

# **REZUMAT**

## **TITLUL TEZEI DE DOCTORAT**

Inovarea și creativitatea, soluții ale relansării competiției în afacerile din sectorul terțiar

## **CUVINTE CHEIE**

inovație, creativitate, competitivitate, sectorul terțiar, sectorul imobiliar, zona București-Ilfov.

## CUPRINSUL TEZEI DE DOCTORAT

<u>INTRODUCERE</u> .....	5
<u>CAPITOLUL 1.</u> ....	7
<u>CLARIFICĂRI CONCEPTUALE CU PRIVIRE LA INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE ÎN SECTORUL TERȚIAR</u> .....	7
<u>1.A. INOVAȚIA</u> .....	8
<u>A.1 Inovația - definiție și caracteristici</u> .....	8
<u>A. 2. Forme și clasificări ale inovației</u> .....	12
<u>A.3 Surse ale inovației</u> .....	18
<u>A. 4 Teorii recunoscute în domeniul inovației</u> .....	21
<u>1.B. CREATIVITATEA</u> .....	27
<u>1.C. STABILIREA RELAȚIEI DINTRE INOVAȚIE ȘI CREATIVITATE</u> .....	29
<u>1.D. IMPACTUL INOVAȚIEI ȘI CREATIVITĂȚII ASUPRA SECTORULUI TERȚIAR</u> .....	32
<u>CAPITOLUL 2.</u> .....	38
<u>SECTORUL AFACERILOR</u> .....	38
<u>2.1 TIPURI DE AFACERI ÎN FUNCȚIE DE SECTOARE ECONOMICE</u> .....	38
<u>2.2. SECTORUL TERȚIAR</u> .....	39
<u>2.2.1. Definiții și caracteristici ale sectorului terțiar</u> .....	39
<u>2.2.2. Sectorul terțiar pe timp de criză</u> .....	41
<u>2.2.3. Situația sectorului terțiar din România</u> .....	44
<u>2.3. SECTORUL TERȚIAR DE SERVICII IMOBILIARE</u> .....	47
<u>2.3.1. Definiții și caracteristici</u> .....	47
<u>2.3.2. Caracterizarea principalilor actori din piața imobiliară</u> .....	49
<u>2.3.3. Cererea, Oferta și Procesul de luare a deciziilor pe piața imobiliară</u> .....	52
<u>2.3.4. Competiția pe piața imobiliară</u> .....	53
<u>2.3.5. Tendințe din sectorul de servicii imobiliare la nivel global</u> .....	56
<u>2.3.6. Criza pe piața imobiliară în literatura de specialitate</u> .....	60
<u>2.3.6. A. Criza pe piața imobiliară – analiza bazei de date Web of Science</u> .....	60
<u>2.3.6. A.1. Planificarea cercetării sistematice</u> .....	60
<u>2.3.6.A.2. Centralizarea datelor din literatura de specialitate</u> .....	61
<u>2.3.6. A.3. Interpretarea datelor- analiză tematică și de conținut</u> .....	64
<u>2.3.6. B. Criza din serviciile imobiliare – analiza resurselor științifice oferite de biblioteca Universității din Liège</u> <sup>65</sup>	

<u>2.3.7. Tendințe din sectorul de servicii imobiliare la nivel național</u> .....	67
<u>2.3.7. A. Analiza imobiliară la nivel național- date statistice și rapoarte oficiale</u> .....	67
<u>2.3.7.B. Analiză imobiliară la nivel național în literatura de specialitate- baza de date Web of Science</u> 69	
<u>CAPITOLUL 3.</u> ....	81
<u>MANIFESTĂRI ALE INOVAȚIEI ȘI CREATIVITĂȚII ASUPRA COMPETITIVITĂȚII</u> <u>SECTORULUI IMOBILIAR</u> .....	81
<u>3.1. RELAȚIA DINTRE INOVAȚIE, CREATIVITATE ȘI NIVELUL COMPETITIVITĂȚII</u> .....	81
<u>3.2. IMPACTUL INOVAȚIEI TEHNOLOGICE ȘI A DIGITALIZĂRII ASUPRA PERCEPȚIILOR</u> <u>CLIENTULUI ȘI ASUPRA COMPETITIVITĂȚII SECTORULUI</u> .....	83
<u>3.3. IMPORTANȚA CREATIVITĂȚII ASUPRA COMPETITIVITĂȚII SECTORULUI IMOBILIAR</u> .....	85
<u>3.3.1. Impactul inovației centrate pe client și a ofertelor personalizate asupra competitivității</u> ..	86
<u>3.3.2. Impactul culturii inovatoare asupra competitivității și a deciziei de investiție a clienților</u> 86	
<u>3.4. IMPACTUL INOVAȚIEI ȘI CREATIVITĂȚII ASUPRA SUSTENABILITĂȚII</u> <u>SECTORULUI TERȚIAR</u> .....	88
<u>CAPITOLUL 4.</u> .....	90
<u>METODOLOGIA DE ABORDARE A PROBLEMATICII PROPUSE</u> .....	90
<u>4.1 DESIGNUL CERCETĂRII EMPIRICE</u> .....	90
<u>4.2. DEZVOLTAREA CADRULUI CONCEPTUAL CE VA STA LA BAZA PROBLEMATICII</u> <u>PROPUSE</u> .....	92
<u>4.3. ELABORAREA OBIECTIVELOR ȘI A IPOTEZELOR STUDIULUI PROPUȘ</u> .....	95
<u>4.4.COLECTAREA ȘI PRELUCRAREA DATELOR DE NATURĂ CALITATIVĂ</u> .....	100
<u>4.4.1. Proiectarea instrumentelor de colectare a datelor calitative</u> .....	100
<u>4.4.2. Definirea eșantionului participant</u> .....	102
<u>4.4.3. Centralizarea și prelucrarea datelor calitative</u> .....	103
<u>4.5.COLECTAREA ȘI PRELUCRAREA DATELOR DE NATURĂ CANTITATIVĂ</u> .....	104
<u>4.5.1.Proiectarea instrumentelor de colectare a datelor cantitative</u> .....	104
<u>4.5.2. Definirea populației și a eșantionului de cercetare</u> .....	106
<u>4.5.3. Definirea variabilelor cercetării</u> .....	107
<u>CAPITOLUL 5.</u> .....	109
<u>ANALIZĂ EMPIRICĂ CALITATIVĂ ASUPRA CAPABILITĂȚILOR DINAMICE A</u> <u>FURNIZORILOR DE SERVICII IMOBILIARE ÎN RAPORT CU SCHIMBĂRILE PIETEI</u> .....	109
<u>5.1. ANALIZA FURNIZORILOR DE SERVICII IMOBILIARE</u> .....	109

<b><u>5.2. INVESTIGAREA ALTOR PERSPECTIVE RELEVANTE PENTRU INDUSTRIA IMOBILIARĂ</u></b> .....	133
<b><u>CAPITOLUL 6</u></b> .....	146
<b><u>ANALIZA EMPIRICĂ CANTITATIVĂ ASUPRA NEVOILOR, ATITUDINILOR ȘI PERCEPȚIILOR BENEFICIARILOR DE SERVICII IMOBILIARE</u></b> .....	146
<b><u>6.1. DATE DEMOGRAFICE PRIVIND EȘANTIONUL</u></b> .....	147
<b><u>6.2. STABILIREA VARIABILELOR STUDIULUI</u></b> .....	148
<b><u>6.3. CONSISTENȚA INTERNĂ A DATELOR</u></b> .....	148
<b><u>6.4.ASPECTE GENERALE CE ȚIN DE COMPORTAMENTELE CLIEȚILOR</u></b> .....	149
<b><u>6.5.REZULTATELE STATISTICILOR DESCRIPTIVE</u></b> .....	152
<b><u>6.6.STATISTICI INFERENȚIALE</u></b> .....	157
<b><u>6.7.INTERPRETAREA REZULTATELOR STATISTICE, IMPLICAȚII ALE TEORIEI PERCEPERII VALORII</u></b> .....	168
<b><u>CAPITOLUL 7</u></b> .....	172
<b><u>REALIZAREA UNEI ANALIZE TRANSVERSALE</u></b> .....	172
<b><u>7.1.INTERPRETAREA REZULTATELOR OBTINUTE DIN ANALIZA TRIANGULAȚIEI</u></b> .....	173
<b><u>7.2. CORELAREA CU REZULTATELE OBTINUTE ÎNTR-UN STUDIU PARALEL</u></b> .....	180
<b><u>7.3. CAUZE ȘI EFECTE ALE DEZELECHILIBRELOR DIN PIATA IMOBILIARĂ-STRUCTURA „ARBORELE PROBLEMELOR”</u></b> .....	184
<b><u>7.4. ANALIZA COMPETIVITĂȚII PIETEI URMÂND „MODELUL CELOR 5 FORȚE” DEZVOLTAT DE M. PORTER</u></b> .....	187
<b><u>7.5. PORTRETIZAREA CLIENTULUI DIN PIATA REZIDENȚIALĂ LOW-MEDIUM DIN ZONA BUCUREȘTI-ILFOV</u></b> .....	189
<b><u>7.6. DEVOLTAREA UNOR STRATEGII CU ROL IMPORTANT ÎN RELUAREA COMPETIVITĂȚII</u></b> .....	194
<b><u>CONCLUZII FINALE</u></b> .....	202
<b><u>LIMITE ALE STUDIULUI PROPUȘ</u></b> 205	
<b><u>LISTA TABELELOR</u></b> .....	235
<b><u>LISTA FIGURILOR</u></b> 236	

## SINTEZA LUCRĂRII

Prezenta teză de doctorat explorează modul în care inovarea și creativitatea pot deveni catalizatori ai creșterii, în contextul piețelor economice de servicii astăzi. Mai precis, cercetarea are ca scop analiza modului în care acești factori externi pot influența nivelul competițional din sectorului terțiar. Folosind ca zonă de analiză sectorul terțiar de servicii imobiliare din zona București-Ilfov, teza se construiește pe baza unei serii de obiective, după cum urmează: stabilirea situației actuale a industriei serviciilor rezidențiale în ceea ce privește competitivitatea și identificarea principalelor provocări cu care se confruntă piața imobiliară, abordarea unor perspective multiple din industria imobiliară (metoda triangulației), măsurarea impactului practicilor inovatoare și a strategiilor creative asupra competitivității furnizorilor de servicii, identificarea factorilor ce au dus la instabilitate în cadrul furnizorilor de servicii și implicit în cadrul sectorului terțiar vizat, identificarea nevoilor pieței, explorarea perspectivei beneficiarilor produselor imobiliare, realizarea unei analize critice bazată pe comparare și contrastare a trei perspective dominante din piața imobiliară, dezvoltarea unei strategii ce evidențiază elementele cheie și strategiile necesare în vederea reluării competitivității în industria propusă.

Metodologia abordată în cadrul prezentei teze se bazează mai întâi pe o analiză extinsă a literaturii de specialitate, prin explorarea critică a resurselor științifice regăsite în cadrul bazelor de date recunoscute la nivel internațional. Această practică a dus la formularea unui cadru conceptual relevant, ce stă la baza tezei de cercetare, ce s-a clădit pe baza a două teorii științifice relevante: *Teoria Capabilităților Dinamice și Teoria Perceperii Valorii*.

Mai departe, teza aduce autenticitate cercetării prin corelarea și contrastarea a trei perspective relevante pentru problematica propusă, obținându-se astfel ceea ce numim metoda triangulației. Astfel, obiectivele mai sus amintite sunt realizate prin cuprinderea perspectivei furnizorilor de servicii, mai precis a intermediarilor imobiliari și a dezvoltatorilor imobiliari ce activează în zona propusă. Cea de-a doua perspectivă este compusă din actualii sau potențialii beneficiari ai serviciului imobiliar, mai precis populația ocupată din zona București-Ilfov. Nu în ultimul rând, a treia perspectivă a fost inclusă datorită obiectivității sale sporite față de problematica abordată, fiind astfel compusă din arhitecți, ingineri constructori, specialiști în marketing imobiliar. Astfel, teza reușește să schițeze o abordare complexă asupra modului în care piața imobiliară se dezvoltă, dar mai ales asupra impactului pe care factorii inovatori precum strategiile inovatoare, inovarea prin tehnologie, digitalizarea sau chiar sustenabilitatea le pot avea asupra redresării economice din cadrul sectorului propus.

Datele au fost colectate prin intermediul interviurilor și al chestionarelor. Rezultatele interviurilor realizate atât cu furnizorii de servicii, cât și cu cea de-a treia categorie (denumită în cadrul tezei „alte perspective relevante”) reușește să genereze o analiză complexă, furnizând informații importante din partea actorilor direct implicați în procesul de dezvoltare și tranzacționare al imobilelor, cât și din partea unui grup de participanți ce aduc nuanțe obiective, din exteriorul acestui cadru. Compararea și contrastarea celor două perspective a dus la formularea unei serii de similitudini precum *bariere în domeniu pe timp de criză*, anume *îndoieli față de tehnologie*, precum și la construirea *tendințelor în preferințele clientului*. Cu toate acestea, angrenarea opiniilor arhitecților și a specialiștilor în marketing a scos la iveală *dezechilibre în relația cerere-ofertă*, mai precis la nivel de încredere și bună relaționare între vânzător și client. În pofida acestui fapt, ambele grupuri participante subliniază prioritatea acordată clientului ca fiind primordială în vederea păstrării competitivității și a poziției pe piață, urmat de nevoia de inovare, atât la nivel strategic, cât și tehnologic și sustenabil.

Explorarea în detaliu a așteptărilor și a percepțiilor beneficiarilor din sectorul imobiliar a fost posibilă prin intermediul colectării datelor de natură cantitativă, utilizând metoda chestionarului. Folosind un eșantion de 387 de participanți, teza a conturat șase ipoteze, din care majoritatea au fost confirmate sau parțial confirmate. Altfel spus, rezultatele statistice obținute susțin ipotezele formulate în ceea ce privește impactul inovării, tehnologiilor inovatoare, creativității, și al sustenabilității asupra nivelului competițional și al comportamentului clienților în sectorul serviciilor rezidențiale. Este interesant de remarcat faptul că, din cumulul de factori măsurați, componenta emoțională, compusă din interacțiunea inter-umană și experiența serviciului în sine, ocupă primul loc în procesul decizional al clientului, surclasând astfel factori precum tehnologia și sustenabilitatea.

În final, pe baza informațiilor colectate, teza de cercetare reușește să formuleze o serie de contribuții ce aduc originalitate lucrării, precum: portretizarea clientului din piața vizată, o analiză de tip cauză-efect cu ajutorul structurii „Arborele Problemelor”, analiza nivelului competițional cu ajutorul „Modelului Celor 5 forțe” formulat de M. Porter, dezvoltarea unor strategii cu rol important în vederea reluării competitivității în sectorul ales.

Parcurgerea studiilor universitare de doctorat a făcut posibilă contribuția mea activă în mediul academic, prin participarea mea la numeroase conferințe științifice naționale și internaționale, dar și prin publicarea unor articole de cercetare în reviste de renume. Dintre acestea, două articole figurează în cadrul bazei de date Web of Science. De asemenea, am dorit

aprofundarea și extinderea continuă a cunoștințelor mele academice, realizând în acest sens un stagiu de cercetare în Belgia, în cadrul Universității din Liège.