

RAPORT DE CERCETARE

1 AN DE PANDEMIE COVID-19
IMPACTUL ASUPRA FIRMELOR ROMÂNEȘTI

22 APRILIE 2021



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI

BDO



PARTENERII ȘI ECHIPA DE CERCETARE

➤ **Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași, România**

Coordonatorul cercetării: **Ștefan Andrei NEȘTIAN** (Conf.univ.dr.) **Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor,**

- **Silviu TIȚĂ** (Conf.univ.dr.) **Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor,**
- **Alexandra Luciana GUȚĂ** (Lect.univ.dr.) **Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor,**
- **Ana Iolanda VODĂ** (CSII, dr.) **Institutul de Cercetări Interdisciplinare.**

➤ **BDO România**

Coordonator: **Dan Schipor** - Partener BDO Iași

➤ **Camera de Comerț și Industrie Iași**

Coordonator: **Paul Butnariu**, Președinte CCI Iași

Sorin Gheorghiu - Director CCI Iași

METODOLOGIE

- Prezentul studiu reprezintă o continuare a unei cercetări derulate în anul 2020, privind impactul stării de urgență asupra firmelor românești, realizat utilizând un chestionar tradus și adaptat de la **Organizația Internațională a Muncii**.
- Chestionarul și interviul folosite pentru acest studiu au fost completate și adaptate evoluțiilor cunoscute ale situației firmelor din ultimul an (februarie 2020 - februarie 2021).
- Scopul cercetării a fost evaluarea evoluției companiilor românești pe durata primului an al pandemiei **COVID-19** (februarie 2020 - februarie 2021) și a perspectivelor lor pentru acest an calendaristic (2021).
- Datele au fost colectate on-line prin chestionare și prin interviuri, de la factorii de decizie din companii (proprietari, directori, administratori sau manageri de filiale), asigurându-se confidențialitatea răspunsurilor.
- Cercetarea a avut două componente. Pentru prima dintre componente au fost realizate interviuri telefonice, la care au răspuns **81 companii**, iar pentru doua componentă a fost difuzat un chestionar la care au răspuns **276 companii**, din rețeaua de afaceri a partenerilor implicați în cercetare.
- Cercetarea s-a derulat în perioada **4-25 martie 2021**.

CONTEXT

- În România, epidemia cu COVID 19 a debutat în februarie 2020 iar starea de urgență datorată epidemiei a fost instituită pe 16 martie 2020 și a durat până la 15 mai 2020.
- Pentru reducerea ritmului de propagare a infectărilor, pe tot parcursul anului 2020 și până în prezent, în anul 2021, au fost impuse diferite restricții privind deplasarea persoanelor și desfășurarea unor activități economice, ceea ce a afectat activitatea multor afaceri.
- Toate serviciile care prezentau riscuri epidemiologice semnificative au fost închise pe anumite perioade sau au avut un regim restricționat pentru asigurarea distanțării clienților și angajaților (ex: servirea în restaurante, serviciile de înfrumusețare, hotelurile etc.).
- Evenimentele publice au fost anulate sau au avut loc fără spectatori.
- Livrarea la domiciliu și cumpărăturile pentru bunuri de strictă necesitate au fost permise.
- Munca de acasă a devenit o soluție importantă pentru asigurarea distanței sociale.
- În februarie 2021 s-a împlinit un an de la debutul epidemiei în România, iar în martie 2021 un an de la debutul măsurilor restrictive anti-pandemie.

REZULTATELE CERCETĂRII REALIZATE PRIN INTERVIURI

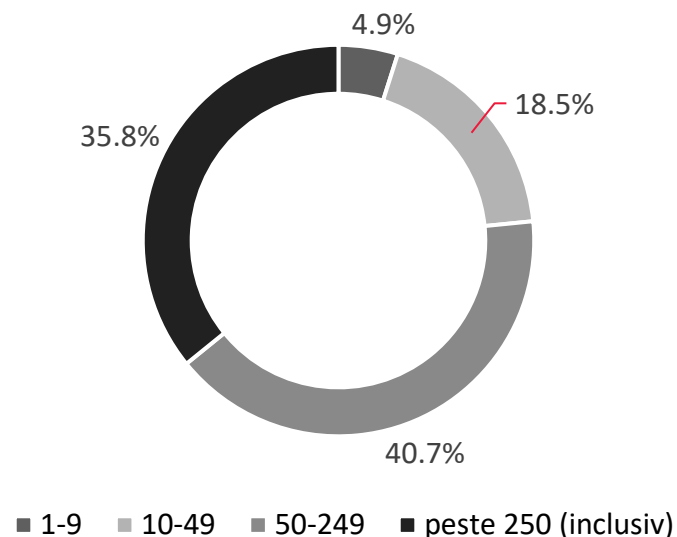
81 companii



1.1. COMPANIILE

Cele 81 de companii au fost din 23 de județe, plus Municipiul București, reprezentând 18 domenii de activitate economică diferită.

18,5% din companiile intervievate sunt microîntreprinderi care au între 1-9 angajați, 40,7% sunt întreprinderi mici cu un număr de angajați între (10-49), 35,8% întreprinderi mijlocii (50-249 angajați) și 4,9% întreprinderi mari cu peste 250 de angajați.



1.2. FACTORI DE SUCCES ÎN PERIOADA PANDEMIEI

- 8,5% dintre răspunsuri nu au reușit să diferențieze clar un anumit factor de succes, afirmând doar că activitatea s-a desfășurat fără probleme.
- Cei mai frecvent menționați factori de succes au fost utilizarea telemuncii, realizarea unor bune măsuri de protecție sanitară, limitarea investițiilor și calitatea deciziilor manageriale.

Factori de succes in pandemie	Nr. de menționări	%
Activitatea s-a desfășurat fără probleme	20	8,5%
Utilizarea Telemuncii	15	6,4%
Măsuri sanitare de prevenție	13	5,6%
Investițiile - scăzute/oprite/amânate	11	4,7%
Calitatea deciziilor manageriale	11	4,7%
Cerere ridicată	9	3,8%
Reduceri costuri și salarii	9	3,8%
Reeșalonarea plăților buget/furnizori	9	3,8%
Digitalizarea	8	3,4%
Profesionalismul angajaților	8	3,4%
Negocierea relațiilor cu stakeholderii	7	3,0%
Calitatea produselor	6	2,6%
Optimizarea activităților	6	2,6%
Somajul tehnic	6	2,6%
Investițiile - au crescut	6	2,6%
Rotația angajaților	6	2,6%
<i>Alți factori</i>		35,9%
TOTAL		100,0%

1.3. AFECTAREA FUNCȚIILOR AFACERII

- 12,2% dintre răspunsuri nu au reușit să diferențieze clar o afectare a unei anumite funcții a afacerii, afirmându-se doar că operațiunile s-au desfășurat fără probleme.
- Cele mai frecvent menționate afectări au fost la nivelul activității de vânzări, asociată cu scăderea cererii, întârzierea importurilor și alte probleme de aprovizionare.
- Cele 3 probleme HR frecvent menționate - infectările, fluxul de angajări/ concedieri și telemunca - însumează 11,7% dintre afectările menționate.

Funcție afectată de pandemie	Nr. de menționări	%
Operațiunile s-au desfășurat fără probleme	22	12,2%
Vânzările - au scăzut	22	12,2%
Cererea - scăzută	11	6,1%
Importuri - întârzieri	11	6,1%
Aprovizionarea afectată	9	5,0%
Resurse umane - infectarea angajaților	9	5,0%
Resursele umane – fluxul de angajări/concedieri	7	3,9%
Cifra de afaceri - a scăzut	6	3,3%
Producția - s-a redus	6	3,3%
Resurse umane - Telemunca	5	2,8%
Logistica - s-a restrâns	5	2,8%
Digitalizarea	4	2,2%
Măsurile guvernamentale	4	2,2%
Operațiunile - și-au revenit pe parcurs	4	2,2%
<i>Alte afectări</i>		30,9%
TOTAL		100,0%

1.4. OPORTUNITĂȚI ÎN PERIOADA PANDEMIEI

- 28,7% dintre mențiunile colectate prin interviuri sunt afirmații că nu au fost identificate oportunități, iar 11,9% că nu au avut nevoie să caute.
- Dintre oportunitățile menționate se remarcă pe primul loc cele din mediul online, apoi apariția unor piețe noi și produsele pentru nevoi specifice datorate pandemiei cu COVID 19.

Oportunități	Nr.de menționări	%
Nu au fost/nu am găsit	29	28,7%
Mediul online	14	13,9%
Nu au cautat - nu a fost nevoie	12	11,9%
Piețe noi	10	9,9%
Produse pentru pandemia cu COVID	7	6,9%
Proiecte europene	5	5,0%
Digitalizare	4	4,0%
Angajarea de talente - greu de găsit în trecut	3	3,0%
Optimizarea proceselor de producție	3	3,0%
Diversificare portofoliu	3	3,0%
<i>Alte oportunități</i>		<i>10,9%</i>
TOTAL		100,0%

1.5. SCHIMBĂRI VIITOARE ÎN MODELUL DE AFACERI

- 40% dintre menționările din interviuri sunt afirmații că nu se intenționează realizarea unor schimbări ale modelului de afaceri în viitor, iar 11,4% sunt afirmații că se va îmbunătăți modelul actual, fără a se preciza în ce fel.
- Dintre schimbările menționate, se remarcă pe primul loc cele la nivel de HR, pentru trainingul și motivarea angajaților, apoi cele de dezvoltare a afacerii online, diversificarea produselor/serviciilor, realizarea de noi investiții și digitalizarea.

Schimbări în modelul de afaceri în viitor	Nr.de menționări	%
Nu intenționează să facă schimbări	42	40,0%
Îmbunătățirea modelului actual	12	11,4%
Resurse umane (training, motivare etc)	9	8,6%
Dezvoltare în online	9	8,6%
Diversificare produse/servicii	8	7,6%
Noi investiții	7	6,7%
Digitalizare	7	6,7%
Accesare fonduri europene	2	1,9%
Prudența și analiza detaliată	2	1,9%
<i>Alte schimbări</i>		6,7%
TOTAL		100,0%

1.6. PUNCTE FORTE ÎN 2021

- Digitalizarea și îmbunătățirea proceselor a fost menționată cel mai frecvent ca punct forte pe care firmele se vor baza în 2021. Pe locurile următoare s-au numărat capacitatea ridicată de finanțare a afacerii, expertiza în domeniu a companiei, resursele umane bine calificate, creșterea afacerii în sectorul ei de activitate și creșterea investițiilor.

Puncte forte în 2021	Nr. de menționări	%
Digitalizarea și îmbunătățirea proceselor	18	13,5%
Capacitate ridicată de finanțare	13	9,8%
Expertiza în domeniu	12	9,0%
HR cu expertiză	12	9,0%
Creștere în sector	10	7,5%
Creșterea investițiilor	10	7,5%
Notorietatea brandului	9	6,8%
Flexibilitate/adaptabilitate	7	5,3%
Capacitatea de producție	6	4,5%
Calitatea produsului	6	4,5%
<i>Alte puncte forte</i>		36,1%
TOTAL		100,0%

1.7. PROVOCĂRI ALE ANULUI 2021

- Cele mai menționate provocări pentru anul 2021 sunt legate de atragerea de resurse umane specializate, de continuarea pandemiei și de costul ridicat al materiilor prime. Pe locurile următoare s-au numărat nivelul investițiilor guvernamentale, imposibilitatea de a obține finanțări și problemele asociate îmbunătățirii propriilor strategii.

Provocări ale anului 2021	Nr. de apariții	%
Atragerea de HR specializată	21	12,8%
Continuarea pandemiei	14	8,5%
Costul ridicat al materiilor prime	13	7,9%
Nivelul Investițiilor guvernamentale	11	6,7%
Imposibilitatea de a obține finanțare	10	6,1%
Îmbunătățirea strategiilor proprii	8	4,9%
Cursul de schimb	7	4,3%
Relații bune cu stakeholderii	6	3,7%
Echilibrarea balanței de venituri și cheltuieli	5	3,0%
Legislația din domeniu	5	3,0%
Strategia la nivel global/local	5	3,0%
<i>Alte provocări</i>		36,0%
TOTAL		100,0%

CONCLUZII - 1

EVOLUȚIA DIN ULTIMUL AN



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



- Cei mai frecvent menționați factori de succes au fost utilizarea telemuncii, realizarea unor bune măsuri de protecție sanitară, limitarea investițiilor și calitatea deciziilor manageriale.
- Cele mai frecvent menționate afectări ale funcțiilor afacerii au fost la nivelul activității de vânzări, asociată cu scăderea cererii, probleme cu resursa umană, întârzierea importurilor și alte probleme de aprovizionare.
- Cele mai menționate oportunități de afaceri identificate în ultimul an sunt cele din mediul online, apoi apariția unor piețe noi și produsele pentru nevoi specifice datorate pandemiei cu COVID 19.

CONCLUZII - 2

PERSPECTIVE ÎN ANUL 2021



- Pe primul loc, între schimbările preconizate ale modelului de afaceri în 2021, sunt schimbările la nivel de HR, pentru trainingul și motivarea angajaților, apoi cele de dezvoltare a afacerii online și digitalizare, diversificarea produselor/serviciilor și realizarea de noi investiții.
- Punctele forte pe care firmele se vor baza în 2021 vor fi digitalizarea și îmbunătățirea proceselor, capacitatea ridicată de finanțare a afacerii, expertiza în domeniu a companiei, resursele umane bine calificate, creșterea afacerii în sectorul ei de activitate și creșterea investițiilor.
- Cele mai menționate provocări pentru anul 2021 sunt legate de atragerea de resurse umane specializate, de continuarea pandemiei și de costul ridicat al materiilor prime.

REZULTATELE CERCETĂRII REALIZATE PRIN CHESTIONAR

276 companii



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



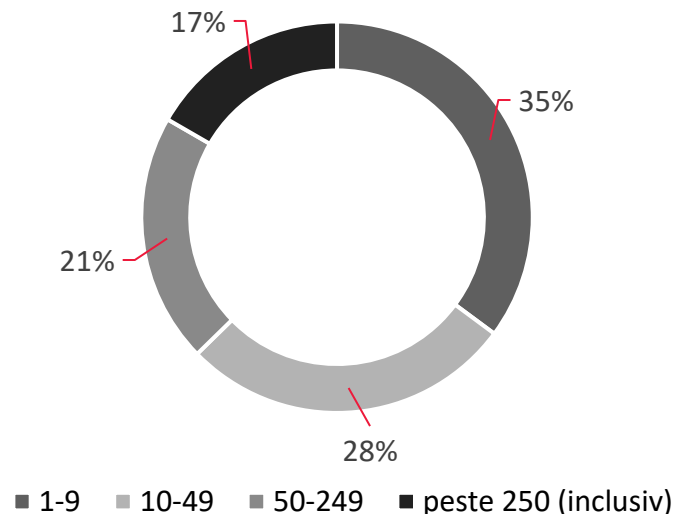
CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



2.1. COMPANIILE

Au răspuns la chestionarul online un număr de 276 manageri de companii din 29 de județe, plus Municipiul București, distribuite pe 18 domenii de activitate economică diferită.

35% din companiile analizate sunt microîntreprinderi care au între 1-9 angajați, 28% sunt întreprinderi mici cu un număr de angajați între (10-49), 21% întreprinderi mijlocii (50-249 angajați) și 17% întreprinderi mari cu peste 250 de angajați.



2.2. EVOLUȚIA CIFREI DE AFACERI

Unui procent de 29% dintre companiile respondente le-a crescut cifra de afaceri comparativ cu un an în urmă, 27% au obținut o cifră de afaceri între 75% și 100% din cea de anul trecut, iar 30% au înregistrat o cifră de afaceri mai mică de 50% din cea de acum un an.

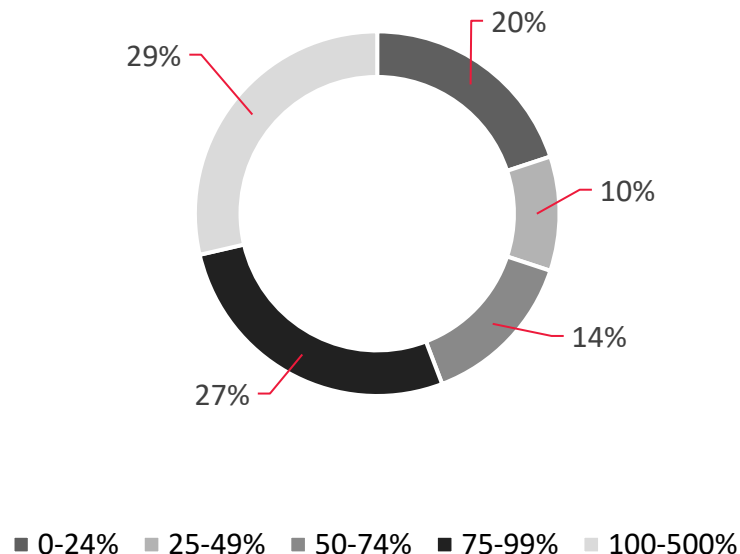


Figura nr. 3. Cât estimați că a fost în februarie 2021 cifra de afaceri lunară a companiei dumneavoastră comparativ cu cea de la începerea pandemiei, din februarie 2020 ?

2.3. PIERDERI ÎN DECURS DE 1 AN

50% dintre companii afirmă că au înregistrat pierderi, 50% că au înregistrat câștiguri. 13% dintre companiile respondente au precizat faptul că au pierdut mai mult decât echivalentul a 50% din cifra de afaceri anuală din 2019, 12% afirmă că au obținut câștiguri mai mari decât echivalentul a 50% din cifra de afaceri pe 2019, unii mergând până la câștiguri echivalente cu cifra de afaceri pe 25 de ani.

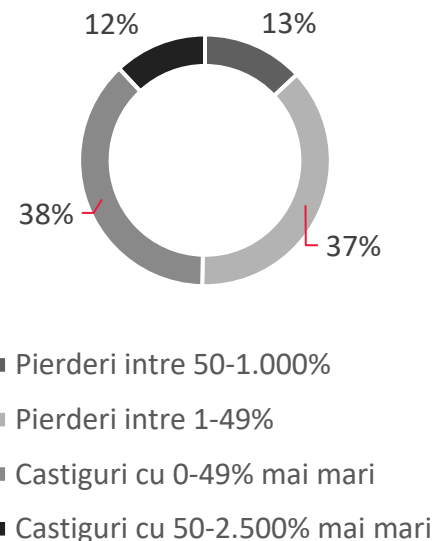
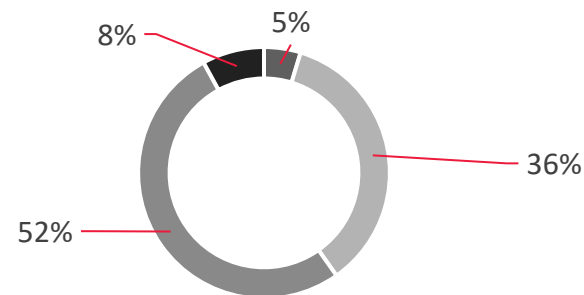


Figura nr. 4. La cât estimați pierderile/câștigurile suplimentare totale generate firmei dumneavoastră de pandemie, ca procent din cifra de afaceri anuală a companiei pentru anul 2019 (ultimul an complet, în condiții pre-pandemice)?

2.4. EVOLUȚIA PERSONALULUI

52% dintre companii afirmă că au înregistrat creșteri de personal sub 15% iar 8% creșteri de peste 15%.

36% dintre companii au pierdut până la 49% din personal iar 5% au pierdut mai mult de 50% din personal.

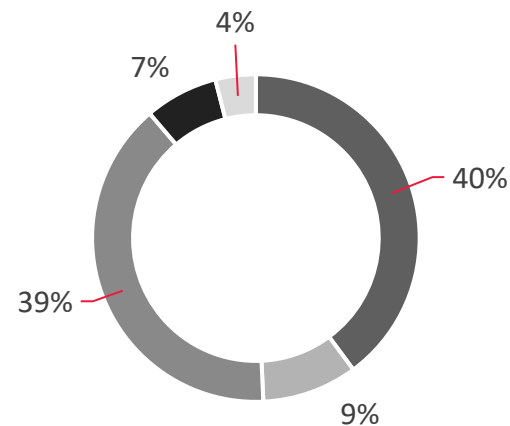


- Scaderi de personal intre 50-100%
- Scaderi de personal intre 1-49%
- Cresteri de personal sub 15%
- Cresteri de personal de minim 15%

Figura nr. 5. Cum a evoluat numărul personalului dumneavoastră față de debutul pandemiei COVID 19 în România, în februarie 2020? (răspundeți în %; cu "-" în scădere, cu "+" în creștere)

2.5. MUNCA LA SEDIU VS. TELEWORKING

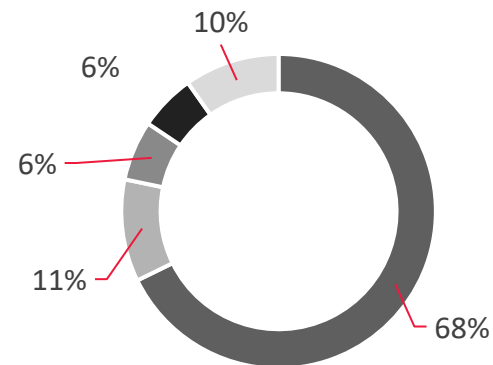
În prezent, 40% dintre companiile respondente lucrează cu toți angajații la sediu, 39%, au decis să lucreze mixt, atât la sediile companiei cât și prin teleworking, 9% au mutat complet activitatea în mediul online (teleworking), 7% au o activitate intermitentă și 4% au oprit momentan activitatea.



- Toți angajații lucrează în sediile firmei
- Toți angajații lucrează de la distanță, prin teleworking
- Mixt: unii angajați vin la sedii alții lucrează prin teleworking
- Cu intermitente, alternand perioadele de activitate cu cele de inactivitate
- Am oprit momentan activitatea

2.6. ȘOMAJUL TEHNIC

68% dintre companiile respondente au precizat faptul că nu au trimis nici un angajat în șomaj tehnic în această perioadă, 11% au trimis cel mult 24% dintre angajați în șomaj tehnic și doar 10% au trimis peste 75% din angajați în șomaj tehnic.

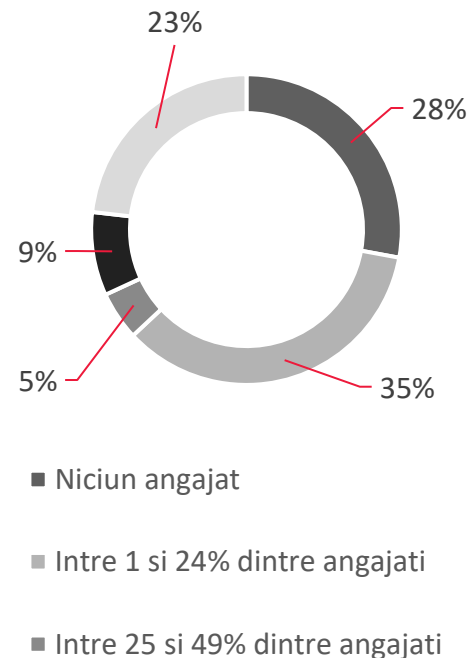


- Niciun angajat
- Între 1 și 24% din angajați
- Între 25 și 49% din angajați
- Între 50 și 74% din angajați
- Între 75 și 100% din angajați

2.7. MAXIM DE PERSONAL ÎN TELEWORKING

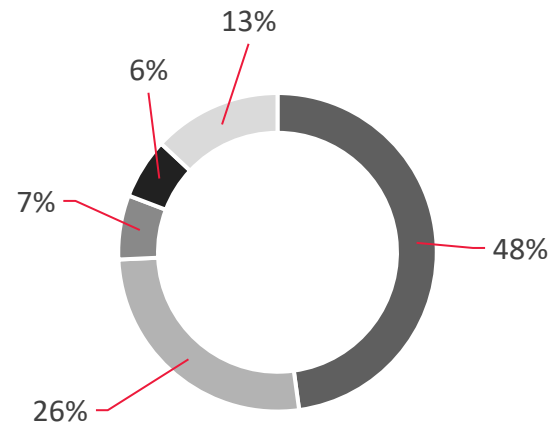
La 28% dintre companii nici un angajat nu a lucrat în teleworking în acest ultim an.

La 35% dintre companii au lucrat de acasă maxim un sfert dintre angajați iar la 23% dintre companii au lucrat uneori de acasă mai mult de trei sferturi dintre angajați.



2.8. TELEWORKING ÎN PREZENT

La 48% dintre companii nici un angajat nu lucrează online în prezent, iar la 26% dintre companii lucrează online mai puțin de un sfert dintre angajați.



- Niciun angajat
- Intre 1 si 24% dintre angajati
- Intre 25 si 49% dintre angajati
- Intre 50 si 74% dintre angajati
- Intre 75 si 100% dintre angajati

2.9. PRODUCTIVITATEA LA SEDIU VS. ONLINE

51% dintre companii afirmă că productivitatea angajaților care au lucrat online, de acasă, a fost similară cu cea a unui angajat de la sediu.

21% afirmă că a fost mai mică iar 16% dintre companii afirmă că productivitatea online a fost mult mai mică.

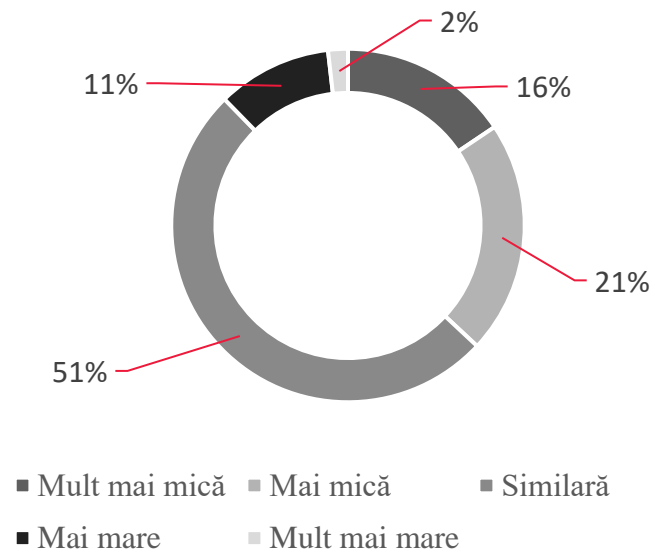


Figura nr. 10. Cum a fost productivitatea angajaților care au lucrat de acasă comparativ cu a celor care au lucrat la sediu?

2.10. SCHIMBĂRI ÎN MRU

Pe o scală de la 1 la 5, media răspunsurilor arată că soluțiile de coaching online, metodele de evaluare a performanțelor pentru angajații care lucrează de acasă și reorganizările au fost cele mai frecvente schimbări ale MRU în companii.

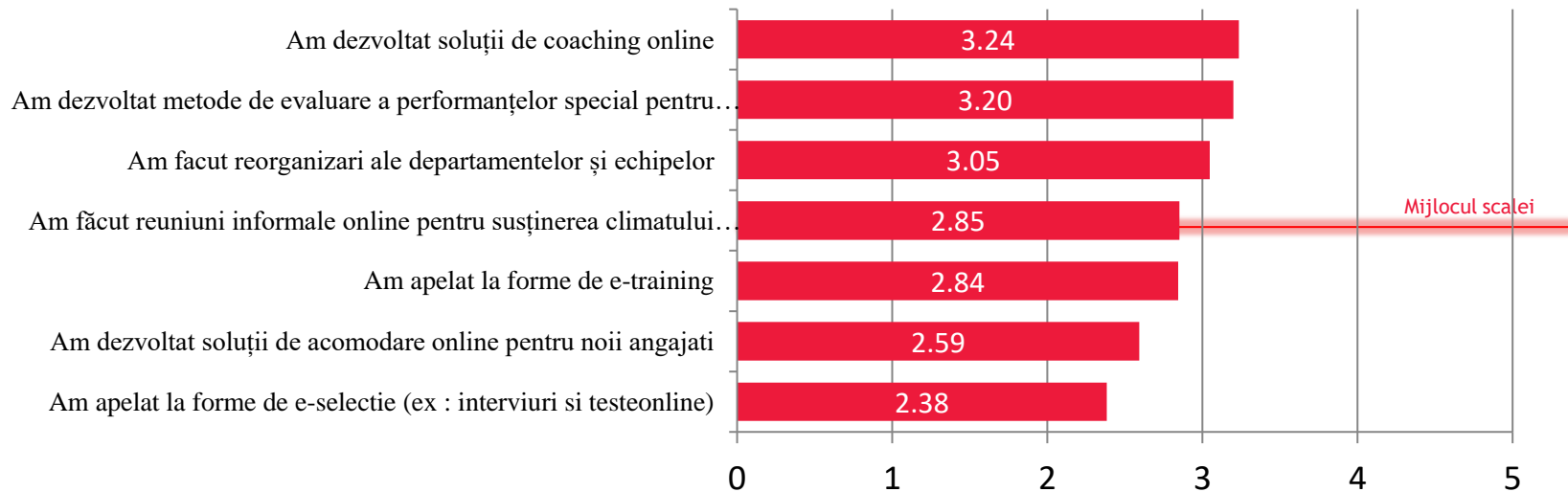


Figura nr. 11. Cum s-a schimbat managementul resurselor umane în acest an?

2.11. PRINCIPALELE PROVOCĂRI

59% dintre companii afirmă că principala provocare a fost afectarea cererii, 51% că a fost afectarea partenerilor de afaceri, iar 33% absenteismul angajaților.

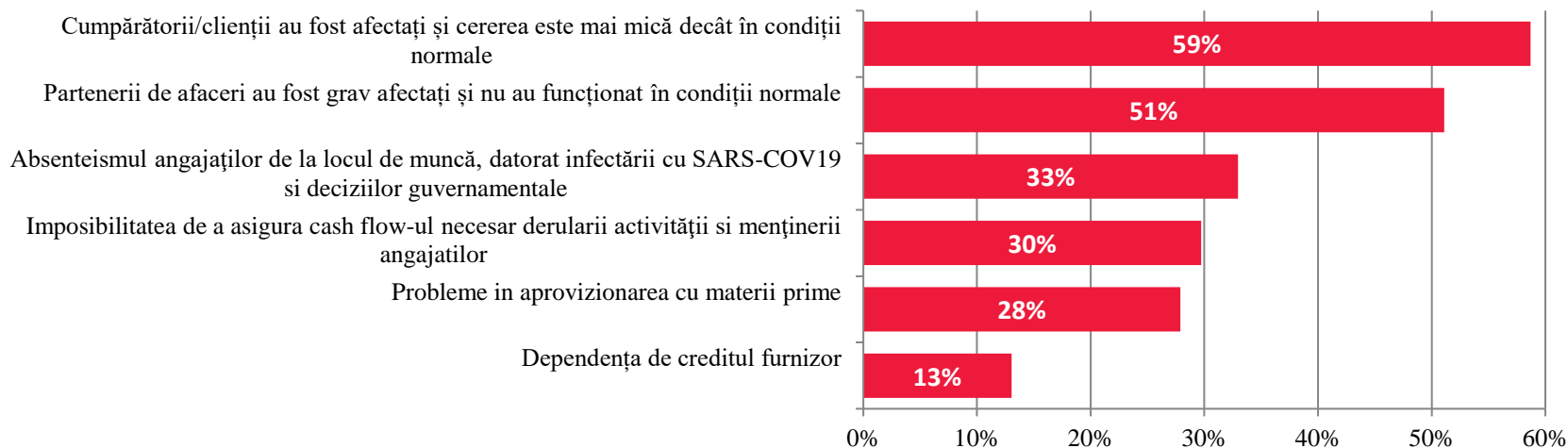


Figura nr. 12. Care sunt principalele provocări cu care s-a confruntat firma dvs. în decursul acestui an de restricții din cauza COVID-19?

2.12. MENȚINEREA COMPETITIVITĂȚII (I)

Pe o scală de la 1 la 5, media răspunsurilor arată că valorificarea piețelor actuale, noile canale de comunicare cu clienții, atragerea de noi clienți și introducerea de noi produse și servicii au fost cele mai frecvente măsuri de menținere a competitivității.

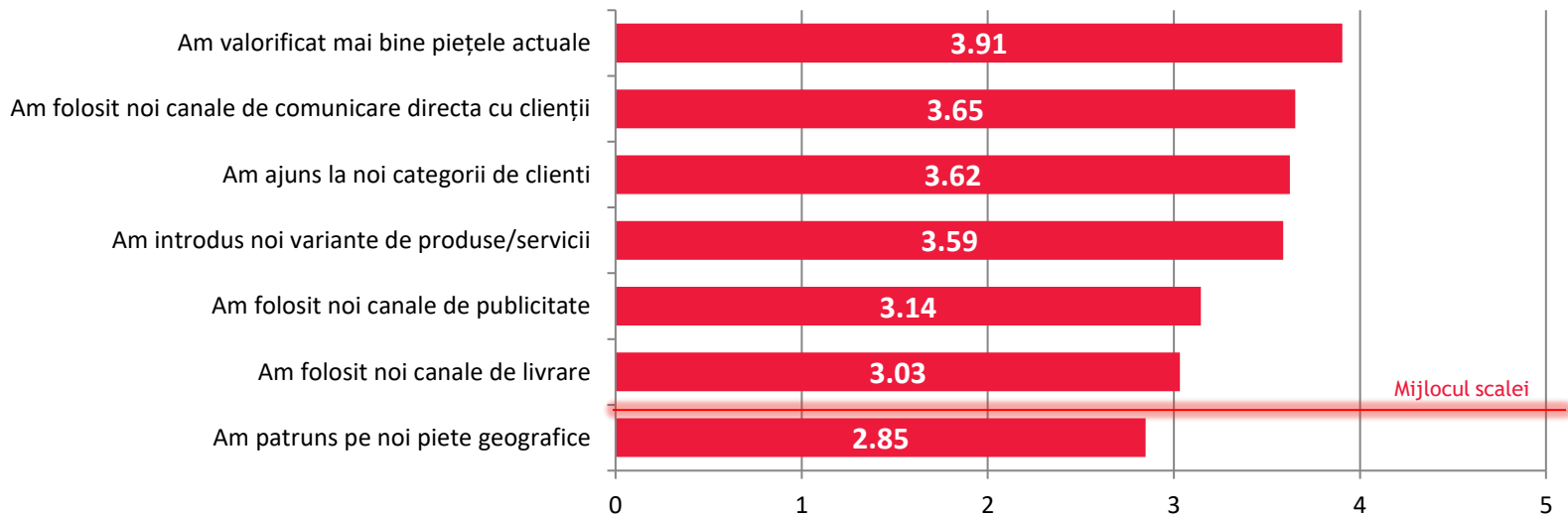


Figura nr. 13. Cum ati luptat pentru prezența pe piață a firmei?

2.13. MENȚINEREA COMPETITIVITĂȚII (II)

Însumarea răspunsurilor pozitive, "Acord total și Acord", arată că valorificarea piețelor actuale, noile canale de comunicare cu clienții, introducerea de noi produse și servicii și atragerea de noi clienți au fost cele mai frecvente măsuri de menținere a competitivității.

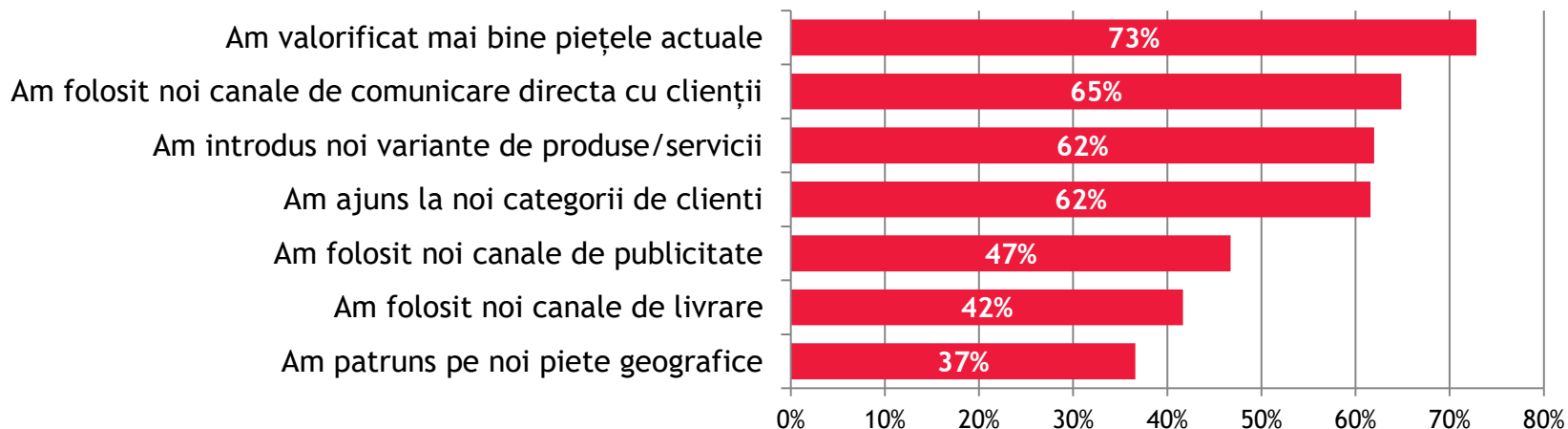


Figura nr. 14. Cum ati luptat pentru prezența pe piață a firmei? (Acord+Acord total)

2.14. DIGITALIZAREA AFACERII (I)

Pe o scală de la 1 la 5, media răspunsurilor arată că digitalizarea relației cu partenerii, cu instituțiile publice, soluțiile de lucru online între angajați, sistemele pentru comenzi, contractări și plăți on-line au fost cele mai frecvente măsuri privind digitalizarea afacerii.

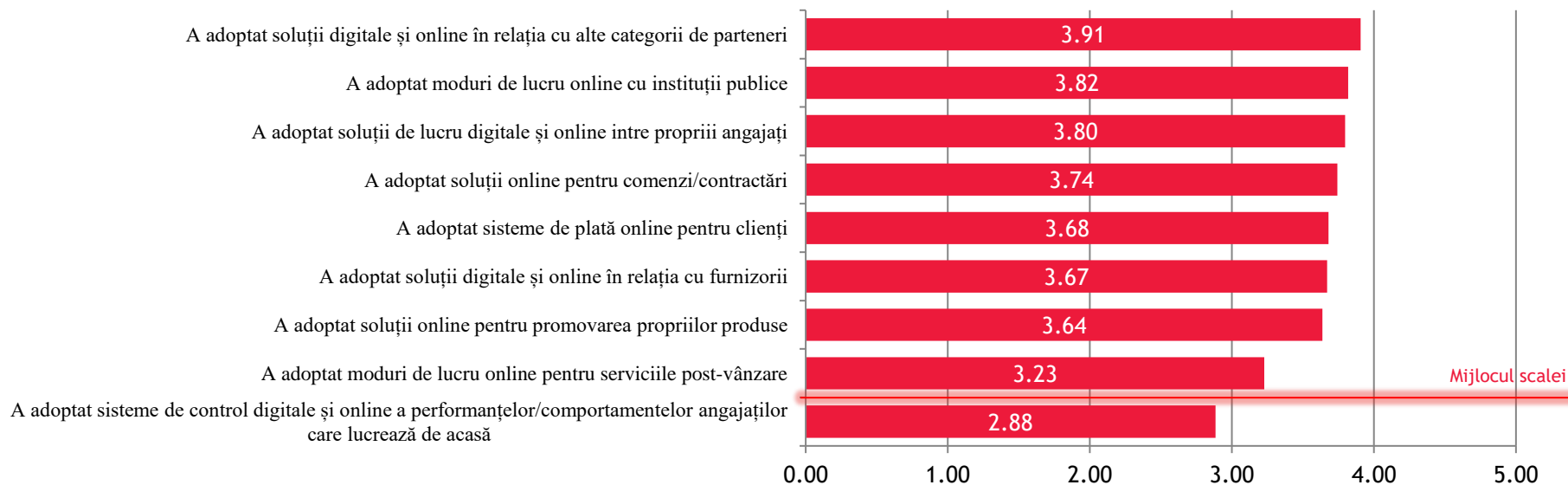


Figura nr. 15. Cum a reacționat compania dumneavoastră la nevoile de digitalizare ale afacerii? În ce măsură a adoptat soluții de lucru online/digitale în relațiile sale ?

2.15. DIGITALIZAREA AFACERII (II)

Însumarea răspunsurilor pozitive, "Acord total și Acord", arată că digitalizarea relației cu partenerii, cu instituțiile publice, soluțiile de lucru online între angajați, sistemele pentru comenzi, contractări și plăți on-line au fost cele mai frecvente măsuri privind digitalizarea afacerii.

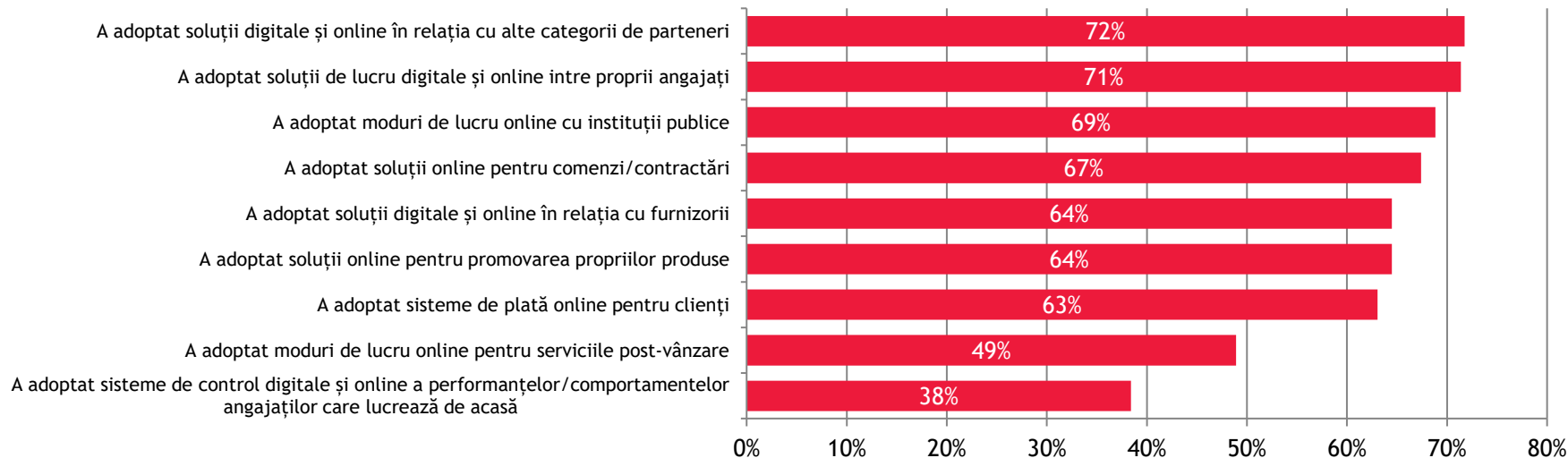


Figura nr. 16. Cum a reacționat compania dumneavoastră la nevoile de digitalizare ale afacerii? În ce măsură a adoptat soluții de lucru online/digitale în relațiile sale? (Acord+Acord total)

2.16. AJUTOARELE GUVERNAMENTALE

54% dintre companii nu au apelat la ajutor guvernamental în această perioadă. 21% dintre companii au beneficiat de ele și au constatat că le-au fost de mare ajutor, iar 6% au beneficiat de sprijin guvernamental dar au constatat că acesta a fost insuficient.

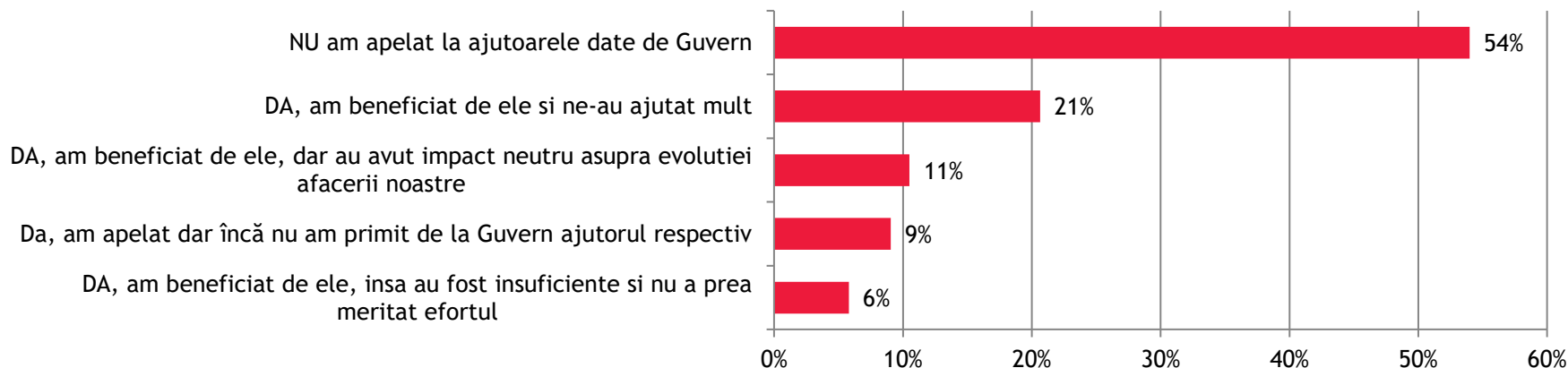


Figura nr. 17. Ati apelat la ajutoarele date de Guvern prin măsurile fiscale (amânări, eşalonări etc.)?

2.17. EVOLUȚII VIITOARE: SCHIMBAREA MODELULUI DE AFACERI

65% dintre companii intenționează să realizeze în perioada viitoare schimbări ale modelului de afaceri.

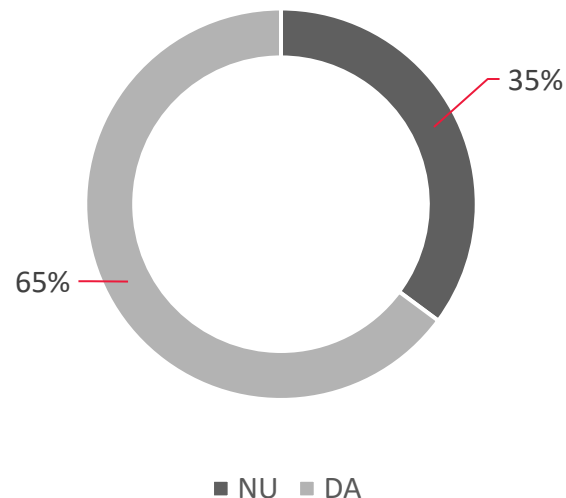
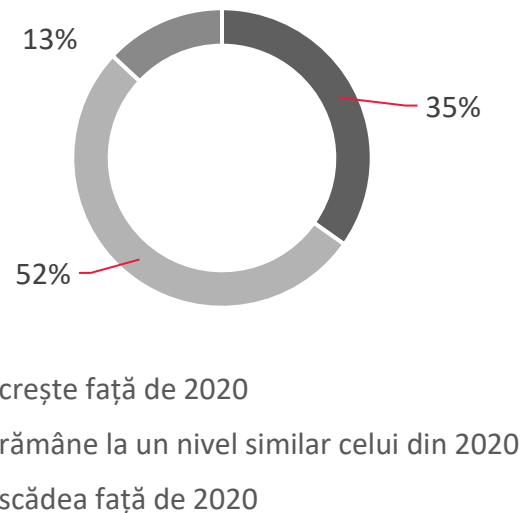


Figura nr. 18. Intenționați să faceți schimbări în modelul de afaceri în perioada viitoare, ca răspuns la schimbările preconizate pe piețe, generate de pandemie ?

2.18. EVOLUȚII VIITOARE: AȘTEPTĂRILE PRIVIND NUMĂRUL DE ANGAJAȚI

35% dintre companii se așteaptă la o creștere a numărului de angajați în acest an, iar 13% se așteaptă la o scădere a acestuia.



2.19. EVOLUȚII VIITOARE: SĂPTĂMÎNA REDUSĂ DE LUCRU (I)

50% dintre companii afirmă că nici un angajat nu își dorește să se introducă o săptămână de lucru la sediu redusă. 21% dintre companii afirmă că între 75%-100% dintre angajații lor ar dori o săptămână de lucru la sediu redusă.

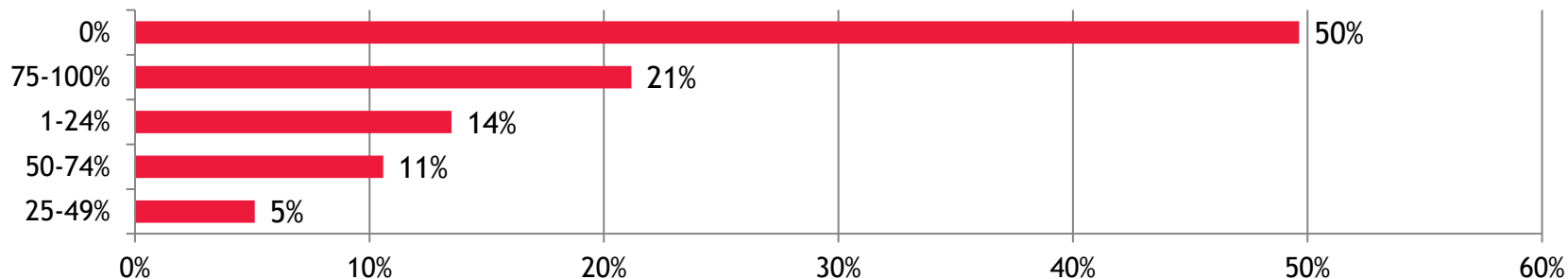
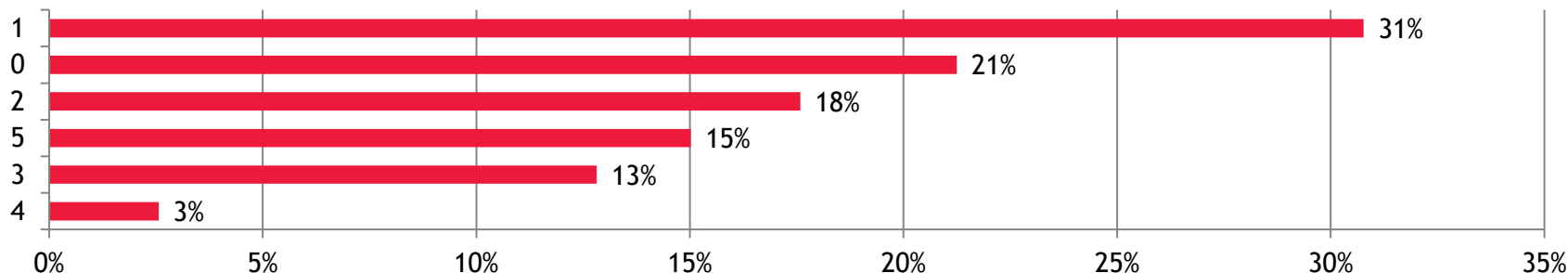


Figura nr. 20. Câți dintre angajații care lucrează de acasă doresc să se reîntoarcă la o săptămână redusă de lucru la sediu ?

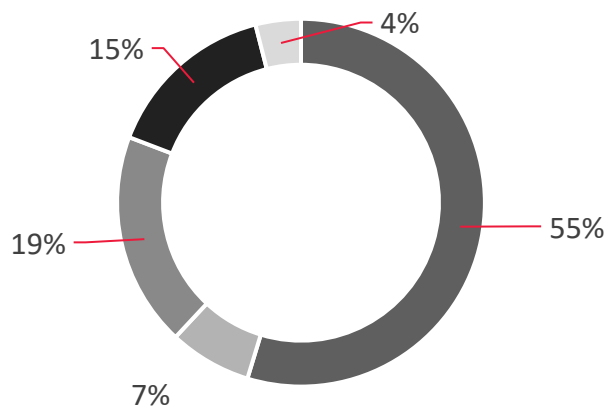
2.20. EVOLUȚII VIITOARE: SĂPTĂMÂNA REDUSĂ DE LUCRU (II)

31% dintre companii afirmă că angajații ar putea lucra 1 zi de acasă, 21% dintre companii consideră că nu ar trebui să fie nicio zi pentru lucrul de acasă, iar 18% consideră că pot fi lucrate de acasă 2 zile pe săptămână.



2.21. EVOLUȚII VIITOARE: VÂNZĂRILE PE PIEȚE EXTERNE

55% dintre companii afirmă că nu activează pe piețe externe, 7% că vor intra anul acesta pe piețe externe, iar 19% că se așteaptă la o creștere a vânzărilor pe piețe externe în acest an.

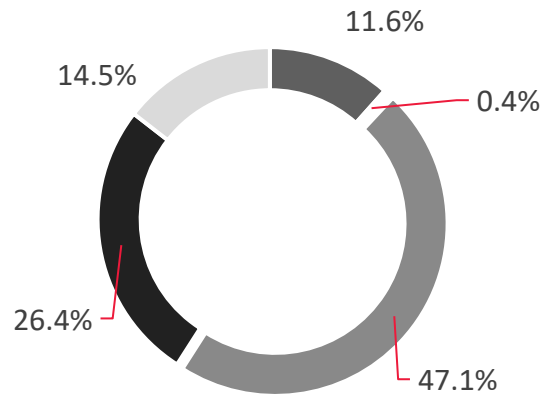


- nu este cazul/nu vindem pe pietele externe
- ne propunem sa intram de anul acesta pe pietele externe
- vor crește față de 2020
- vor rămâne la un nivel similar celui din 2020
- vor scădea față de 2020

2.22. EVOLUȚII VIITOARE: VÂNZĂRILE PE PIAȚA INTERNĂ

47% dintre companii afirmă că se așteaptă să le crească vânzările pe piața internă în acest an, iar 26% se așteaptă ca vânzările să rămână la un nivel similar.

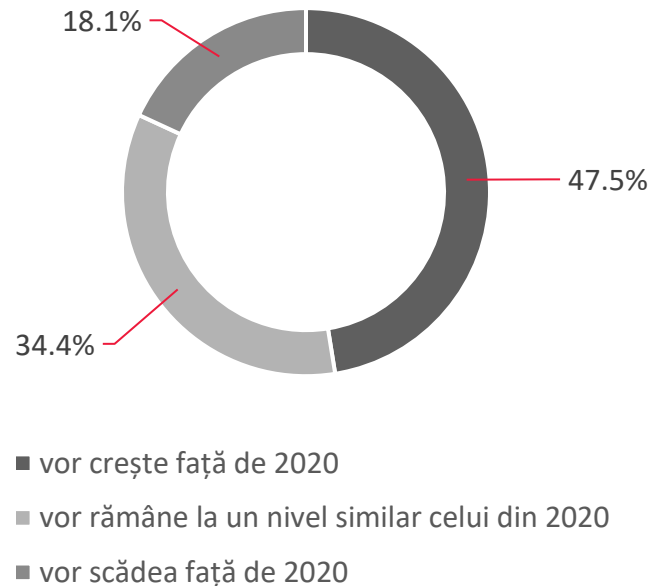
Aproape toate firmele activează pe piața internă, doar 0,4% afirmând că își propun să intre pe piața internă.



- nu este cazul/nu vindem pe piata interna
- ne propunem sa activam incepand din anul acesta si pe piata interna
- vor crește față de 2020
- vor rămâne la un nivel similar celui din 2020
- vor scădea față de 2020

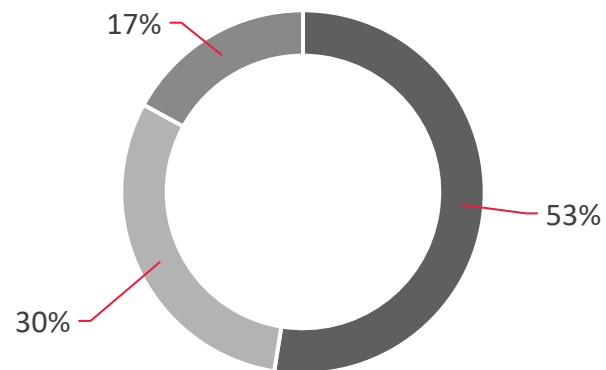
2.23. EVOLUȚII VIITOARE: INVESTIȚIILE

47,5% dintre companii afirmă că se așteaptă să aloce investițiilor sume mai mari în acest an decât în 2020, iar 18,1% că se așteaptă să investească mai puțin.



2.24. EVOLUȚIA VIITOARE A AFACERII

53% dintre companii afirmă că se așteaptă la o evoluție mai favorabilă a afacerii în 2021 decât în 2020, iar 17% că se așteaptă la o evoluție mai puțin favorabilă.



- Favorabilă (mai bună decât în 2020)
- Similară cu cea din anul 2020
- Nefavorabilă (mai puțin bună decât în 2020)

CONCLUZII - 1



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



- Cercetarea a fost derulată în perioada 4-25 martie 2021, la aproximativ un an de la debutul pandemiei COVID-19 și a măsurilor restrictive anti-pandemice în România, având ca scop evaluarea evoluției companiilor românești pe durata primului an al pandemiei COVID-19 (februarie 2020 - februarie 2021) și a perspectivelor lor pentru acest an calendaristic (2021).
- La cercetarea pe bază de chestionar au răspuns 276 de firme din 29 de județe ale țării și Municipiul București, activând în 18 domenii de activitate economică, într-o distribuție echilibrată din punct de vedere a mărimii firmei.
- Unui procent de 29% dintre companiile respondente le-a crescut cifra de afaceri comparativ cu un an în urmă, iar 30% au înregistrat o cifră de afaceri mai mică de 50% din cea de acum un an.
- Estimând pierderile sau câștigurile suplimentare generate firmei de pandemie, 50% dintre companii afirmă că au înregistrat pierderi și 50% că au înregistrat câștiguri în ultimul an.

CONCLUZII - 2



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



- În privința numărului de angajați, 52% dintre companii afirmă că au înregistrat creșteri de personal sub 15% iar 8% creșteri de peste 15%. 36% dintre companii au pierdut până la 49% din personal iar 5% au pierdut mai mult de 50% din personal.
- În prezent, 40% dintre companiile respondente lucrează cu toți angajații la sediu, 39% au decis să lucreze mixt, atât la sediile companiei cât și prin teleworking, 9% au mutat complet activitatea în mediul online (teleworking).
- La 48% dintre companii nici un angajat nu lucrează online în prezent, iar la 26% dintre companii lucrează online mai puțin de un sfert dintre angajați.
- 68% dintre companiile respondente au precizat faptul că nu au trimis nici un angajat în șomaj tehnic în această perioadă, 11% au trimis cel mult 24% dintre angajați în șomaj tehnic.
- 51% dintre companii afirmă că productivitatea angajaților care au lucrat online, de acasă, a fost similară cu cea a unui angajat de la sediu. 21% afirmă că a fost mai mică iar 16% dintre companii afirmă că productivitatea online a fost mult mai mică.

CONCLUZII - 3



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



- Cele mai frecvente schimbări ale MRU în companii au fost, în ordine descrescătoare, introducerea soluțiilor de coaching online, a metodelor de evaluare a performanțelor pentru angajații care lucrează de acasă și realizarea de reorganizări.
- 59% dintre companii afirmă că principala provocare în acest ultim an a fost afectarea cererii, 51% că a fost afectarea partenerilor de afaceri, iar 33% absenteismul angajaților.
- Cele mai frecvente măsuri de menținere a competitivității au fost, în ordine descrescătoare, valorificarea piețelor actuale, noile canale de comunicare cu clienții, atragerea de noi clienți și introducerea de noi produse și servicii.
- Cele mai frecvente măsuri privind digitalizarea afacerii au fost, în ordine descrescătoare, digitalizarea relației cu partenerii, cu instituțiile publice, soluțiile de lucru online între angajați, sistemele pentru comenzi, contractări și plăți online.
- 54% dintre companii nu au apelat la ajutor guvernamental în această perioadă. 21% dintre companii au beneficiat de ele și au constatat că le-au fost de mare ajutor.

CONCLUZII - 4

EVOLUȚII VIITOARE

- 65% dintre companii intenționează să realizeze în perioada viitoare schimbări ale modelului de afaceri.
- 35% dintre companii se așteaptă la o creștere a numărului de angajați în acest an, iar 13% se așteaptă la o scădere a acestuia.
- 50% dintre companii afirmă că nici un angajat nu își dorește să se introducă o săptămână de lucru la sediu redusă.
- 21% dintre companii afirmă că între 75%-100% dintre angajații lor ar dori o săptămână de lucru la sediu redusă.
- 31 % dintre companii afirmă că angajații ar putea lucra 1 zi de acasă, 21% dintre companii consideră că nu ar trebui să fie nici o zi pentru lucrul de acasă, iar 18% consideră că pot fi lucrate de acasă 2 zile pe săptămână.



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



CONCLUZII - 5

EVOLUȚII VIITOARE



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



- 19% dintre companii se așteaptă la o creștere a vânzărilor pe piețe externe în acest an iar 7% afirmă că vor intra anul acesta pe piețe externe. 55% dintre companii au afirmat că nu activează pe piețe externe.
- 47% dintre companii afirmă că se așteaptă să le crească vânzările pe piața internă în acest an, iar 26% se așteaptă ca vânzările să rămână la un nivel similar.
- 47% dintre companii afirmă că se așteaptă să aloce investițiilor sume mai mari în acest an decât în 2020, iar 18% că se așteaptă să investească mai puțin.
- 53% dintre companii afirmă că se așteaptă la o evoluție mai favorabilă a afacerii în 2021 decât în 2020, iar 17% că se așteaptă la o evoluție mai puțin favorabilă.

1 AN DE PANDEMIE COVID-19 IMPACTUL ASUPRA FIRMELOR ROMÂNEȘTI



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAȘI



CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI



22 APRILIE 2021

www.uaic.ro

www.cciasi.ro

www.bdo.ro/rethink