

# MANAGEMENTUL INTREPRINDERILOR MICI ÎN MIJLOCII,

Recenzie de  
carte

Autor: Prof.univ.dr.Constantin SASU

Managementul este o activitate economică de maximă importanță, prezentă în toate societățile umane, indiferent de sistemele politice, sociale și economice dintr-o anumită țară. Managerierea activității întreprinderilor mici și mijlocii pornește odată cu identificarea oportunităților economice, în baza cărora se creionează viziunea asupra demersului antreprenorial. Cartea domnului profesor Constantin Sasu are meritul de a parcurge toate etapele necesare unui astfel de demers economic și administrativ, explicând termenii cheie ai procesului și oferind soluții practice la probleme inerente.

Din punct de vedere al structurii, cartea *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii* este împărțită în 18 capitole care urmăresc întreprinderea din faza de intenție – cu sublinierea importanței întreprinderilor mici și mijlocii în economia românească contemporană și a rolului pe care întreprinzătorul îl are – și parcurge toți pașii necesari dezvoltării unei afaceri de acest gen, luând în calcul etapa de identificare a ideilor de afaceri, precum și modul de transpunere a lor în realitate. Un aspect important, care susține valoarea intrinsecă a demersului tiințific este acela că, pe parcursul cărții, autorul identifică și îl murește pentru cel care va parcurge materialul o serie de aspecte juridice pe care le presupune o întreprindere, surse de finanțare sau facilități ce pot fi accesate de cel numit generic *întreprinzător*.

Astfel, cartea *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii* oferă sugestii și răspunsuri la toate întrebările esențiale în acest domeniu, pornind de la cum se gestionează și manageriază eforturile și resursele – acolo unde impactul și ansele de reușită ale întreprinderii sunt cele mai mari –, care este modalitatea ca anumite produse sau servicii ale IMM-urilor să se deservesc o nișă de piață distinctă și profitabilă, care sunt pașii de parcurs în constituirea, conducerea și motivarea unei echipe de succes, abordează aspectele dezvoltării afacerii și oferă soluții ingenioase pentru evitarea problemelor și, nu în cele din urmă, arată cum se măsoară performanțele afacerii raportat la scopul general și situații favorabile.

Dincolo de deosebita valoare tiințifică, lucrarea de față se caracterizează prin următoarele elemente:

1. *Orientarea managerială*. Cartea se axează pe activitățile și acțiunile ce trebuie avute în vedere de către întreprinzători în efortul lor de a armoniza obiectivele, priceperea și resursele organizației lor cu cerințele și posibilitățile oferite de piață.
2. *Abordarea analitică*. Cartea trasează cadrul pentru analiza problemelor actuale existente în domeniu, abordarea teoretică fiind adaptată realității curente.
3. *Introducerea de noi elemente din domenii conexe*. Cartea atinge probleme de drept, psihologia comportamentului, teoria managementului și nu numai.

4. *Abordarea universală*. Prin conținutul ei și prin modul de abordare a problemelor, cartea se adresează deopotrivă studenților, oamenilor de afaceri și tuturor celor interesați de managerierea întreprinderilor mici și mijlocii.

5. *Abordarea echilibrată și exhaustivă*. Cartea acoperă toate aspectele de ordin strategic, tactic și administrativ pe care un întreprinzător competent, aflat la cârma unei întreprinderi de tip mic sau mijlociu, trebuie să le cunoască.

Mai mult decât atât, această carte le oferă studenților cunoștințele esențiale privind managementul firmelor mici și mijlocii. Ei vor descoperi o lucrare scrisă într-un stil foarte limpede, conceptele fiind explicate într-un mod foarte clar.

Pe de altă parte, practicienii vor găsi în această carte o excelentă sursă de referință și un ghid de bune practici privind analiza mediului antreprenorial, identificarea de noi oportunități de piață, selecția piețelor, alegerea strategiilor potrivite și a modului de adaptare a produselor cerințelor pieții, elemente de drept și oportunități teoretice ce pot fi cu ușurință puse în practică.

Cititorii acestei cărți vor aprecia stilul unitar și cursiv al întregii lucrări, ilustrarea conceptelor și dezvoltărilor domeniului cu numeroase, tabele, figuri, cazuri, inventar de probleme, toate contribuind la imaginea dinamică și provocatoare a managementului afacerilor mici și mijlocii.

În concluzie, *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii* reprezintă o excelentă sursă de informare și documentare, fiind destinat unui cerc larg de cititori care doresc să își îmbunătățească competențele antreprenoriale.

#### **Despre autorul cărții:**

*CONSTANTIN SASU*

*Profesor univ. dr.*

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor

Director al Departamentului de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor

Dr. Constantin Sasu este profesor la Departamentul de Management, Marketing și Administrarea Afacerilor al Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași și predă cursurile de Marketing internațional, Management internațional și Managementul micilor afaceri. A efectuat stagii de specializare în SUA, Spania, Franța, Marea Britanie și Germania. În anul universitar 1997-1998, a obținut o bursă de cercetare Fulbright din partea guvernului Statelor Unite. A publicat peste 100 de articole de specialitate în România, Spania, China, SUA. De asemenea, a publicat 30 de cărți, dintre care amintim: *Comunicare managerială internațională* (2013), *Marketing* (2006, 2008, 2011, colab.), *Marketing internațional* (1994, 1998, 2001, 2005), *Inițierea și dezvoltarea afacerilor* (1994, 2001, 2003), *Management internațional* (2003), *Marketing antreprenorial* (2002), *Comunicarea integrată de marketing* (2001), *Managementul micilor afaceri* (1998), *Tainele reușitei în micile afaceri* (1996), *Marketing* (1995), *Management* (1994, colab.), *Enciclopedia întreprinzătorului* (1999), *Managementul afacerilor mici și mijlocii* (1994, colab.), *Organizarea și conducerea societăților transnaționale* (1992), *Strategia dezvoltării unităților industriale* (1992), *Programarea producției: Baze și metode de optimizare* (1980), *Programarea producției: Algoritmi, metode, aplicații* (1979).

Profesor doctor Constantin Sasu este membru al Asociației Generale a Economistilor din România, al Asociației Americane de Marketing și al Asociației Americane pentru Mici Afaceri și Antreprenoriat.

A obținut numeroase distincții și recunoașteri ale activității științifice și didactice, printre care amintim: **Distinguished Research Award** (In Recognition of the Outstanding Contribution to the Nebraska Small Business Community), Nebraska Business Development Center, University

of Nebraska at Omaha, 1998; **Diploma for significant contribution to UNO students through the participation as a team-teacher during the 1997-1998 academic year; Diplom de recunoa tere a contribu iei la "American Training Program"**, 1993, (University of Nebraska at Omaha, S.U.A.); **Distinguished Friend of College** (College of Business Administration, University of Nebraska at Omaha, S.U.A., 1993); **Act of Honour and Gratitude for outstanding contribution to the Success of the Exceptional Scientific Forum "The 30<sup>th</sup> Annual ARA Congress"**, Chi in u, July 5-10, 2005; **Certificado de investigación científica in marketing**, Universidad de las Islas Baleares, Spania, 1993; Listat între anii 1994-2005 în **"Who is who in Management in Romania"**; Listat în **Catalogul exper ilor din Romania**, Societatea Academic din Romania.