

CUPRINS

INTRODUCERE	11
-------------------	----

CAPITOLUL 1

Prefigurarea cercetării.....	15
1.1. Axiome.....	15
1.2. Ipotezele cercetării.....	16
1.3. Obiectivele cercetării.....	18
1.3.1. Definirea obiectivului principal.....	18
1.3.2. Obiective derivate	18
1.4. Modalități, tehnici și procedee de atingere a obiectivelor.....	19
1.5. Planul de evaluare a cercetării	20
1.6. Planul diseminării rezultatelor cercetării.....	20
1.7. Importanța cercetării.....	22

CAPITOLUL 2

Incursiune în domeniul cercetărilor legate de antreprenoriat, organizație și management	25
2.1. Managementul și cultura managerială – esență a mediului organizațional intern. Repere conceptuale.	25
2.1.1. Repere conceptuale ale managementului clasic și modern.....	25
2.1.2. Cultura managerială de la „era coșului de fum” la „era gușelor albe”.....	35
2.2. Antreprenor, antreprenoriat, cultură antreprenorială; scurtă abordare istorică	42
2.2.1 Antreprenorul în viziune clasică	42
2.2.2. Antreprenoriatul în evoluția de la concept la profesie.....	49
2.2.3. Cultura antreprenorială între ambiguități și definiții	54

CAPITOLUL 3

Definiții și delimitări.....	63
3.1. Management, manager, cultură organizațională, cultură managerială.....	63
3.1.1. Managementul	63
3.1.2. Managerul.....	75
3.1.3 Cultura organizațională	89
3.1.4. Cultura managerială	96
3.2. Antreprenor – antreprenoriat – cultură antreprenorială.....	106
3.2.1. Antreprenor	106
3.2.2. Antreprenoriat	115
3.2.3. Cultura antreprenorială.....	122

CAPITOLUL 4

Influența factorilor psiho-socio-economici asupra culturii organizaționale, antreprenoriale și performanței manageriale	133
4.1. Etapele cercetării.....	133
4.2. Criterii de includere a Factorilor de influență asupra culturilor organizațională și antreprenorială	135
4.3. Inventarierea principalilor factori de influență asupra culturilor organizațională și antreprenorială	139
4.4. Identificarea și nominalizarea principalelor calități ale culturilor organizaționale, manageriale și antreprenoriale.	166
4.5. Principalii indicatori necesari atingerii obiectivelor cercetării	191
4.6. Tabloul valoric al indicatorilor simpli	197
4.7. Tabloul de sinteză al culturilor organizațională, managerială și antreprenorială	197

CAPITOLUL 5

Verificarea ipotezelor și a gradului de atingere a obiectivelor	203
---	-----

5.1. Despre necesitatea combinării metodei de observare prin chestionare cu metoda sondajului statistic	203
5.2. Volumul eșantionului	205
5.3. Scurte clarificări asupra orientării informaționale a chestionarului.....	208
5.4. Sistematizarea și prelucrarea datelor din chestionare	209
5.5. Clarificări asupra calculului indicatorilor	211
5.6. Verificarea rezultatelor cercetării	345
5.6.1. Coeficienții Spearman.....	345
5.6.2. Test de semnificație	349
5.7. Elementele referitoare la consistența rezultatelor	351
5.8. Aprecieri asupra calității rezultatelor.....	352
5.9. Verificarea ipotezelor cercetării	353
5.10. Verificarea obiectivelor cercetării.....	362

CAPITOLUL 6

Concluzii și propuneri.....	367
6.1. Concluzii	367
6.2. Propuneri	370
6.3. Referințe asupra originalității	372

ANEXA 1

Chestionar privind influența factorilor și determinarea calității medii a culturilor organizațională, managerială și antreprenorială în Regiunea Vest	375
---	-----

ANEXA 2

Tabelul coeficienților de relevanță și de calitate calculați pe baza notelor acordate în chestionare în cele patru județe ale regiunii vest.....	391
--	-----

ANEXA 3

Structura absolvenților din învățământul liceal, postliceal și superior	393
---	-----

ANEXA 4	
Structura pe religii.....	393
ANEXA 5	
Structura alegătorilor de dreapta în regiunea vest.....	394
ANEXA 6	
Tabloul indicatorilor psiho-socio-demografici și economici pentru județul Arad	395
ANEXA 7	
Triunghiurile AOM comparative între județe (luate câte două)	461
LISTA FIGURILOR.....	465
LISTA TABELELOR.....	465
LISTA GRAFICELOR	466
LISTA ABREVIERILOR	466
REFERINȚE BIBLIOGRAFICE	467