

## **The impact of ICT on the performance of SMEs in Romania versus those in the Bucharest-Ilfov region**

**Drd Valentin Popa , ASEM Chișinău**

Chiar dacă la o primă vedere miza pe inovație într-o perioadă marcată de recesiune globală ar putea părea o irosire a capitalului, studiile arată ca IMM-urile ce demarează activități de inovare au reușit să combată criza economică. Vânzările au crescut și profitul operațional a rămas considerabil peste cifra de afaceri. Inovarea ține foarte mult și de stilul de management cât și de mijloacele valorificate, planificarea resurselor interne mai ales în momentele când economia nu mai este pe cele mai înalte culmi. Adaptarea și analiza oportunităților aduse de un nou mediu este preferată în schimbul rezistenței și abordarea unei atitudini defensive.

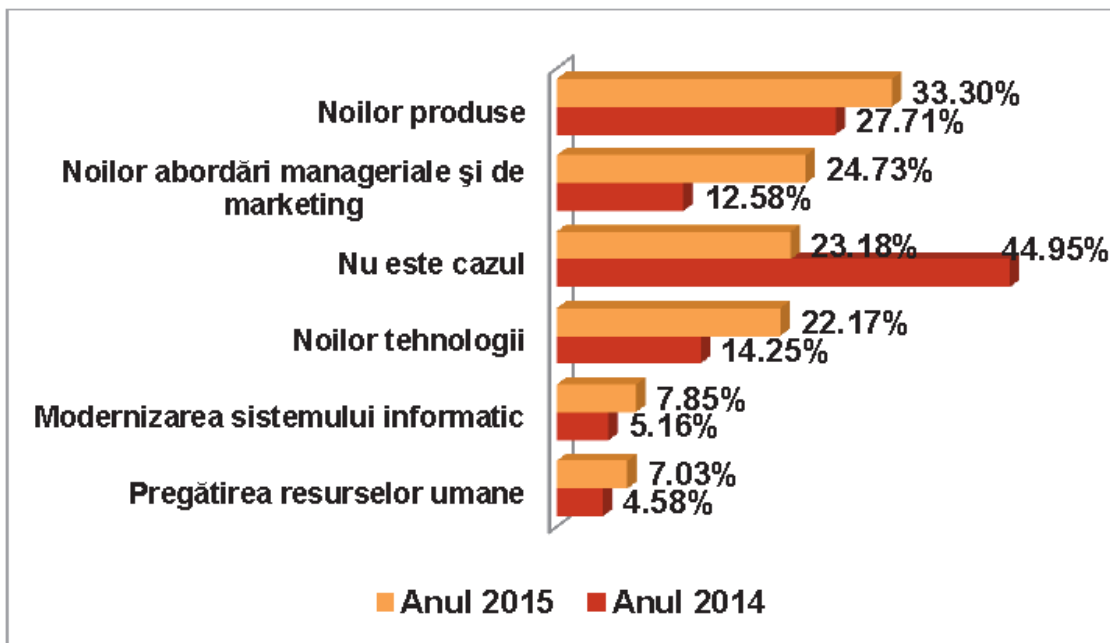
După Teodor Cimpoesu, Managing Director pentru România și Bulgaria a producătorului de soluții informatice și de securitate Kaspersky Lab “[...] o companie care alege doar să supraviețuiască este exact ca un naufragiat în mijlocul oceanului, care se rezumă doar la a sta și a aștepta să fie salvat de primul vapor care trece prin zonă. [...] De cele mai multe ori este indicat să încerci să înoți, chiar dacă apele sunt tulburi, și poate vei găsi un petec de pământ, care te va readuce la suprafață și îți va da șansa să începi ceva nou”. Practic, mesajul managerului acestei companii multinaționale descrie o analiză amănunțită a pieței și identificarea oportunităților de dezvoltare și adaptare. Inovarea este un proces continuu și adaptabil.

Stimularea inovației în IMM-urile din România este un element foarte important pentru a se asigura un proces de convergență sustenabil. Inovarea se referă atât la produse și servicii cât și la noile tehnologii, sisteme ITC și abordări noi manageriale și de marketing.

Eforturile de inovare ale IMM-urile din România în perioada 2014-2015 s-au concentrat în principal pe noile produse (33,30%), abordări noi de management și marketing (24,73%), noile tehnologii (22,17%), modernizarea sistemului informație (7,85%) și pregătirile resurselor umane (7,03%). Conform Figurii 1, se poate observa o evoluție pozitivă a companiilor inovatoare față de anul precedent: creșterea ponderii opțiunilor reprezentate de noile tehnologii, noile produse și abordările de management și marketing cât și reducerea propensiunii de a investi

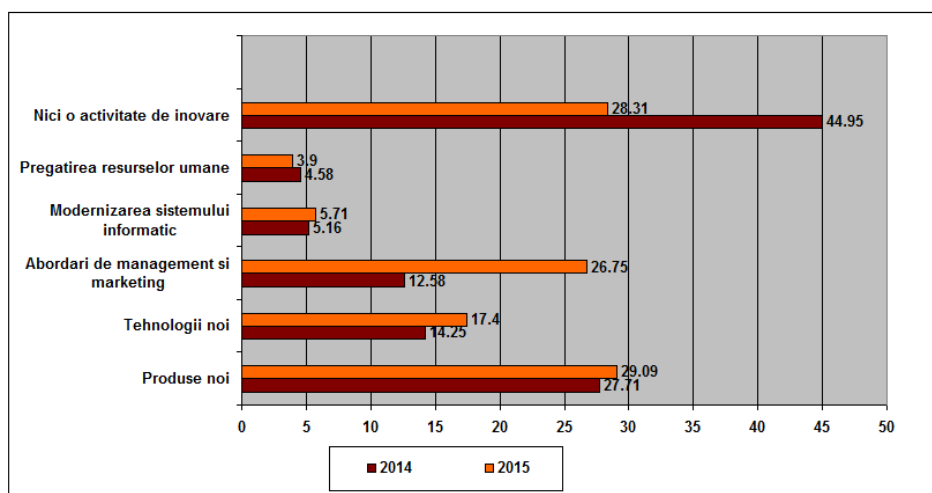
în modernizarea sistemului de informație. Cu alte cuvinte, companiile care au prestat activități de inovare au înregistrat creșteri și mai puține costuri de mentenanță.

**Figura 1 Natura activităților inovatoare în cadrul IMM-urilor din România**



Sursa: Consiliul national al IMM-urilor din Romania, 2016

**Figura 2 Natura activităților inovatoare în cadrul IMM-urilor din Regiunea București-Ilfov**

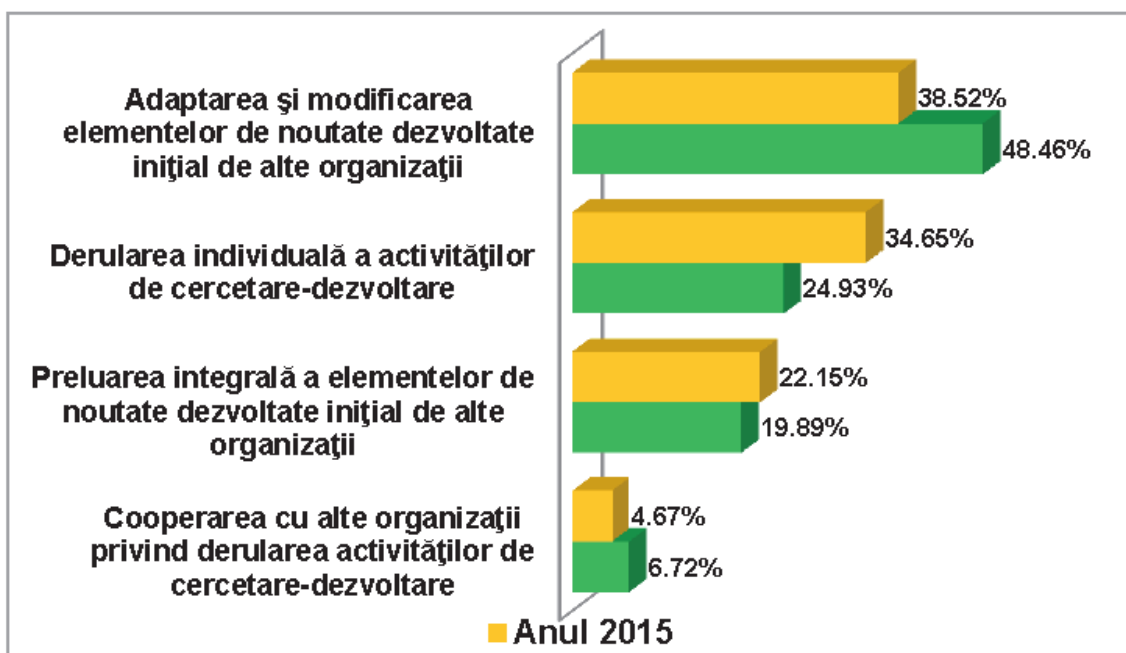


Sursa: Consiliul

national al IMM-urilor din Romania, 2016

În Regiunea București – Ilfov, în aceeași perioadă, putem observa că IMM-urile din s-au axat tot pe produse noi (29,09%), abordări noi de management și marketing (26,75%), noile tehnologii (17,4%), modernizarea sistemului informatic (5,71%) și pregătirile resurselor umane (3,9%). Conform Figurii 2, se păstrează evoluția pozitivă a companiilor inovatoare față de anul precedent. Trendul de la nivel național s-a păstrat și în Regiunea București-Ilfov și anume, cele care au prestat activități de inovare au înregistrat creșteri și mai puține costuri de mentenanță.

**Figura 3 Modalitățile de realizare a inovării în cadrul IMM-urilor din România**



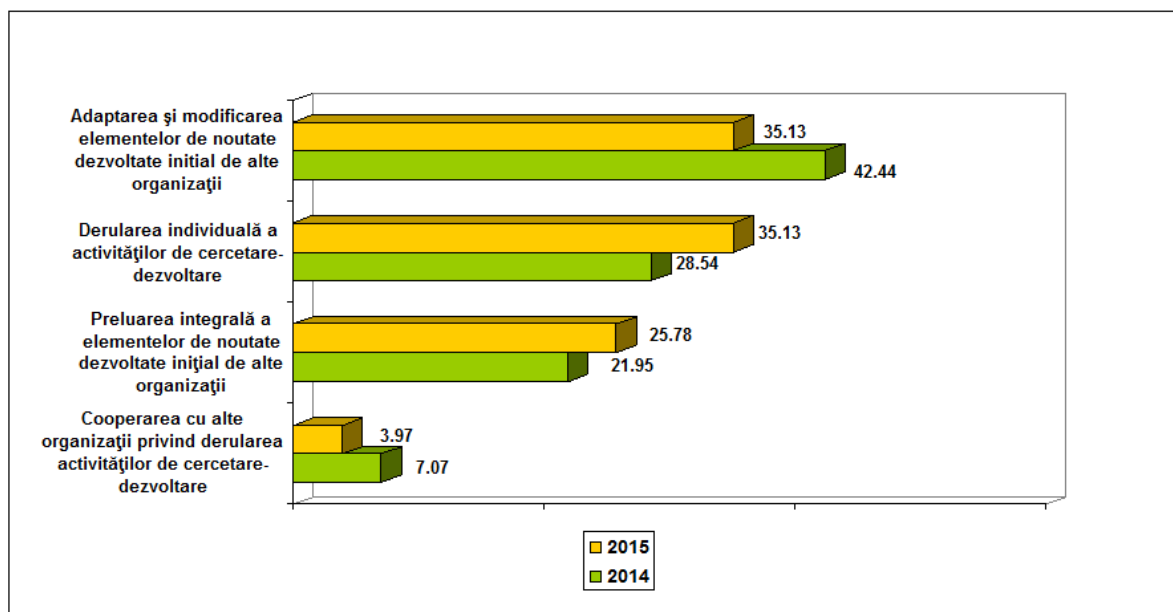
Sursa: Consiliul național al IMM-urilor din România, 2016

Principalele modalități de realizare în cadrul IMM-urilor sunt reprezentate de adaptarea și modificarea elementelor de noutate (38,52%), derularea individuală a activităților de cercetare-dezvoltare (34,65%), preluarea integrală a elementelor de noutate dezvoltate de alte organizații (22,15%) și cooperarea cu alte organizații privind activitatea de C-D, (4,67%).

În comparație, se pot observa următoarele modificări considerabile: scăderea opțiunilor de adaptare și modificare a elementelor de noutate, creșterea procentului IMM-urilor care preiau

integral elementele de noutate pentru dezvoltarea organizației de asemenea, creșterea activităților C-D individuale dar și reducerea activităților de cooperarea cu alte organizații privind domeniul cercetării-dezvoltării.

**Figura 4 Modalitățile de realizare a inovării în cadrul IMM-urilor din Regiunea București-Ilfov**



Sursa: Consiliul național al IMM-urilor din România, 2016

Principalele modalități de realizare în cadrul IMM-urilor din Regiunea București-Ilfov sunt reprezentate de adaptarea și modificarea elementelor de noutate (35,13%), derularea individuală a activităților de cercetare-dezvoltare (35,13%), preluarea integrală a elementelor de noutate dezvoltate de alte organizații (25,78%) și cooperarea cu alte organizații privind activitatea de C-D, (3,97%).

În această regiune se constată următoarele modificări considerabile: scăderea opțiunilor de adaptare și modificare a elementelor de noutate de la un an la altul, creșterea procentului IMM-urilor care preiau integral elementele de noutate pentru dezvoltarea organizației de asemenea, creșterea activităților C-D individuale dar și reducerea activităților de cooperarea cu alte organizații privind domeniul cercetării-dezvoltării.

## CONCLUZII

În urma analizei datelor, privind vânzările de bunuri în alte țări, înregistrate de IMM-urile Românești, s-a constatat că întreprinderile inovatoare au vânzări cu aproximativ 4% mai ridicate decât cele tradiționale. Pe baza acestui rezultat putem afirma, că acele companii ce au investit în inovarea produselor și serviciilor, au obținut profituri mai mari față de IMM-urile tradiționale. Astfel, s-au creat servicii ce se pliază mai bine pe nevoile clienților lor, ce ulterior a dus și la creșterea cererii.

Și la capitolul de vânzări de bunuri pe piața națională, întreprinderile inovatoare au rezultate considerabil mai bune decât cele tradiționale. Volumul vânzărilor ale IMM-urilor inovatoare este cu 3% mai ridicat decât a IMM-urilor cu politici tradiționale. Rezultate îmbucurătoare pentru companii inovatoare au fost înregistrate și pe piața locală/regională, având vânzări mai ridicate cu 4% în comparație cu IMM-urile tradiționale.

Pentru activitățile desfășurate în alte țări din uniunea europeană, există un sector aparte în care IMM-urile inovatoare s-au detașat considerabil față de cele tradiționale. În domeniul de distribuție a apei, salubritate, gestionarea deșeurilor și alte activități de decontaminare, tehnologiile folosite de IMM-urile inovatoare au sporit vânzările cu 20% mai mult decât IMM-urile tradiționale.

Ținând cont de aceste rezultate, se poate afirma că este din ce în ce mai necesar implementarea unei politici să stimuleze inovarea în companiile românești cât și a activităților de cercetare-dezvoltare.

Un scop rațional pentru orice stat, este de a construi o economie bazată pe cunoaștere. Acesta reprezintă drumul către competitivitate, creștere și prosperitate economică. Însă una este să țintești un astfel de obiectiv îndrăzneț și alta să îl realizezi. Pentru o țară ca România, care încă se zbate să ajungă la economia de piață, la o primă vedere, ar putea să pară nepotrivit să vorbim despre inovare și cunoaștere. Cum ne-am putea gândi la strategii de stimulare a inovării, dacă fundamentul structural al economiei este încă șubred?

Reformele structurale sunt pași care ar trebui făcuți pe rând, mai întâi concentrându-ne pe procesul de transformare economică, și apoi încercând să ridicăm nivelul de competitivitate al economiei. Doar așa, pe un fond economic sănătos, nevoia de inovare și transfer tehnologic ar apărea în mod natural.

Firmele trebuie nu doar să atingă gradul necesar de conștientizare privind nevoia de inovare, dar mai ales să adopte măsuri concrete pentru a-și dezvolta abilitățile necesare. Inovarea presupune capacități specifice (precum aceea de a sesiza oportunitățile oferite de piață în corelație cu evoluțiile tehnologice, de a identifica soluțiile tehnice, de a evalua raportul costuri-beneficii și riscurile presupuse, de a identifica resursele necesare, de a accentua rolul TIC și al persoanelor cu înaltă calificare, etc.), abilități care să fie câștigate la nivelul angajaților, managerilor sau să fie incorporate în organizarea firmei.

Altfel zis, o politică de acest fel trebuie să pornească de la stimularea inovării, a activităților de cercetare-dezvoltare ca instrumente ale saltului pe alte niveluri de creștere, care vor transforma în final România într-o economie competitivă.

## **Bibliografie**

1. Dumitriu R., Nunu C.,(2016), Inovația în întreprinderile din mediul de afaceri, Institutul național de Statistică;
2. European Commission, Innovation Union Scoreboard, (2012), The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation, p. 62, 65–67.
3. Inovare Durabilă, Studiu Inobarometru, Raport Inobarometru, Raport Bariere în calea inovării, 2011, [www.romaniainoveaza.ro](http://www.romaniainoveaza.ro)
4. Gheorghiu R., Pislaru D., Țurlea G., (2004), Competitivitatea pe bază de inovare a economiei românești în contextul strategiei de la Lisabona, Open Society Institute, Budapest.
5. Gonta E., (2011), Analiza temporală a agregatelor macroeconomice în Europa de S-E, Academia de Studii Economice din Moldova.
6. Nicolescu O., Haiduc I. C., Nancu D., (2016), Carta Albă a IMM-urilor din România, Editura Sigma, București.
7. Popa I., (2013), Efectele crizei asupra întreprinderilor mici și mijlocii și necesitatea dezvoltării acestora în România, Revista Strategii Manageriale, nr.2, Pitești.

\*\*\* CNIPMMR (2011), Carta albă a IMM-urilor din România

\*\*\* Consiliul Național al Întreprinderilor private mici și mijlocii din România, Evoluția IMM-urilor inovative din România și modalități de amplificare a inovării performante, 2014.

\*\*\*Studiu KeysFin, IMM-uri din România, studiu de business, 2015:  
<http://www.keysfin.com/UC/MediaLibrary/Handlers/ViewDocument.ashx?imageDB=true&tbNaIl=0&imageType=image&imageID=9803&imageName=&cultureId=3>

\*\*\* [www.immromania.ro](http://www.immromania.ro)