

MANAGEMENTUL INOVAȚIEI ÎN IMM-URI

Conf. univ. dr. Puiu Nistoreanu

Academia de Studii Economice București
puiu.nistoreanu@com.ase.ro

Rezumat

O perspectivă inteligentă a oricărei afaceri moderne trece de la simplele raționamente cauză-efect la o interpretare multistratificată, mai curând bazată pe logica binară. Capacitatea de înțelegere a managerilor moderni depășește șabloanele mecanice sau pe cele elaborate cu ajutorul calculatorului. Una dintre explicațiile acestei stări de fapt stă în capacitatea noilor manageri de a folosi inteligența și inovația peste granițele gândirii mecanice ori aceleia a sistemelor electronice.

Sistemului antreprenorial al întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) îi este specifică schimbarea. Întreprinzătorii trebuie să caute ocazii inovatoare și să introducă inovații pe piață. Inovarea, dorința schimbării și permanentizarea acestei stări de activitate, este mult mai ușor de realizat la nivelul IMM-urilor. Inovația nu înseamnă doar micile îmbunătățiri ori adaptările "din mers" la cerințele pieței. Inovația face mai ușoară depășirea momentelor de criză, conduce la o mai rapidă implementare a schimbărilor de orice natură și, astfel, face posibilă reducerea la minimum a riscului, orchestrată cu menținerea în funcțiune a sistemului.

Această nouă formă de exprimare a managerilor de azi face diferența între firmele bazate pe sisteme birocratice, greoaie și opresive, și cele moderne, elastice și dinamice. Aspectul poate fi generalizat la nivelul țărilor, diferența fiind reprezentată de modul în care sunt rezolvate problemele declinului industrial și cele ale concurenței.

Cuvinte-cheie

- inovația
- sistem antreprenorial
- aptitudini conceptuale
- inteligență socială
- servicii publice

Abstract

An intelligent perspective of any modern business passes from the simple reasoning cause-effect to a multi-stratified interpretation based mainly on a binary logic. The modern managers' comprehensive capacity surpasses mechanical patterns or those made by the computers. The reason is the new managers' capacity of using their intelligence and innovation beyond the mechanical thinking or that of electronic systems.

The entrepreneurship system of the Small and Medium Enterprises (SME) is characterized by its changing. The entrepreneurs have to look for the innovations and introduce them on the market. The innovation, the desire of changing and perpetuating them is much easier to be realized at the SME level. Innovation doesn't mean only small improvement or circumstantial adapting to the market demands. Innovation makes the overcoming of the crisis moments easier, leads to a faster implementation of any change and thus it makes possible to reduce the risk to a minimum level, accompanied by the keeping in function of the system.

This new way of expressing for the present-day managers makes the difference between the firms with bureaucratic, heavy, oppressive systems and those with modern, flexible, dynamic ones. This aspect could be generalized at the level of the countries, the difference being given by the way of solving the problems of the industrial decline and those of competition.

Keywords

- innovation
- entrepreneurship system
- conceptual abilities
- social intelligence
- public services

După cum este bine cunoscut, sistemul antreprenorial al întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) reprezintă un fenomen economic bine conturat, fundamentat pe cauze și evoluții determinate, ori posibil a fi determinate. Acestui sistem îi este specifică schimbarea, percepută ca o necesitate și în același timp ca o stare de normalitate. Din această stare de normalitate rezultă cerința de a face ceva diferit, și mai puțin dorința de a face mai bine ce se face deja.

1. Necesitatea inovației

În noile condiții - ale economiei de piață și ale manifestărilor tot mai prezente ale tendințelor de globalizare - întreprinzătorii trebuie să caute ocazii inovatoare și să introducă inovații pe piață. Aceasta întrucât pentru orice economie motorul activităților productive este reprezentat de consum. Consumul, la rândul său, este în strânsă interdependență cu puterea de cumpărare. La rândul său, puterea de cumpărare trebuie sensibilizată, creată și întreținută de către antreprenori. Antreprenorii fiind acele persoane care creează produse și servicii noi, diferite, schimbând sau transformând valori.

Inovarea, dorirea schimbării și permanentizarea acestei stări de activitate, este mult mai ușor de realizat la nivelul IMM-urilor. Această afirmație este sprijinită de felul în care se desfășoară activitatea în cadrul firmelor mici și mijlocii/medii. Managerii acestor afaceri sunt direct implicați și afectați de calitatea și rezultatele activității pe care o desfășoară. În această situație antreprenorii sunt deosebit de receptivi la semnalele pieței, sesizează micile inconveniente semnalate de către consumatori, remediază deficiențele și fidelizează clientela. Este de la sine înțeles că inovația nu înseamnă doar micile îmbunătățiri ori adaptările "din mers" la cerințele pieței. Însă este important pentru orice întreprinzător să învețe, să fie dinamic, receptiv la nou, să știe spre ce anume să-și îndrepte atenția, să realizeze observații pertinente și să ...inoveze.

2. Relația aptitudini conceptuale-inovație

Managerii moderni au nevoie de abilități pentru a analiza compania ca pe un întreg, pentru a identifica relațiile interne existente în cadrul firmei, spre a integra organizația proprie în sectorul de activitate, în societate și lume. Aceste abilități sunt bazate pe inteligență socială și capacitate analitică. Inteligența socială nu are neapărat de a face cu orientarea socială. Prin inteligență socială înțelegându-se, în principiu:

- darul de a simți și înțelege corect simțămintele altor persoane;
- capacitatea de a te pune în locul altor persoane;
- posibilitatea de a intui ceea ce este în stare să facă o altă persoană;
- dibăcia de a reacționa conform situației specifice;
- talentul de a crea o atmosferă propice cu situația dată, prin mijloace de comunicare.

De bună seamă că o persoană care este antreprenor și posedă aceste calități este în același timp și un om plin de inițiativă. Această inițiativă se va manifesta în competiția pieței sub forma inovației. Inovația va duce la o mai ușoară depășire a momentelor de criză, la o mai rapidă implementare a schimbărilor de orice natură și, astfel, va face posibilă reducerea la minimum a riscului, orchestrată cu menținerea în funcțiune a sistemului.

Managerii inovatori nu trebuie doar să inventeze măsuri, soluții, produse sau servicii noi și mai bune, ei trebuie să ofere o anumită siguranță grupului pe care-l conduc, firmei însăși, pentru a ajuta la tolerarea stării de incertitudine datorată schimbării, renunțării la soluțiile vechi și considerate sigure. Siguranța este necesară pentru ușurarea învățării, acceptării și testării noilor soluții. Această atitudine, corelată cu o bună campanie de marketing, este determinantă pentru procesul schimbării.



3. Inovația în instituțiile de servicii publice

Organizațiile de tipul celor guvernamentale, sindicatelor, bisericilor, universităților, școlilor, spitalelor, asociațiilor profesionale și comerciale trebuie să fie inovatoare mai mult decât firmele. Această afirmație este bazată pe faptul că în societatea actuală schimbările sunt deosebit de rapide, atât în tehnologie cât și în economie. Aceasta reprezintă o mare amenințare, dar și o ocazie pentru fiecare organizație.

În general, instituțiile de servicii publice inovează mai greu. Ele pun accentul mai mult pe dimensiune, căci în lipsa unui test de profit, dimensiunea este singurul criteriu de reușită. Tocmai de aceea oprirea unui lucru care a fost deja făcut este similară cu un blestem. Acest lucru este probat de faptul că numeroase universități sau spitale au rămas neschimbate ca structură mai bine de jumătate de secol.

Una dintre cauzele acestei rigidități la schimbare și inovare, este datorată și faptului că serviciile publice se bazează pe un anume buget și nu pe rezultatele obținute. Banii proveniți de la stat sau din alte surse publice pot fi în cel mai bun caz mai numeroși, dacă rezultatele instituției sunt apreciate a fi mai bune. Succesul este comensurat astfel printr-un buget mai mare și nu prin rezultate. Un alt aspect este cel al clientelei. O instituție de servicii publice trebuie să satisfacă pe toată

lumea, deci nu poate îndepărta pe nimeni. Tocmai de aceea pentru a lăsa loc inovației, instituțiile publice trebuie să-și definească clar scopurile, să urmărească mai mult obiectivele și mai puțin programele și proiectele temporare. Astfel, aceste organizații trebuie să-și elaboreze singure propriul sistem de căutare a inovațiilor și să accepte schimbarea ca pe o ocazie, nu ca pe o amenințare.

4. Concluzii

Indiscutabil, ultimii ani au schimbat mult mentalitatea managerilor, în general, și a celor din IMM-uri în mod special. Schimbarea pozitivă, suplețea, concurența acerbă și inovația sunt stări de fapt care reprezintă obișnuințe ale modului de existență a organizațiilor mici și mijlocii din țara noastră și din întreaga Europă. Apar, în aceste condiții, noi metode și modele de management eficient bazate pe inovație. Inovația impune, în aceste condiții, situarea cerințelor pieței pe loc central, ordinea, cuantificarea, eficiența, controlul produselor și serviciilor realizate. Inovația se bazează astfel, atât pe creier, cât și pe posibilitățile de reprezentare virtuală a viitoarelor produse. În aceste coordonate se vorbește din ce în ce mai des despre înlocuirea organizației "mecanice" cu organizația "gânditoare". Numeroase procese și modele economice mecanice sunt înlocuite de forme de materializare ale gândirii manageriale moderne.

Bibliografie

1. Christensen, C. M., Raynor, M. E. - **The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth** - editura Harvard Business School Press, 2003
2. Cornescu, V., Marinescu P. - **Management, de la teorie la practică** - Editura Universității București, 2004
3. Drucker, P. F. - **Inovația și sistemul antreprenorial** - Editura Enciclopedică, București, 1993
4. Glass, N. - **Management: les 10 defis** - Edition d'Organisation, Paris, 1998
5. Nicolescu, O. - **Management** - Editura Economică, București, 1995



BUZĂU
Str. Unirii,
Bl. 13 AB
Cod poștal 120020



Secretariat:	411977
Credite persoane juridice:	710997
Credite persoane fizice:	411942
Fax:	411750
VoiceTeller:	721112

Într-o afacere, ambii parteneri trebuie să câștige!

BANCA TRANSILVANIA

Servicii de calitate, la prețuri competitive!