

Analiza nevoilor privind inovarea la nivel de IMM-uri – un obiectiv important al proiectului DISCOVER NE ROMANIA

Stabilirea contextului pentru elaborarea **Strategiei Regionale de Inovare** are ca elemente importante cunoașterea situației actuale privind nevoia de inovare la nivelul IMM-urilor, oferta din acest domeniu provenită de la universitățile și institutele de cercetare din Regiunea Nord-Est, precum și posibilitățile oferite de structurile de interfață existente la nivel regional.

În acest scop, în prima etapă a fost transmis un chestionar către 1000 întreprinderi mici și mijlocii din regiune, primind aproximativ 200 de formulare completate care oferă o imagine de ansamblu privind mediul de afaceri regional și preocupările acestuia în domeniul inovativ.

Pentru o analiză detaliată, în a doua etapă, au fost realizate **40 de interviuri directe** (față în față) cu reprezentanți ai managementului unor firme din regiune, selectate din baza de date a ADR Nord-Est, înănd cont de următoarele criterii:

- IMM-urile au fost selectate din domenii de activitate diverse, reprezentative la nivel regional;
- Repartizarea acestor IMM-uri a fost realizată uniform la nivel regional (firme din toate județele regiunii);
- Interesul manifestat față de activitățile derulate de ADR Nord-Est, incluzând și seminariile din cadrul acestui proiect;
- Disponibilitatea reprezentanților firmelor contactate de a furniza informațiile solicitate în cadrul interviurilor.

Punctele de interes cele mai importante cuprinse în structura interviului au fost:

- prezentarea succintă a activităților principale, inclusiv descrierea proceselor tehnologice de producție;
- managementul resurselor umane inclusiv aspecte legate de fluctuația forței de muncă, capitalul resurselor umane, gradul de calificare;
- profilul activităților inovatoare respectiv tipuri de activități tehnologice inovatoare, managementul inovării tehnologice, analiza nevoilor tehnologice, prezentarea mijloacelor de stimulare a inovării în activitatea curentă;
- analiza politicilor de marketing (furnizori, clienți, produse similare, concurență);
- formularea unor recomandări din partea echipei care realizează interviul.

Cele 40 de IMM-uri interviuate reprezintă **13 domenii de activitate** diverse: industria alimentară (7), industria constructoare de mașini (6), IT și echipamente electrice (6), industria textilă (5), prelucrarea materialelor plastice (3), prelucrarea lemnului (3), materiale de construcții (2), producerea de ambalaje din hârtie (2), produse alcoolice (2), industrie farmaceutică (1), producția de încălzire (1), firme de consultanță (1) și oftalmologie (1).

Dintre rezultatele extrase ca urmare a celor 40 de interviuri, structurate pe domenii de interes, vom prezenta câteva concluzii.

1. Achiziția de tehnologii/procese îmbunătățite

Ca observație generală privind calitatea echipamentelor utilizate, există o gamă largă de tehnologii și echipamente, de la unele foarte moderne, la tehnologii și echipamente uzate moral și chiar fizic, care, cu greu ar face față cerințelor impuse de reglementările europene. Din analiza rezultatelor acestor interviuri au reieșit următoarele aspecte:

- 55% dintre companii au tehnologii și echipamente competitive, dar și-ar dori achiziționarea de echipamente moderne pentru a face față concurenței (creșterea productivității și îmbunătățirea calității produselor proprii);
- 12,5% dintre acestea resimt nevoia de îmbunătățirea procesului de producție. În unele situații aceste achiziții implică și alte spații de producție adecvate;
- 47,5% din totalul firmelor interviuate au indicat necesitatea utilizării de noi tehnologii.

2. Politica de personal și resurse umane

Principala problemă a firmelor intervievate, din acest punct de vedere, este lipsa forței de muncă cu calificare medie. În domenii precum industria textilă, prelucrarea lemnului, industria constructoare de mașini și industria alimentară s-a identificat lipsa de personal cu o calificare adecvată. Lipsa de interes pentru munca în aceste domenii este cauzată, în principal, de un nivel salarial neadaptat la oferta din alte țări membre UE spre care se îndreaptă forța de muncă locală. Parțial, această problemă se poate rezolva prin utilizarea de echipamente performante. Alte domenii în care se resimte lipsa de personal, de data aceasta de înaltă calificare, sunt industria constructoare de mașini și IT&EE. Soluția acestei probleme ar putea fi colaborarea firmelor interesate cu universitățile specializate.

3. Management și structura organizațională

Înănd cont de faptul că unele din firmele intervievate sunt în topul național pe domeniul lor de activitate, se consideră că acestea au găsit soluția unui management performant și funcțional. În ceea ce privește restul firmelor, situația este următoarea:

- 35% ar trebui să se reorganizeze activitatea stabilindu-și centre de profit și pierdere astfel încât firma să devină eficientă;
- 27,5% trebuie să dezvolte un departament specializat de Creație (specific pentru industria textilă și construcții de mașini) sau de Cercetare/Dezvoltare (IT&EE și industria alimentară);
- 15% trebuie să îmbunătățească sistemul de management.

4. Marketing

Situația întâlnită cel mai frecvent la firmele intervievate este lipsa unei Strategii de Marketing, 65% având această problemă. Nu există disponibilitatea de a realiza cercetări/studii de piață în ceea ce privește produsele proprii. Mai mult de 50% dintre firmele intervievate nu au un „brand” sau un „Plan de promovare” pentru firmă sau pentru produsele acesteia. Soluția ar fi dezvoltarea unui departament specializat de marketing.

5. Alte aspecte importante

- 30% din firme au nevoie de spații de producție suplimentare, 6 dintre acestea fiind din domeniul IT&EE;
- 17,5% din firme trebuie să diversifice produsele pentru a răspunde nevoilor pieței.

6. Concluzii

Ca urmare a realizării celor 40 de interviuri, au fost evidențiate 3 probleme cu care se confruntă mediul de afaceri regional și anume:

- *Existența unui nivel relativ scăzut al competitivității firmelor românești pe piața europeană;*
- *Lipsa tot mai acută a forței de muncă cu o calificare adecvată;*
- *Lipsa unor instrumente adecvate de marketing.*

