



**ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE BUCUREȘTI
ȘCOALA DOCTORALĂ - MARKETING**

TEZA DE ABILITARE

CERCETĂRI DE MARKETING

PENTRU CREȘTEREA PERFORMANȚEI ORGANIZAȚIONALE

**Conf.univ.dr.. Roxana Florența SĂVESCU
Universitatea “Lucian Blaga” din Sibiu**

2023

Rezumat

Teza de abilitare cu titlul „**Cercetări de marketing pentru creșterea performanței organizaționale**” prezintă rezultatele activităților științifice și academice desfășurate de candidat după obținerea titlului de Doctor în marketing (2011), având la bază *principiul complementarității și interdisciplinarității*¹ domeniilor analizate.

Teza conține **trei secțiuni principale**. **Secțiunea I** are două capitole și evidențiază **REALIZĂRILE ȘTIINȚIFICE** obținute în urma efectuării a cinci cercetări de marketing, structurate pe două direcții de cercetare: (1) **performanța organizațiilor care implementează regimul de telemuncă** și (2) **performanța activității de cercetare-dezvoltare în instituțiile de învățământ superior**. Rezultatele studiilor au fost publicate în **cinci articole științifice din jurnale indexate în baza de date Clarivate Analytics**. Fiecare dintre cele două capitole este în continuare structurat în **două subcapitole**: unul explorează **literatura relevantă** pentru înțelegerea subiectului abordat, iar al doilea reflectă **contribuția personală** în ceea ce privește contextul teoretic și cercetarea empirică existentă.

Primul capitol - Impactul activității în regim de telemuncă asupra performanței și satisfacției personale a angajaților, are la bază un proiect de cercetare (care implică trei cercetări de marketing - un studiu calitativ și două studii cantitative) derulat de o echipă de proiect interdisciplinară. Pandemia Covid-19 a venit cu provocări și lecții învățate cu privire la inovațiile în sistemele de lucru flexibile. Concluziile acestor cercetări de marketing au implicații practice pentru manageri în dezvoltarea strategiilor de marketing intern, cu obiectivul de a obține suportul angajaților și de a crește implicarea acestora în activitatea organizației. Principalele contribuții științifice sunt în următoarele direcții:

- **Percepții, atitudini și comportamente vis-à-vis de telemuncă și productivitatea muncii în modul de lucru de la domiciliu.** Această cercetarea calitativă analizează experiențele angajaților și managerilor de mijloc în perioada de tranziție de la munca de la birou la munca de acasă, în contextul pandemiei Covid-19 din România. S-a urmărit modul în care factorii contextuali serviciului de telemuncă au influențat percepția și comportamentul ”consumatorului” (angajatul). S-au organizat trei focus grupuri online pentru a explora experiența de muncă în noul mod de lucru, felul în care angajații și managerii de mijloc au perceput tranziția și ce impact a avut telemunca asupra satisfacției lor (profesionale și personale) și asupra productivității muncii. Concluziile cercetării

¹ Teza de abilitare face referire la cercetări efectuate de echipe interdisciplinare de cadre didactice și cercetători, cu accent pe acele părți ale studiilor în care autorul a avut o contribuție semnificativă.

reflectă patru dimensiuni ale regimului de telemuncă: temporală, spațială, socială și tehnică. Se evidențiază diferențe între diverse categorii de angajați, în ceea ce privește combinarea și prioritizarea acestor patru dimensiuni, iar aceste diferențe au un impact asupra modului în care organizațiile ar trebui să își proiecteze modelele de lucru de la domiciliu.

- ***Satisfacția și performanța angajaților în sistemul de telemuncă. Factori de influență.*** Această cercetare de marketing cantitativă investighează impactul unor factori din categoriile: profil angajat, mediu organizational și echilibru viața profesională - viața personală, asupra performanței (satisfacției și productivității, din perspectiva dimensiunii sociale și a celei tehnice) autoevaluate a muncii angajaților, în timpul pandemiei Covid-19 în România. Rezultatele au fost obținute în urma unui sondaj efectuat pe 801 angajați, iar analiza datelor s-a bazat pe modelul de regresie cuantilică și al regresiei lineare simple prin metoda celor mai mici pătrate. Autonomia la locul de muncă, implicarea în activități, abilitățile de comunicare, încrederea în colegi, eficiența ocupațională și conflictul familie-muncă influențează semnificativ performanța muncii, atât cea socială cât și cea tehnică. Studiile doctorale și încrederea în management influențează semnificativ performanța socială, în timp ce factorul motivațional, stresul la locul de muncă, ponderea timpului petrecut în regim de telemuncă, angajamentul față de organizație, numărul copiilor din gospodărie și dimensiunea gospodăriei influențează doar performanța tehnică. Factorii cu impact asupra performanței tehnice și sociale influențează diferit angajații cu nivel mediu de performanță și angajații cu performanță mai mare sau mai mică. Din perspectiva marketingului, rezultatele prezintă interes atât pentru cercetători cât și pentru managerii organizațiilor. Odată înțeleși acești factori, managerii ar putea găsi soluții mai bune pentru a se adapta la aceste noi provocări și a crea un mediu în care angajații ar performa mai bine în sistem de telemuncă.
- ***Obiceiurile de utilizare a timpului de lucru de către angajații care lucrează în regim de telemuncă.*** Această cercetarea cantitativă analizează modul de lucru al angajaților care lucrează în regim de telemuncă, pe baza interacțiunii acestora cu computerul. Este evidențiat atât modul în care angajații sunt implicați în diferite tipuri de activități (muncă efectivă, recreere, documentare) cât și perioadele din zi cele mai intense profesional. Pentru a putea obține rezultate relevante în această direcție, a fost dezvoltat un cadru conceptual, împreună cu instrumente și aplicații informatice, care pot oferi informații utile despre diferite categorii de activități în care sunt implicați angajații. Cercetarea a fost efectuată într-o companie IT, unde două categorii de angajați, dezvoltatori și consultanți software, au fost monitorizate timp de 114 zile, fiind generate și procesate 3,5 milioane de evenimente. Rezultatele au evidențiat obiceiuri diferite pentru consultanți și dezvoltatori,

în ceea ce privește structura zilei de lucru, programul de lucru, timpul de inactivitate și interacțiunea cu computerul. De asemenea, s-au identificat diferențe atunci când rezultatele au fost comparate cu cercetări anterioare care au monitorizat dezvoltatorii de software care lucrează de la birou: lucrătorii de la distanță au tendința de a-și organiza programul de lucru pe o perioadă mai lungă în timpul zilei și petrec mai puțin timp la întâlniri, dar mai mult timp pentru activitatea de programare. Pe de altă parte, ambele categorii de angajați (și cei de la birou și telelucrătorii) prezintă o muncă foarte fragmentată, schimbând ferestrele de lucru după perioade foarte scurte de activitate, cu un potențial impact negativ asupra productivității, progresului sarcinilor și calității rezultatelor. Din perspectiva marketingului, rezultatele cercetării pot fi utilizate atât în cazul dezvoltării unor produse informatice de monitorizare a timpului de lucru al angajaților, dar și în studii de segmentare a pieței angajaților sau în studii de analiză a productivității angajaților, atunci când se caută răspunsuri la întrebarea - de ce unii angajați sunt mai productivi decât alții?

Al doilea capitol - Factorii instituționali ai productivității activității de cercetare în instituțiile de învățământ superior, prezintă rezultatele a două cercetări de marketing efectuate de echipe interdisciplinare de cadre academice. Acestea contribuie la o înțelegere mai profundă a productivității activității de cercetare a cadrelor universitare, în special în contextul țărilor în curs de dezvoltare, care în prezent nu sunt bine reprezentate în literatura științifică. Treizeci și șapte de universități publice românești, grupate în trei categorii - cercetare avansată și educație, educație și cercetare științifică și centrate pe educație - au fost analizate în ceea ce privește producția științifică, pe baza datelor lor instituționale și bibliometrice din perioada 2006-2019. Principalele contribuții sunt în următoarele direcții:

- ***Evoluția pieței producției științifice în învățământul superior românesc (2011 – 2019)***. Rezultatele acestei cercetări de marketing reflectă faptul că în primii ani după adoptarea Legii Educației din 2011 a existat o creștere semnificativă a producției științifice în universitățile din România. Cu toate acestea, această creștere nu a putut fi susținută după 2014, cu excepția universităților din categoria „educație și cercetare științifică” și a universităților din domeniul medical. Numărul de citări per articol s-a dublat între 2013-2018 comparativ cu 2007–2012. În mod similar, s-au înregistrat îmbunătățiri în ceea ce privește percentila medie a articolelor publicate și procentul articolelor din top 1% și top 10% reviste și în ceea ce privește citările. Din perspectiva marketingului, studiul este o cercetare de marketing descriptivă, de birou și se încadrează în categoria „studiilor de analiză a industriei” (înțelegerea dinamicii sectorului de cercetare-dezvoltare) și a „studiilor de impact” (evaluarea efectelor Legii Educației din 2011 asupra producției științifice). Analiza a fost realizată la nivel de universitate și s-a bazat pe doi indicatori

principali: numărul de publicații și citări (cei mai importanți indicatori utilizați în scopuri de management universitar, întrucât pot fi manipulați - cu mai mult sau mai succes - de către liderii academici). Deși acești indicatori oferă o imagine realistă a evoluției performanței cantitative a cercetării universitare după aplicarea Legii Educației 2011, mai multe analize la nivel de indicatori de „calitate” (articole din top 1% și top 10% reviste) ar putea fi utile pentru a oferi un imagine mai amplă a acestei evoluții. Echipa de autori nu au efectuat analize pe domenii științifice și acest lucru poate duce la avantaje pentru unele universități, având științele exacte și alte domenii mai bine reprezentate în bazele de date bibliometrice, și dezavantaje pentru universitățile din domeniul științelor sociale și umaniste, unde publicațiile de tip cărțile și capitolele reprezintă rezultate importante ale cercetării.

- ***Factorii instituționali cu influență asupra productivității activității de cercetare din universitățile publice din România.*** Din punct de vedere al marketingului, studiul în cauză este o cercetare de marketing cauzală (explicativă), de birou. Prin care se explică evoluția, în timp și spațiu, a producției științifice în universitățile publice din România, evidențiind variabilele de care depinde aceasta, forma funcțională a dependenței fenomenului investigat de variabilele explicative luate în considerare și direcția și intensitatea influenței acestor variabile. Rezultatele acestei cercetări de marketing explicative evidențiază faptul că cel mai important predictor al productivității cercetării este prestigiul instituției asociat cu categoria din care face parte universitatea. Bugetul public instituțional nu are un impact semnificativ asupra productivității cercetării universitare (în lipsa unor politici la nivel national / instituțional); volumul de activitate didactică are o influență negativă asupra rezultatelor cercetării, în timp ce doctoranzii s-au dovedit a fi un predictor semnificativ al tuturor indicatorilor de producție științifică atunci când sunt considerați ca număr absolut. Deși constatările sunt specifice contextului românesc, multe dintre ele pot contribui la o mai bună înțelegere a factorilor instituționali ai productivității cercetării, putând fi replicate și în alte contexte. Rezultatele acestui studiu, împreună cu toate celelalte cercetări similare, trebuie privite cu prudență din cauza unor limite. Productivitatea cercetării este un concept multidimensional, în studiul de față fiind analizate, pe baza unor date obiective, părți ale determinantilor săi, aparținând caracteristicilor instituționale. Datorită unor motive obiective (de exemplu, lipsa surselor de informare), au fost ignorate dimensiuni importante ale cercetării, precum: cultura departamentală, mecanismele de evaluare a personalului, sistemele de recompense și stimulente, infrastructura și facilitățile de cercetare. Includerea altor factori, în special la nivel individual, ar putea aduce mai multe perspective asupra modului în care diferiți factori determinanți influențează productivitatea cercetării.

Secțiunea a II-a a tezei de abilitare prezintă **PLANUL DE DEZVOLTARE A CARIEREI ACADEMICE**, evidențiind acele aspecte (educaționale, științifice, de învățare pe tot parcursul vieții) pe care candidatul le va urma în următorii ani. Ultimul paragraf al acestei secțiuni subliniază capacitatea candidatului de a coordona echipe de cercetare și de a organiza activități educaționale.

Secțiunea a III-a a tezei enumeră **RESURSELE BIBLIOGRAFICE** care au fost studiate de către candidat la redactarea lucrărilor științifice.