

## INCURSIUNE ÎN REALIZAREA ACTIVITĂȚILOR INOVAȚIONALE DE CĂTRE ÎNTREPRINDERILE DIN REPUBLICA MOLDOVA

CZU: 005.591.6:334.7(478)

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7549671>

**Veronica PRISACARU, ORCID ID 0000-0002-2952-6888**

Universitatea de Stat din Moldova

**Ana SOCOLOVA**

Universitatea de Stat din Moldova

**Abstract:** *The main objective of the research was to evaluate the situation in the business environment of the Republic of Moldova regarding the application of innovative management. In order to achieve the proposed objective, the dynamics of innovative enterprises in industry and services was analyzed, and the types of innovation applied by companies were identified. As sources of information, official data of the National Bureau of Statistics on innovations in industry and services, as well as scientific publications reflecting the role of innovation management in achieving performance, were used.*

*As a result of the research, general findings were formulated regarding the innovative activity in industry and services, and recommendations were made to remedy the existing problems.*

*The research was carried out within the project „Support of teaching innovation, Research development and Inter-university cooperation of SAUM and TSU”, no. 7/2021/7 with financial support of the Ministry of Foreign Affairs of the Czech Republic.*

**Keywords:** *enterprise, innovative management, performance, Republic of Moldova.*

### Introducere

Etapa actuală de dezvoltare a afacerilor solicită o flexibilitate sporită a întreprinderilor la orice semnal parvenit din mediul extern, aceasta reprezentând de fapt o condiție a competitivității și sustenabilității. Activitatea inovațională, în acest context, trebuie să devină o componentă indispensabilă a vieții de zi cu zi a întreprinderilor, contribuția managementului inovațional în sporirea performanței întreprinderilor fiind pe larg reflectată în diverse cercetări. Astfel, fiind recunoscut rolul crucial al managementului inovațional în sporirea performanțelor entităților [2;4], inclusiv prin crearea avantajelor de termen lung [1], este precizată contribuția acestuia în îmbunătățirea productivității și performanței firmelor [3].

Datele cu privire la performanța economică a întreprinderilor din Republica Moldova denotă însă existența unor probleme semnificative la acest capitol. Astfel, după cum se expune în tabelul 1, chiar dacă remarcăm o tendință de reducere în numărului de întreprinderi care activează cu pierderi, în anul 2021 35,63% din întreprinderi nu au fost rentabile.

Tabelul 1. Situația financiară a întreprinderilor din Republica Moldova în perioada 2015-2021

Indicatorii	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Numărul total de întreprinderi, un.	51216	52320	54313	56463	56714	58063	60305
Numărul de întreprinderi care au suferit pierderi, un.	26183	26240	25850	24624	21767	24150	21486
Pondereea întreprinderilor care au suferit pierderi, %	51,12	50,15	47,59	43,61	38,38	41,59	35,63

Sursă: *elaborat de autori în baza: [5]*

Existența unui număr impunător de întreprinderi neperformante denotă valorificarea insuficientă de către acestea a factorilor de creștere a performanței, printre care, după cum s-a precizat anterior, un rol semnificativ îl deține activitatea inovațională.

### Material și metodă

În vederea atingerii obiectivelor cercetării, au fost utilizate următoarele metode: sinteza unor studii cu privire la relația între activitatea inovativă și performanța întreprinderilor, analiza în dinamică și structurală, generalizarea, inducția, formularea de concluzii și raționamente.

În calitate de surse de informații au fost folosite o serie de publicații științifice în domeniul aferent, baza de date statistice a Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, formularul Cercetării statistice Nr. 1 – INOV.

### Rezultate și discuții

Fiind dovedit rolul managementului inovațional în obținerea performanțelor activității, deducem că numărul de întreprinderi inovatoare, direcțiile și intensitatea cu care se implementează inovațiile reprezintă criterii pentru o estimare generalizatoare a măsurii în care întreprinderile din Republica Moldova percep semnificația inovațiilor și valorifică managementul inovațional ca factor al succesului și competitivității. În baza datelor statistice oficiale constatăm, însă, o tendință stabilă de reducere a numărului de întreprinderi inovatoare în Republica Moldova. Astfel, în conform cercetării statistice Nr. 1 – INOV aplicată pentru întreprinderile din industrie și servicii, în anul 2020 existau cu 225 întreprinderi inovatoare mai puțin decât în perioada 2015-2016 (tabelul 2). Luând în considerație faptul că în anul 2020 în industrie și servicii activau 37228 entități, constatăm că doar 1,2% din ele reprezentau întreprinderi inovatoare.

Printre întreprinderile inovatoare, predomină ponderea celor din industria prelucrătoare, urmate de întreprinderile din comerțul cu ridicata și din sfera informațiilor și comunicațiilor.

Tabelul 2. Dinamica întreprinderilor inovatoare din industrie și servicii în Republica Moldova în perioada 2015-2020

Denumirea ramurilor investigate	2015-2016		2017-2018		2019-2020	
	un.	%	un.	%	un.	%
Industria extractivă	8	1,19	6	0,99	3	0,67
Industria prelucrătoare	325	48,29	291	48,10	200	44,64
Producția și furnizarea de energie electrică și termică, gaze, apă caldă și aer condiționat	9	1,34	7	1,16	10	2,23
Distribuția apei; salubritate, gestionarea deșeurilor, activități de decontaminare	21	3,12	13	2,15	6	1,34
Comerț cu ridicata, cu excepția comerțului cu autovehicule și motociclete	153	22,73	135	22,31	100	22,32
Transport și depozitare	61	9,06	64	10,58	32	7,14
Informații și comunicații	47	6,98	51	8,43	63	14,06
Activități financiare și asigurări	15	2,23	15	2,48	19	4,24
Activități profesionale, științifice și tehnice	34	5,05	23	3,80	15	3,35
Total	673	100	605	100	448	100

Sursă: elaborat de autori în baza: [6]

Un aspect semnificativ în realizarea atribuțiilor inovaționale de către întreprinderi constă în axarea pe diverse tipuri de inovații. Cercetarea statistică Nr. 1 – INOV evidențiază patru tipuri de inovație: de produs, de proces, de metode de organizare și de marketing. Caracteristica tipurilor de inovare menționate se expune în tabelul 3.

Tabelul 3. Caracteristica tipurilor de inovare

Esența și conținutul tipurilor de inovare	Exemple de activități inovative
<p><i>Inovarea de produs</i> reprezintă introducerea pe piață a unui bun sau serviciu nou sau semnificativ îmbunătățit.</p>	<p><i>Exemple de bunuri noi sau semnificativ îmbunătățite:</i> înlocuirea unor materii prime cu altele cu caracteristici îmbunătățite; introducerea unor componente noi sau îmbunătățite la liniile de produse existente; echipament care are încorporat un software; adăugarea unor funcțiuni noi.</p> <p><i>Exemple de servicii inovative:</i> îmbunătățirea accesului clienților; introducerea pentru prima dată a serviciilor pe internet; noi forme de garanție; instalarea de sisteme de încălzire în exteriorul clădirii, a unor ecrane video.</p>
<p><i>Inovarea de proces</i> corespunde implementării unui proces de producție, unei metode de distribuție sau unei activități suport, noi sau îmbunătățite semnificativ.</p>	<p><i>Exemple de metode inovative de producere de bunuri și servicii:</i> instalarea unor tehnologii de fabricație noi sau îmbunătățite; echipament nou necesar pentru produse noi sau îmbunătățite; dezvoltarea producției asistată de computer sau altă tehnologie de îmbunătățire a capacităților de cercetare; procesare mai eficientă care reduce cerințele pentru consumul de materiale și energie.</p> <p><i>Exemple de metode inovative logistice, de furnizare și de distribuție:</i> introducerea unui cod de bare sau chip-uri RFID (Radio Frequency Identification) pentru a urmări materialele prin intermediul lanțului de aprovizionare; sisteme de radio navigație prin satelit GPS (Global Positioning Systems) pentru echipament de transport; răspuns automat furnizorilor care utilizează schimb de date electronice; introducerea unui software pentru identificarea rutelor de transport optime; software noi sau îmbunătățite pentru sisteme de cumpărare, contabile sau de întreținere.</p>
<p><i>Inovarea de organizare</i> reprezintă implementarea unei metode de organizare noi în practicile de afaceri ale întreprinderii, în organizarea locului de muncă și a relațiilor externe.</p>	<p><i>Exemple de inovări de organizare în practicile de afaceri:</i> stabilirea unor echipe formale sau informale de lucru pentru îmbunătățirea accesului și împărtășirea cunoștințelor între diferite departamente; introducerea unor standarde de control al calității pentru furnizori; sisteme de furnizare de management pentru a optimiza alocarea resurselor de la sursele de intrare până la furnizarea finală a produselor; prima introducere a unor stimulente pentru performanță individuală sau de grup; prima introducere a teleworking-ului (o muncă practică de la distanță cu ajutorul calculatoarelor și telecomunicațiilor).</p> <p><i>Exemple de inovări de organizare referitoare la organizarea muncii:</i> reducere sau creștere în structura ierarhică de luare a deciziilor; schimbări în responsabilități; introducerea Sistemului de Performanță Înaltă de Lucru; sisteme de formare profesională sau de instruire noi; crearea unei direcții (subdiviziuni) noi.</p> <p><i>Exemple de inovări de organizare în relații externe:</i> prima utilizare a unei surse de cercetare sau producție din afara întreprinderii; prima utilizare a alianțelor cu personalul din altă organizație, incluzând schimbările de personal temporar.</p>

<p><i>Inovarea de marketing reprezintă implementarea unui concept de marketing nou sau o strategie de marketing care diferă semnificativ de metodele de marketing existente și care nu a mai fost utilizat/utilizată înainte în întreprindere.</i></p>	<p><i>Exemple de inovări de design și ambalare:</i> design nou pentru produsele existente, inclusiv aparataj electrocasnic; adaptarea ambalajului la piețe specifice.</p> <p><i>Exemple de inovări pentru promovarea produsului:</i> împachetarea bunurilor și serviciilor existente în noi moduri pentru diferite segmente de piață; dezvoltarea de mărci pentru linii noi de producție; utilizarea pentru prima dată a produsului cu ajutorul persoanelor celebre sau grupuri particulare.</p> <p><i>Exemple de inovări privind plasarea produsului:</i> utilizarea pentru prima dată a vânzărilor în magazine care sunt accesibile numai deținătorilor de carduri de credit sau carduri de fidelitate; utilizarea pentru prima dată a videoclipurilor sau programelor de televiziune; utilizarea pentru prima dată a marketing-ului direct prin e-mail, telefon sau poștă folosind o bază de date a clienților; utilizarea pentru prima dată a unui comerț cu amănuntul exclusiv.</p> <p><i>Exemple de inovări pentru stabilirea prețurilor:</i> stabilirea pentru prima dată a unor preturi variabile în funcție de momentul achiziției sau după locația cumpărătorului; utilizarea pentru prima dată a stabilirii prețurilor de penetrare sau a prețurilor cu strategie agresivă; prima utilizare a sistemelor de discount.</p>
--	--

Sursă: elaborat de autori în baza: [7]

Evaluarea rezultatelor obținute la aplicarea cercetării respective (tabelul 4) a permis de a constata că cea mai mare parte din întreprinderi combină toate tipurile de inovare, fapt apreciat pozitiv.

Tabelul 4. Evaluarea numărului de întreprinderi inovatoare pe tipuri de inovație în Republica Moldova în perioada 2015-2020

	2015-2016		2017-2018		2019-2020	
	un.	%	un.	%	un.	%
Întreprinderi inovatoare - total	673	100	605	100,0	448	100
<i>inclusiv:</i>						
Întreprinderi inovatoare de produse	57	8,47	51	8,43	32	7,14
Întreprinderi inovatoare de procese	56	8,32	37	6,12	24	5,36
Întreprinderi inovatoare de produse și procese	42	6,24	31	5,12	18	4,02
Întreprinderi inovatoare de metode de organizare	72	10,70	81	13,39	33	7,37
Întreprinderi inovatoare de metode de marketing	99	14,71	91	15,04	56	12,50
Întreprinderi inovatoare de metode de organizare și marketing	71	10,55	70	11,57	62	13,84
Întreprinderi care au realizat mai multe tipuri de inovări (de produs, proces, metode de organizare și marketing)	276	41,01	244	40,33	223	49,78

Sursă: elaborat de autori în baza: elaborat de autori în baza: [6]

De rând cu constatările expuse mai sus, este necesar să menționăm faptul că la nivel național nu este investigată situația inovațiilor în agricultură, ultima reprezentând o ramură de

semnificație strategică pentru Republica Moldova. Ca urmare, situația inovațiilor în ramura respectivă este evaluată doar de la caz la caz, de către grupuri de cercetători în cadrul diferitor proiecte, prin metode sociologice, fiind cuprinse eșantioane nereprezentative de respondenți.

### Concluzii

1. În condițiile când în mediul de afaceri rolul inovației este tot mai mult evidențiat ca factor al competitivității și sustenabilității, întreprinderile din industrie și servicii din Republica Moldova manifestă un interes scăzut față de acest aspect. Reducerea numărului de întreprinderi inovatoare denotă oportunități nevalorificate de a spori performanța de către aceste întreprinderi.

2. Evaluarea situației inovaționale efectuată prin intermediul cercetării statistice Nr. 1 – INOV trebuie să ie efectuată și pe întreprinderile agricole, fapt ce ar permite o estimare mai exactă a calității exercitării atribuțiilor inovaționale la nivel național.

3. Activitățile de formare profesională inițială și continuă, reuniunile organizate la nivel sectorial, seminarele și mesele rotunde tematice trebuie să promoveze mai activ printre reprezentanții mediului de afaceri avantajele abordărilor inovaționale în domeniile aferente de activitate.

### Bibliografie

1. Hamel, G., *The Future of Management*, Harvard Business School Press, 2007, p. 51.
2. Mazzanti, M., Pini, P., Tortia, E. *Organizational innovations, human resources and firm performance: the Emilia-Romagna food sector*”, *The Journal of Socio-Economics*, Vol. 35, No. 1, 2006,
3. Mol, M.J., Birkinshaw, J. *The sources of management innovation: When firms introduce new management practices*. *Journal of Business Research* Volume 62, No. 12, December 2009, p. 1269-1280.
4. Walker, R. M., Damanpour, F. Devece, C. A. *Management Innovation and Organizational Performance: The Mediating Effect of Performance Management*. *Journal of Public Administration Research and Theory*, No. 21(2), p. 367–386.
5. [www.statistica.md](http://www.statistica.md). Statistica economică. Antreprenoriat. Surse de date administrative.
6. [www.statistica.md](http://www.statistica.md). Statistici pe domenii. Statistica economică. Inovarea în industrie și servicii.
7. [www.statistica.md](http://www.statistica.md). Formulare și clasificări. Formulare statistice 2021.