirea continua a proceselor si produselor.

Aproximativ 86% dintre respondenti considera inovatia esentiala pentru progresul societatii, în special persoanele peste 55 de ani (95%) si cele cu venit ridicat (92%), în timp ce 82% sunt de acord ca inovatia îmbunatateste accesul la educatie si informatii.

Mai mult decât atât, 79% se declara interesati sa foloseasca produse si servicii inovatoare, iar 78% sunt de parere ca inovatia contribuie la reducerea costurilor si cresterea eficientei.

Cele mai comune comportamente legate de utilizarea produselor si serviciilor inovatoare sunt utilizarea aplicatiilor digitale si a serviciilor online noi (67%), întâlnita în mai mare masura în rândul tinerilor între 18-30 de ani (70%), si recomandarea produselor si serviciilor inovatoare pe care le-au încercat (64%), precizeaza autorii cercetarii.

Principalele beneficii ale produselor inovatoare sunt confortul adus (80%), economia de timp (77%) si eficienta mai mare fata de cele traditionale (71%).

În general, românii aleg produse si servicii în functie de criterii precum adaptabilitatea acestora la nevoile personale (84%) si usurinta în utilizare (83%), acest din urma criteriu fiind mai important pentru persoanele de peste 55 de ani (88%).

Daca ne referim la produsele si serviciile inovatoare, acestea sunt apreciate în special pentru beneficii precum confortul adus (80%), economia de timp (77%) si eficienta mai mare fata de cele traditionale (71%).

"Inovatia reprezinta un angajament atât pentru succesul companiilor, cât si pentru progresul întregii societati. Românii vad în inovare o sursa de confort, eficienta si optimizare a costurilor, iar faptul ca 8 din 10 români se

declara interesati sa foloseasca produse si servicii inovatoare demonstreaza impactul real si pozitiv pe care aceste solutii îl au asupra vietii de zi cu zi", a declarat Marius Luican, director general Reveal Marketing Research, citat în comunicat.

Cele mai inovatoare domenii percepute de români sunt Electronice, Gadgeturi & Electrocasnice (69%), Tehnologie, Software & Telecomunicatii (65%) si Constructii & Imobiliare (26%). Pe de alta parte, în topul domeniilor cu cea mai mare nevoie de inovatie regasim Educatie & Formare Profesionala (44%), Sanatate & Industria Farmaceutica (42%) si Energie & Utilitati (35%), mentioneaza sursa citata.

Promovarea inovatiei joaca un rol important în decizia de cumparare atunci când subliniaza cresterea confortului si a calitatii vietii (85%) si îmbunatatirea sigurantei consumatorilor (82%).

Mai mult decât atât, cele mai atractive mesaje de comunicare pun accent pe beneficii functionale si practice, precum impactul asupra calitatii vietii (66%), demonstratiile practice ale produsului (62%) si rezultate clare si masurabile (60%).

Totodata, 68% dintre consumatori considera ca initiativele si masurile legate de inovatie contribuie la îmbunatatirea imaginii companiilor, procentul fiind semnificativ mai ridicat în rândul celor cu vârste între 46-55 de ani (76%) si peste 55 de ani (79%).

În viziunea românilor, principalele actiunile prin care companiile pot sustine inovatia în România sunt investitiile în cercetare si dezvoltare (54%), crearea de produse care raspund nevoilor reale (48%) si organizarea de campanii de educare a consumatorilor (41%).

Studiul a fost realizat în perioada 24 februarie - martie 2025, pe un esantion de 1.005 respondenti, esantion reprezentativ pentru universul persoanelor cu vârsta 18+ din România, utilizatori de internet, din mediul urban. Eroarea maxima de esantionare pentru targetul general este +/-3,1% la un nivel de încredere de 95%.

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development.