Impactul crizei financiare asupra cheltuielilor de Cercetare-Dezvoltare în companiile româneşti

The impact of financial crisis on R&D spending in Romanian companies.

Sociolog

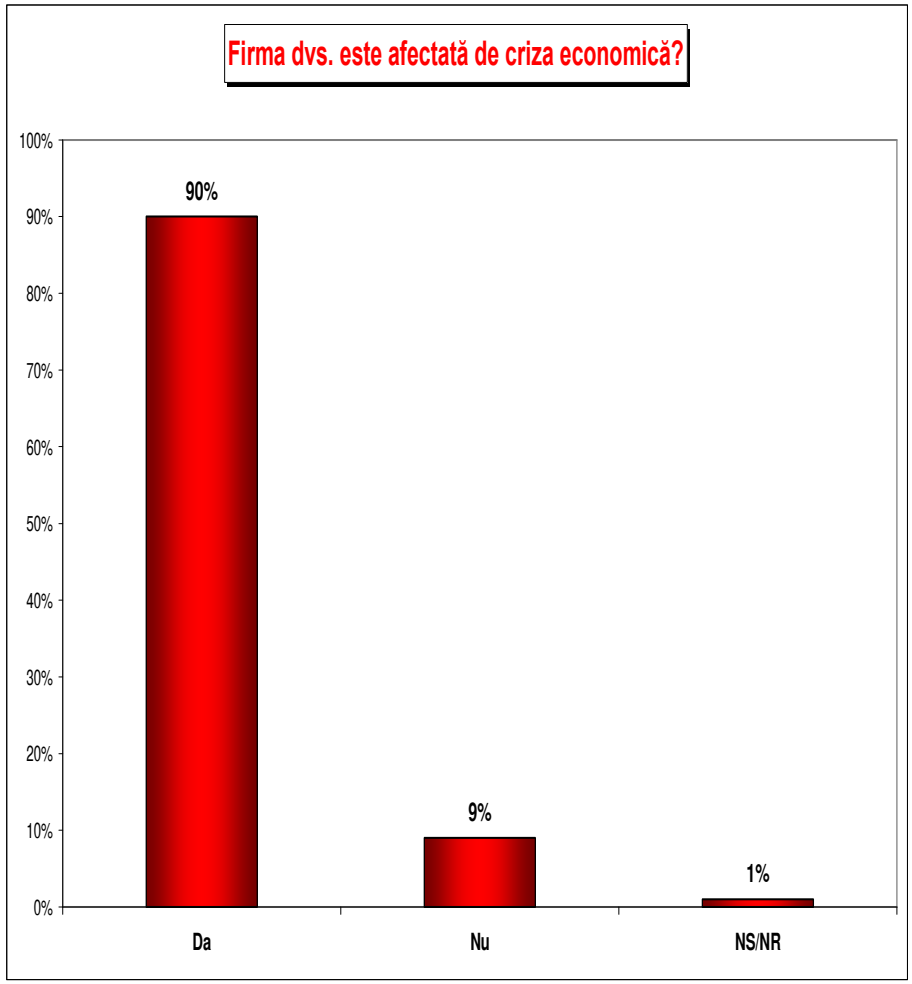
Ionela Şufaru – CURS

Center for Urban and Regional Sociology-CURS,
21 Tudor Arghezi, Sector 2, Bucharest, Romania
Tel/fax: +4021 317 88 88, www.curs.ro

Aproximativ 90% dintre firmele româneşti au fost afectate de criză în 2009

Conform unui studiu realizat de CURS în iunie-iulie 2009, circa 90% dintre reprezentanții firmelor intervievate apreciază că firma lor a fost afectată de criza economică. Prin urmare, putem spune că doar una din zece firme nu resimțea, în niciun fel, la momentul realizării sondajului, impactul crizei economice, aşa cum rezultă din graficul următor.

Studiul CURS a fost realizat la cererea FNGCIMM, pe un eşantion de 600 firme reprezetnative pentru segmentul IMM-urilor din România; marjă maximă de eroare de +/-4%, la un nivel de încredere de 95%. Instrument: chestionar semi-structurtat, aplicat față în față.



În medie, vânzările firmelor afectate de criză au scăzut cu circa 38%.

- Cel mai direct şi vizibil efect major al crizei este legat de diminuarea vânzărilor produselor sau serviciilor firmei. Astfel, conform aprecierilor efectuate de repretentanții IMM-urilor, vânzările lor au scăzut în prima jumătate a anului 2009 cmparativ cu cu un an în urmă, aceeaşi perioadă, cu procente diferite care variază de la 1% până la 100%; cele mai multe dintre ele având o diminuare a vânzărilor de circa o treime.

- În medie, vânzările firmelor afectate de criză au scăzut cu circa 38%.

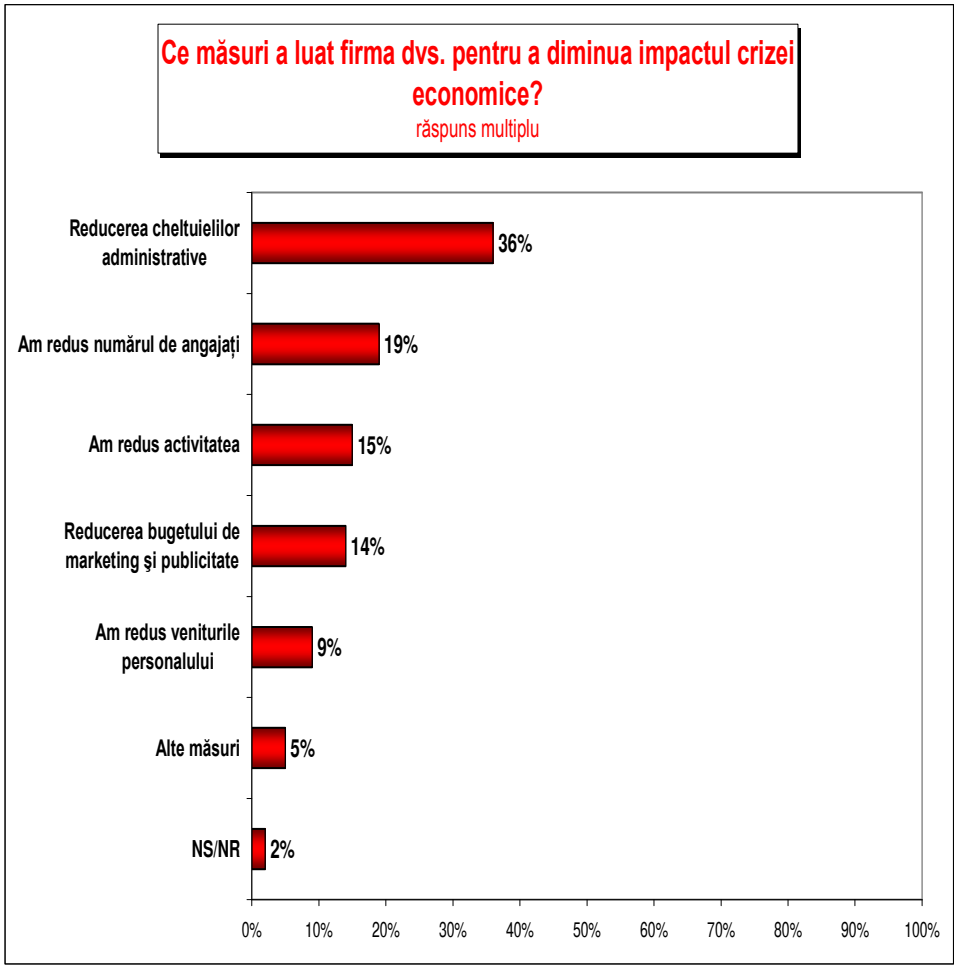
Firmele inovative au raportat cu o probabilitate mai mare declinul vânzărilor

- O analiză a Băncii Mondiale a arătat că firmele inovative, cele care au raportat că au introdus produse/servicii noi în perioada 2005-2007, au raportat o scădere a vânzărilor, în medie, cu 0,29%, mai mare decât în cazul companiilor noninovative.

- Mai mult, în funcție de domenii de activitate, număr de salariați, activitate de export şi inovativitate, acest ecart este şi mai mare ajungând la 7,1%, in medie, sădere a veniturilor în companiile inovative comparativ cu cele noninovative. Astfel de rezultate au fost înregistrate mai ales în Letonia, Lituania şi Turcia. (a se vedea: http://www.enterprisesurveys.org)

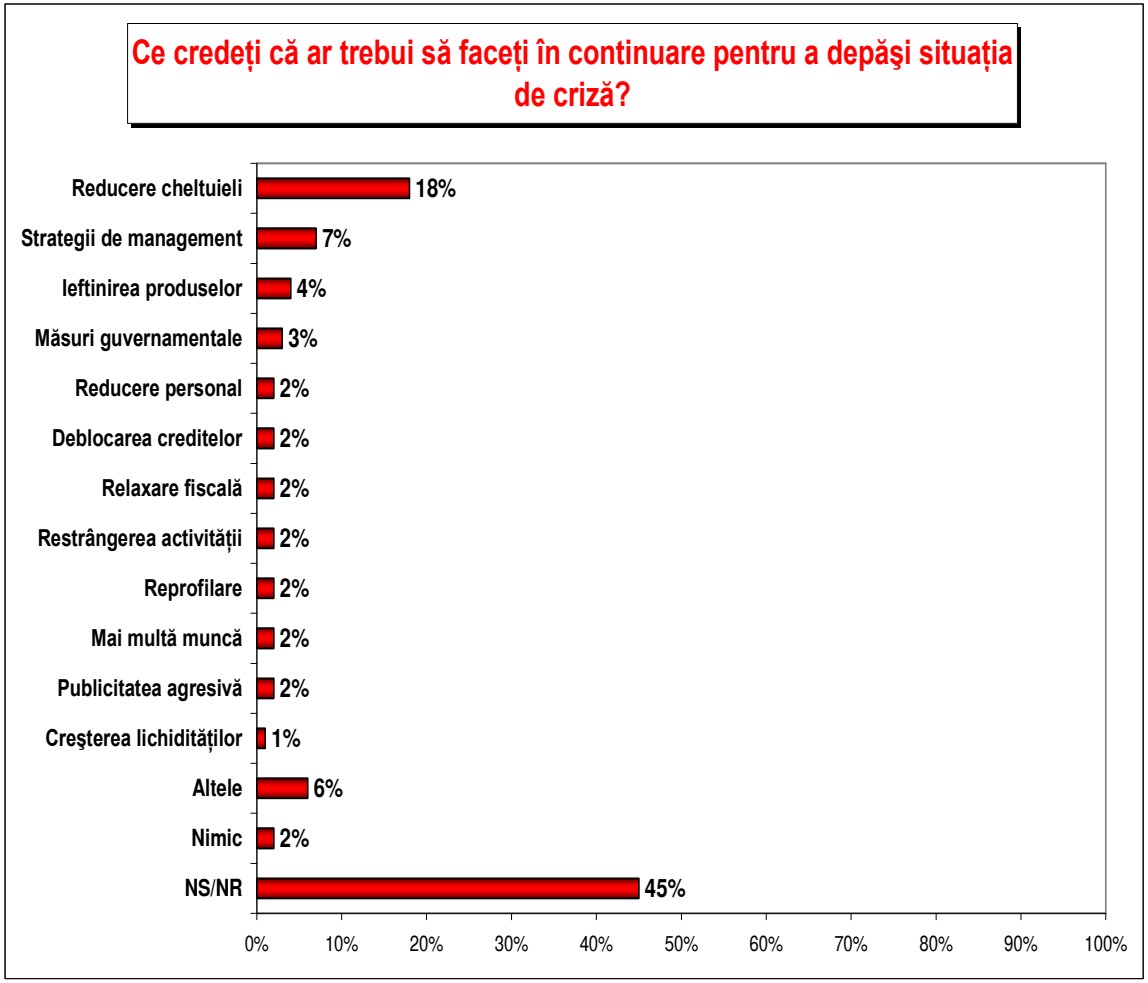
Deşi reducerea cheluielilor a fost măsura luată de cele mai multe firme pentru a reduce efectele crizei, bugetele de marketing au fost şi ele diminuate în 14% dintre companii.

Pentru a diminua efectele negative ale crizei economice, firmele au luat diferite măsuri, dintre care cele mai importante sunt: reducerea cheltuielilor administrative - 36%; reducerea numărului de angajați – 19%, reducerea activității – 15%, reducerea bugetului de marketing şi publicitate – 14%, reducerea veniturilor personalului – 9%. În fapt, majoritatea firmelor au luat mai multe măsuri de diminuare a impactului crizei economice.



Aproape jumătate dintre manageri nu ştiau ce ar trebui făcut în continuare pentru depăşirea situației de criză.

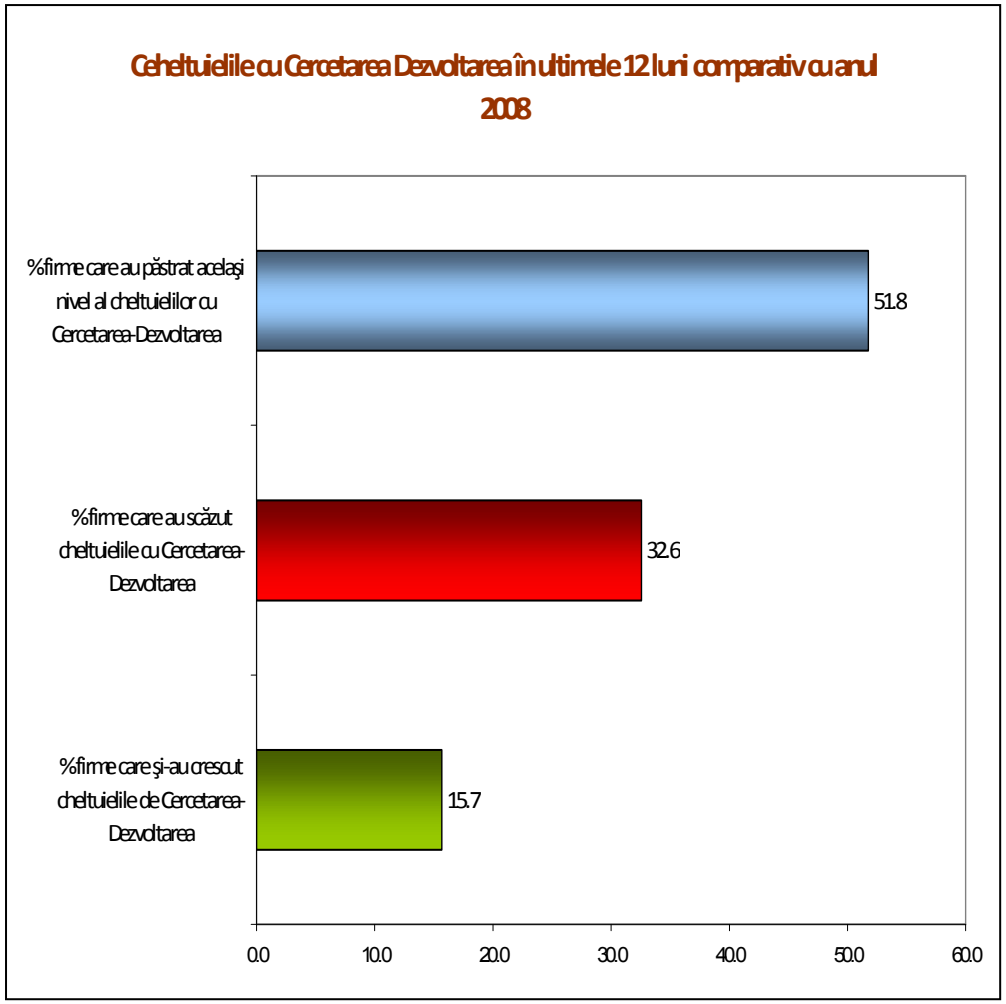
Managerii considerau că pentru a depăşi situația de criză va fi în continuare nevoie şi la alte măsuri decât cele amintite, cum ar fi: **strategii noi de management**, **scăderea prețurilor unor produse/servicii**, **reprofilarea strategică**, etc. Este invocată, de asemenea, necesitatea unor măsuri guvernamentale în acest sens. Din păcate, aproape jumătate dintre reprezentanții firmelor nu ştiu ce ar trebui să facă în continuare pentru a depăşi situația de criză.



Circa 3 din 10 firme româneşti şi-au redus bugetul de Cersetare-Dezvoltare în 2009.

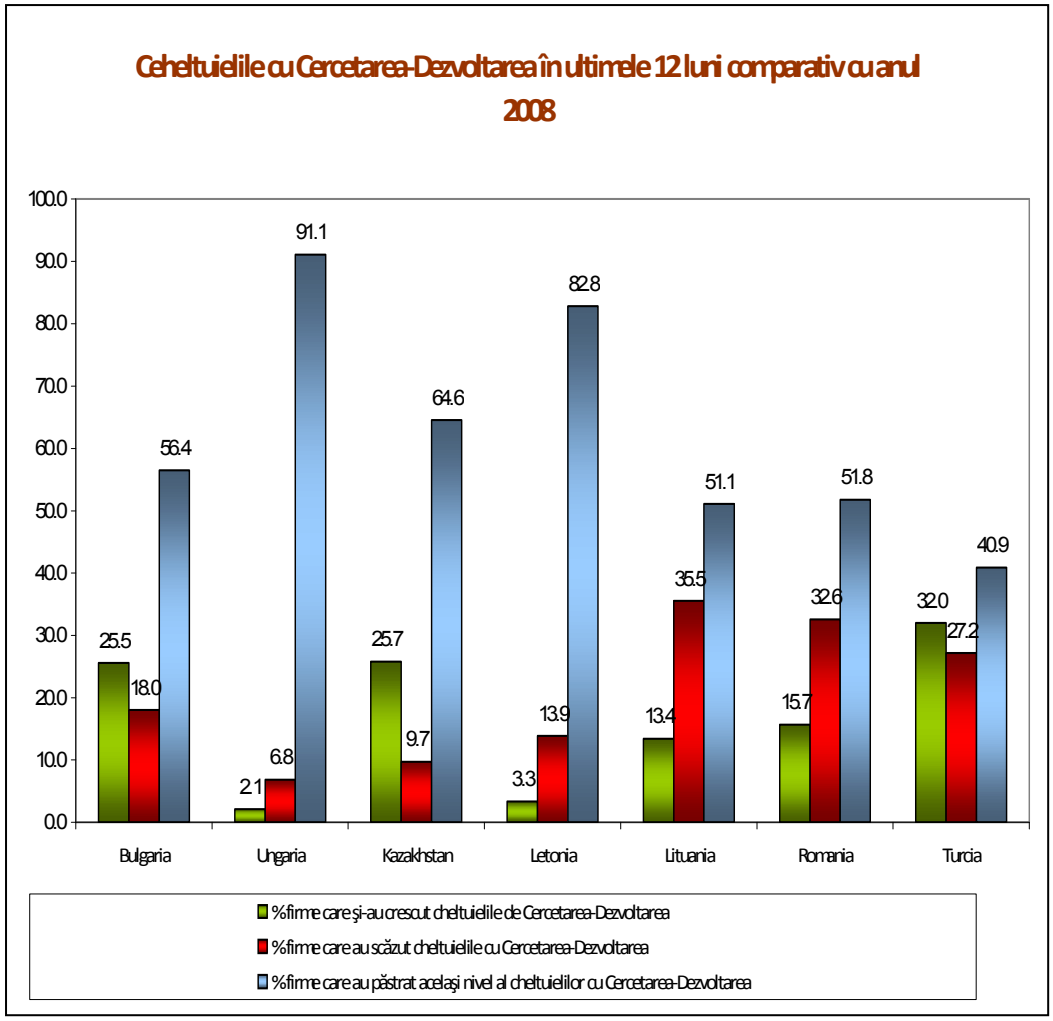
- Deşi investirea în Cercetarea-Dezvoltarea ar trebui să fie una dintre strategiile companiilor pentru depăşirea crizei financiare – noi idei, noi produse adaptate la noile condiții ale pieței -, circa 3 din 10 firme româneşti au redus bugetele de cercetare-dezvoltare în 2009 comparativ cu 2008.

- E drept că politicile anticriză ale guvernului/guvernelor nu au fost în sensul încurajării dezvoltării ci mai degrabă împotriva unui sprijin pentru readaptarea economiei reale la un nou comportament de consum.



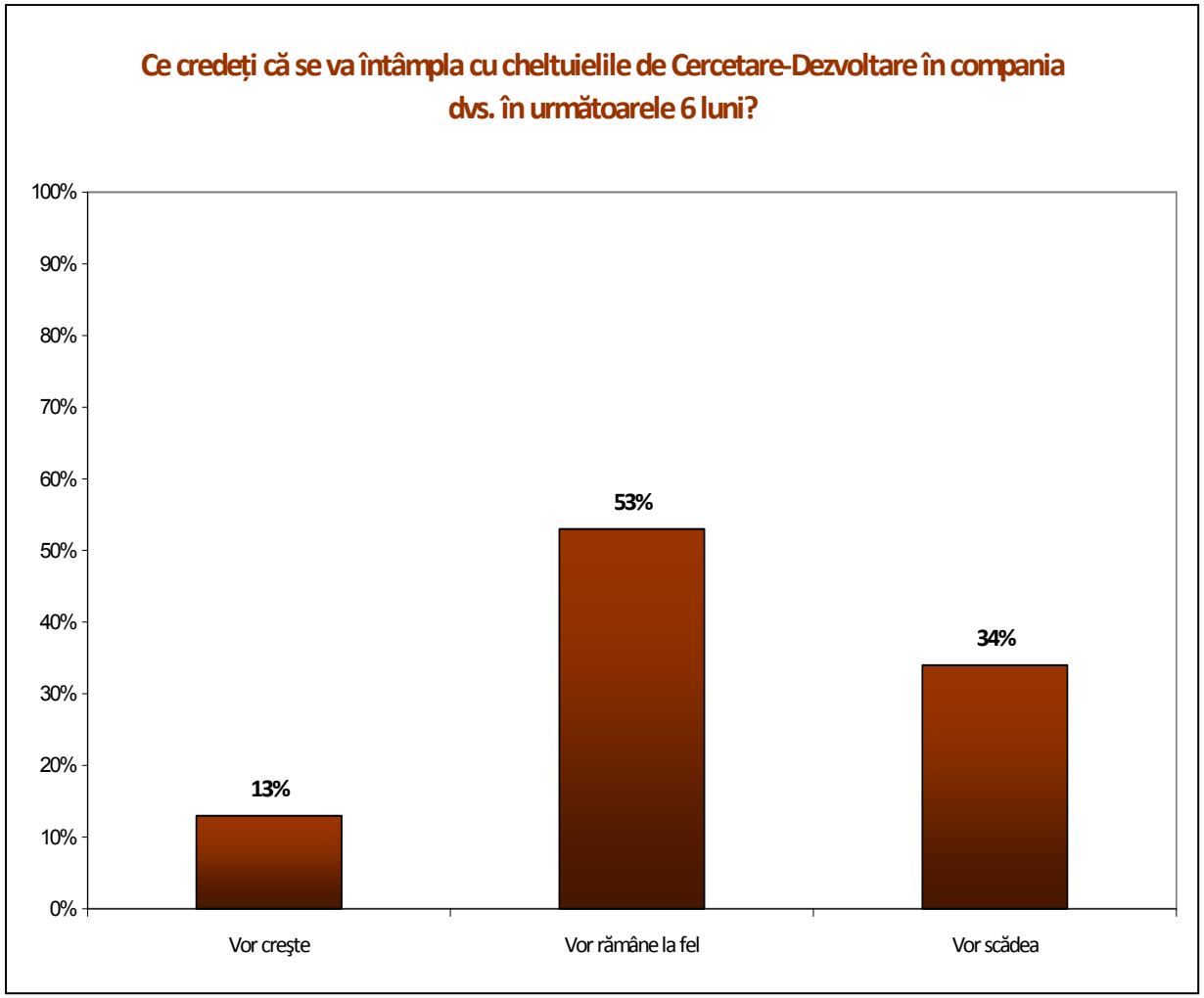
Tendința de reducerea a cheltuielilor cu Cercetarea – Dezvoltarea este o tendință înregistrată în toată zona de Sud-Est a Europei.

- Nu este o situație specifică numai României, ci este o tendință a companiilor din țările din regiune.
- Turcia este singura țară din regiune unde un procent mai mare de companii (32%) au decis să crească anul trecut cheltuielile cu Cercetarea –Dezvoltarea.
- Ungaria si Letonia fiind țările cu cel mai mic procent al companiilor (numai 2%-3%) care au luat o astfel de măsură anul trecut, comparativ cu 2008.



Cercetarea-Dezvoltarea nu reprezintă o prioritate nici pentru viitorul apropiat în companiile româneşti.

Previziunile pentru viitorul apropiat, nu sunt încurajatoare, acelaşi studiu pentru Banca Mondială, realizat în marie 2010, arăta că 5 din 10 companii se aşteaptă să păstreze aceleaşi bugete pentru cercetare-dezvoltare în următoarele 6 luni, în timp ce 3 din 10 intenționează să reducă aceste cheltuieli/investiții şi în viitorul apropiat.



În concluzie, este nevoie de sprijin public/din partea guvernelor pentru revigorarea sectorului de Cercetare-Dezvoltare

- Aşa cum am văzut, companiile reduc cheltuieli, reduc personal şi nu mai investesc în Cercetare-Dezvoltare. Acest lucru, pe termen lung, nu poate duce decât la adâncirea crizei în țările în care acest domeniu abia începuse să înnmugurească.

- O dată cu depăşirea crizei la nivel mondial, aceste țări se vor afla din nou în urma celor puternic dezvoltate şi perioada de recuperare va fi şi mai lungă dacă guvernele nu vor veni cu măsuri în sprijinul dezvoltării şi investițiilor în mediul privat.