

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI



Școala doctorală de Management

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

Prezentată și susținută public de către autor:

DANIEL M. RUSU

Titlul tezei de doctorat:

INFLUENȚA INOVĂRII ASUPRA MANAGEMENTULUI
STRATEGIC ÎN IMM-URILE DIN
ROMÂNIA

Conducător de doctorat: Prof. univ. dr. MARIAN NĂSTASE

Comisia de susținere a tezei de doctorat:

Conf.univ.dr. Răzvan Corboș (președinte)	- Academia de Studii Economice din București
Prof.univ.dr. Nicoleta Cristache (referent)	- Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
Prof.univ.dr. Nicolae Bibu (referent)	- Universitatea de Vest din Timișoara
Prof.univ.dr. Nadia Carmen Ciocoiu (referent)	- Academia de Studii Economice din București
Prof.univ.dr. Marian Năstase (conducător de doctorat)	- Academia de Studii Economice din București

București, septembrie 2024

CUPRINS

	<u>Pag.</u>
CAPITOLUL 1 MANAGEMENTUL STRATEGIC AL IMM-URILOR	9
1.1. Aspecte definitorii ale IMM-urilor.....	9
1.1.1. Definirea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-urilor). Abordări conceptuale; Criterii de apreciere.....	9
1.1.2. Caracteristici ale IMM-urilor.....	13
1.1.3. Factori care influențează sectorul de IMM-uri.....	16
1.1.4. Relația IMM-uri – firmele mari.....	20
1.2. Abordări teoretico-metodologice privind strategia și managementul strategic.....	24
1.2.1. Caracterizarea conceptului de management strategic.....	25
1.2.2. Modelul lui Michael Porter pentru diagnosticarea strategică a domeniului de activitate în care firma acționează. Forțele competitive-Modelul celor Cinci Forțe.....	29
1.2.3. Modele de management strategic.....	34
1.2.4. Avantaj competitiv și performanță organizațională.....	38
1.2.5. Tipuri de strategii de afaceri generice.....	42
1.3. Inovarea și performanța organizațională.....	47
1.3.1. Conținutul inovării.....	47
1.3.2. Factori care influențează procesul de inovare în cadrul IMM-urilor.....	51
1.3.3. Tipologii: produs, tehnologie, configurație organizațională.....	56
1.3.4. Avantaje concurențiale bazate pe inovații.....	61
1.4. Managementul strategic al IMM – urilor.....	65
1.4.1. Ecosistemele antreprenoriale (EE).....	65
1.4.2. Legăturile dintre strategiile generice în cadrul IMM-urilor și performanța inovației.....	70
1.4.3. Rezultate ale implementării strategiilor de inovare.....	74
1.4.4. Modelul de maturitate al managementului strategic pentru inovație.....	78
 CAPITOLUL 2 CARACTERISTICILE SECTORULUI DE IMM-URI DIN ROMÂNIA SI DE PE PLAN INTERNAȚIONAL	 85
2.1. Elemente specifice IMM-urilor din România.....	85
2.2. Elemente specifice IMM-urilor din țările competitive.....	94
2.3. Planul Național de Redresare și Reziliență și implicații asupra sectorului de IMM-uri.....	106
 CAPITOLUL 3 CERCETARE CALITATIVĂ PRIVIND MANAGEMENTUL STRATEGIC AL IMM-URILOR	 119

	<u>Pag.</u>
CAPITOLUL 4 CERCETARE EXPLORATORIE CANTITATIVĂ PRIVIND MANAGEMENTUL STRATEGIC AL IMM-URILOR.....	157
4.1. Obiectivele tezei de doctorat.....	157
4.2. Considerații metodologice generale cu privire la scopul cercetării aplicative....	157
4.3. Metodologia și ipotezele cercetării, interpretarea rezultatelor chestionarelor....	158
4.4. Rezultatele analizei statistice referitoare la ipotezele de cercetare formulate....	221
CAPITOLUL 5 PROIECTAREA UNUI MODEL DE MANAGEMENT STRATEGIC AL IMM-URILOR.....	255
5.1. Propunere referitoare la un nou model de management strategic.....	259
5.1.1. Etapele procesului de management strategic.....	261
5.1.2. Relația dintre strategie, inovare și modelul de afaceri.....	265
CAPITOLUL 6 CONCLUZII.....	267
6.1. Propuneri la nivelele micro, macro și național.....	270
6.1.1. Înlesnirea accesibilității la sursele de finanțare dedicate IMM-urilor.....	270
6.1.2. Elaborarea unor programe la nivel guvernamental pentru încurajarea parteneriatelor între IMM-uri și universități, în vederea asigurării transferului de cunoștințe.....	271
6.1.3. Formularea și integrarea unui sistem periodic necesar evaluării și previzionării mediului extern organizației.....	272
6.1.4. Promovarea unei structuri organizatorice competitive și flexibile și pregătirea polivalentă și periodică a angajaților.....	273
6.1.5. Continua explorare a unor modele inovatoare de afaceri noi.....	274
6.1.6. Utilizarea crowdsourcing-ului.....	274
6.1.7. Co-opetiția (colaborarea realizată cu competiția) și colaborarea.....	274
Referințe bibliografice.....	276
ANEXE	
ANEXA A. Chestionar privind managementul strategic și inovarea în IMM-urile din România.....	289
ANEXA B. Ghid de interviu.....	300
ANEXA C. Rezultate obținute în urma aplicării chestionarului.....	303
ANEXA D. Rezultatele prelucrării cu softul IBM SPSS Statistics for Windows, Versiunea 26.0. Armonk, NY: IBM Corp. a unor ipoteze de lucru suplimentare.....	320

	<u>Pag.</u>
ANEXA E. Aspecte ale inovării în IMM-urile din România.....	339
LISTA ABREVIERILOR ȘI ACRONIMELOR.....	342
LISTA TABELELOR.....	344
LISTA FIGURILOR / GRAFICELOR.....	347
LISTA ANEXELOR.....	348
LISTA DE LUCRĂRI RUSU DANIEL.....	350

CUVINTE CHEIE

IMM-uri; strategie; model de management strategic; capacități strategice; antreprenoriat strategic; ecosisteme antreprenoriale; orientare strategică; inovare; strategii de inovare; avantaj competitiv; digitalizare.

SINTEZA LUCRĂRII

Teza de doctorat intitulată “Influența inovării asupra managementului strategic în IMM-urile din România” este una dintre puținele teze care abordează influența inovării asupra managementului strategic al IMM-urilor și are drept scop evidențierea necesității utilizării unor noi metode de gândire strategică, absolut necesare în cadrul efortului mai larg al IMM-urilor în vederea menținerii și creșterii durabilității pe piețele internă și internațională.

Partea teoretică a tezei de doctorat prezintă actualul stadiu al cunoașterii, cu raportare la management, managementul strategic, inovare și strategiile impuse de realitățile de astăzi ale mediului privat de afaceri.

Componenta aplicativă a acestui demers a respectat metodologia cercetării, fundamentată pe 15 ipoteze de lucru și pe folosirea programelor IBM SPSS Statistics for Windows, Versiunea 26.0. Armonk, NY: IBM Corp., ca mijloace economice, și a cuprins 3 etape principale (desfășurate în cadrul intervalului septembrie 2021 – mai 2023), respectiv: (1) Recunoașterea tendințelor principale în ceea ce privește influența inovării asupra managementului strategic în cadrul sectorului de IMM-uri; (2) Distribuirea unui chestionar către IMM-urile din România; (3) Studierea și analiza econometrică a rezultatelor obținute, ca urmare a răspunsurilor primite de la 210 IMM-uri din România.

Pe baza cercetărilor realizate, s-a reușit:

- identificarea și fundamentarea modalităților principale de inovare și schimbare managerială posibil de implementat la nivelul IMM-urilor;

- stabilirea modalităților principale de eficientizare a managementului IMM-urilor, responsabile de amplificarea misiunii și rolului managementului în susținerea și promovarea inovării;

- recunoașterea necesității și a oportunității unor modalități de inovare, cu efect nemijlocit la nivelul competitivității precum și maniera în care măsurile de eficientizare managerială susțin profesionalizarea reală și efectivă a managementului și managerilor din IMM-uri;

- definirea principalelor efecte ale reinterpretării binomului management – inovare în ceea ce privește competitivitatea IMM-urilor.

În esență, sinteza concluziilor cercetării mele doctorale constă în următoarele:

(1): Problema cea mai importantă cu care se confruntă astăzi IMM-urile din România o constituie managementul defectuos, dezechilibrat și de foarte multe ori lipsit de viziune în foarte multe privințe, deși o serie de specialiști accentuează finanțarea limitată a acestora. Atunci când există un management performant, există implicit și posibilități suficiente și consistente de limitare și/sau chiar de eliminare a tuturor celorlalte probleme.

(2): Deoarece la baza manifestării disfuncționalităților de ordin tehnologic, tehnic, comercial, financiar, social, economic etc. și a punctelor forte stă managementul, deficiențele și atu-urile manageriale sunt generate, în principal, de lipsa de studii, experiență și profesionalism a celor care îl pun în practică, maniera empirică pe care o exprimă în momentul în care se străduiesc să identifice soluții la problemele cu care se confruntă întreprinderile conduse.

(3): În comparație cu întreprinderile mari, gradul de utilizare a instrumentelor strategice, cât și a celor digitale rămâne, în continuare, unul limitat, IMM-urile din România nereușind, în acest context, să obțină avantaje concurențiale pe piețele internaționale;

(4): În vederea minimalizării incertitudinii factorilor externi de mediu, care nu pot fi previzionați, IMM-urile din România nu utilizează metodele de experimentare, de testare și de analiză rapidă.

(5). Apelarea pe scară largă la abordări inovatoare, în contextul utilizării unor instrumente strategice este de natură să crească funcționalitatea și performanțele IMM-urilor.

La finalul tezei de doctorat am enunțat o serie de propuneri care vizează îmbunătățirea managementului strategic, precum și un model nou de management strategic al IMM-urilor din România.