

STAREA DE SĂNĂTATE A MANAGEMENTULUI DIN ROMÂNIA ÎN 2012

- Seria a IV-a -

CUPRINS

Cuvânt înainte	13
CAPITOLUL 1 – ANALIZA SWOT A MANAGEMENTULUI DIN ROMÂNIA ÎN 2012	15
1.1. Metodologia utilizată	15
1.1.1. Metodologia pentru analiza managerială anuală la nivel național	15
1.1.1.1. Ipotezele cercetării	15
1.1.1.2. Metodologia cercetării	15
1.1.2. Metodologia pentru analize manageriale comparative internaționale	20
1.1.2.1. Necesitatea și particularitățile abordărilor manageriale comparative internaționale	20
1.1.2.2. Tipuri de studii și analize comparative	22
1.1.2.3. Principalele categorii de organizații și organisme care realizează analize manageriale comparative internaționale	24
1.1.2.4. Abordări metodologice, metode și tehnici folosite în cadrul studiilor comparative internaționale	26
1.1.2.5. Avantaje și limite	34
1.2. Managementul, mediul de afaceri și performanțele economiei României în context european și mondial	35
1.2.1 Caracteristici ale economiei, mediului de afaceri și managementului din România în contextul Uniunii Europene	35
1.2.2 Evoluția competitivității României	42
1.3. Performanțele și starea managementului la nivel național în 2012	49
1.3.1. Optica abordării și analizei managementului	49
1.3.2. Evaluări privind calitatea managementului practicat în România, comparativ cu Uniunea Europeană	49
1.3.3. Capacitatea managementului de a face față crizei și continuărilor sale	51
1.3.4. Mediul de afaceri abordat ca o rezultată sinergică a calității managementului național	55
1.3.5. Analiza punctelor forte	61
1.3.5.1. Primatul analizei punctelor forte	61
1.3.5.2. Principalele puncte forte ale managementului practicat în România	61
1.3.5.3 . Analiza cauzală a principalelor punctelor forte ale managementului național	64
1.3.6. Identificarea și analiza punctelor slabe ale managementului național	67
1.3.6.1. Principalele puncte slabe	67
1.3.6.2. Analiza cauzală a celor mai frecvente puncte slabe manageriale	70
1.3.7. Concluzii privind managementul din România în anul 2012	74
1.4. Managementul la nivel de agenți economici	76
1.4.1. Evaluarea de ansamblu	76
1.4.2. Principalele zone de funcționalitate in cadrul firmelor românești in 2012	79
1.4.3. Principalele disfuncționalități la nivelul agenților economici	84
1.5. Formare și consultanță managerială	90
1.5.1. Caracterizarea generală a trainingului și consultanței manageriale în România	90
1.5.2. Intensitatea training-ului în întreprinderile din România	91
1.5.3. Evaluarea comparativă a trainingului managerial din România și Uniunea Europeană	98
1.5.4. Frecvența apelării la consultanță în firmele românești	101
1.5.5. Consultanța managerială din România comparativ cu cea din Uniunea Europeană	103
1.5.6. Puncte forte ale organizațiilor care oferă training și consultanță managerială	105
1.5.7. Puncte slabe ale activității entităților furnizoare de training și consultanță managerială	108
1.5.8. Oportunități și amenințări contextuale în domeniul trainingului și consultanței manageriale din România	112
CAPITOLUL 2 – EVOLUȚIA MANAGEMENTULUI ÎN ROMÂNIA ÎN PERIOADA 2009-2012	114
2.1. Metodologia abordărilor manageriale dinamice	114
2.1.1. Necesitatea și specificitatea abordărilor manageriale dinamice în perioada actuală	114
2.1.2. Tipologia abordărilor dinamice manageriale	115
2.1.3. Elemente metodologice utilizate	117
2.1.4. Avantaje și limite	118

2.2. Dinamica managementului național în perioada 2009-2012	119
2.2.1. Evoluția calității managementului național	120
2.2.2. Dinamica managementului din România comparativ cu managementul din Uniunea Europeană	121
2.2.3. Evoluția managementului din România comparativ cu managementul din Europa Centrală	122
2.2.4. Dinamica capacității managementului din România de a face față crizei și urmărilor sale	123
2.2.5. Evoluția principalelor puncte forte	125
2.2.6. Dinamica principalelor puncte slabe	129
2.2.7. Constatări privind evoluția managementului din România în ultimii ani	132
2.3. Managementul agenților economici în dinamică	134
2.3.1. Performanțele de ansamblu ale firmelor	134
2.3.2. Managementul schimbării și capacitatea firmelor de a depăși criza	140
2.3.3. Managementul strategic în firmele românești și capacitatea anticipativă a acestora	144
2.3.4. Inovarea și managementul inovării în firmele românești	146
2.3.5. Un nou tip de management, managementul bazat pe cunoștințe	147
2.3.6. Managementul resurselor umane	149
2.3.7. Evoluții în dinamică ale principalelor zone de funcționalitate managerială comparativ cu anii anteriori	150
2.3.8. Schimbări la nivelul disfuncționalităților manageriale înregistrate comparativ cu anii anteriori	153
2.4 Training și consultanță în domeniul managementului	154
2.4.1. Dinamica training-ului	154
2.4.2. Dinamica consultanței	156
CAPITOLUL 3 – PERFECȚIONĂRI STRATEGICO-TACTICE ALE MANAGEMENTULUI DIN ROMÂNIA ÎN CONTEXTUL STRATEGIEI UE 2020	159
3.1. Strategia UE 2020 – contextul internațional al dezvoltării României	159
3.1.1. Trecerea la economia bazată pe cunoștințe – dominantă secolului XXI	159
3.1.2. Lansarea construirii economiei bazate pe cunoștințe în Uniunea Europeană prin Strategia de la Lisabona	163
3.1.3. Strategia 2020 a Uniunii Europene – placa turnantă a dezvoltării economice în Europa	165
3.1.4. Recomandări privind reforma structurală în Europa și relansarea economică	168
3.1.5. Necesitatea imperioasă a elaborării Strategiei României de construire a economiei bazate pe cunoștințe	169
3.2. Programul de guvernare al României în perioada 2012-2015 - contextul național al abordărilor manageriale în România	171
3.2.1. Principalele prevederi ale programului	171
3.2.2. Influența Programului de Guvernare asupra managementului din România	173
3.2.3. Impactul altor documente programatice asupra funcționalității și managementului firmelor din România	175
3.3. Priorități și modalități de acțiune manageriale pe termen lung	178
3.3.1. Management național	178
3.3.1.1. Conceperea și structurarea strategiei de creștere a economiei bazate pe cunoștințe 2014 – 2020	178
3.3.1.2. Priorități manageriale	179
3.3.1.3. Direcții și modalități de acțiune	182
3.3.2. Managementul agenților economici	188
3.3.2.1. Priorități	188
3.3.2.1.1. Dezvoltarea brandingului de produs	188
3.3.2.1.2. Identificarea și focalizarea pe piețele sectoriale țintă	189
3.3.2.1.3. Racordarea firmei la rețele și canale de distribuție internaționale	189
3.3.2.1.4. Susținerea activităților de cercetare-dezvoltare și inovare	190
3.3.2.1.5. Gestionarea durabilă a resurselor regenerabile și neregenerabile de energie	190
3.3.2.1.6. Dezvoltarea factorului uman	190
3.3.2.1.7. Creșterea potențialului inovativ organizațional	190
3.3.2.2. Modalități	191
3.3.2.2.1. Organizarea unor programe de pregătire, la nivel de firmă, privind crearea și managementul brandului	191
3.3.2.2.2. Identificarea produselor sau serviciilor din oferta comercială a firmelor ce dețin caracteristici distinctive sau oferă beneficii deosebite consumatorilor și susținerea acestora pe piețele relevante.	191
3.3.2.2.3. Integrarea firmei în platforme tehnologice	191
3.3.2.2.4. Implicarea întreprinderilor autohtone în rețele de firme inovative	191
3.3.2.2.5. Intensificarea și remodelarea formării de manageri și specialiști	192
3.3.2.2.6. Atragerea de resurse umane din alte țări	192
3.3.2.2.7. Atragerea masivă de investiții străine și autohtone directe	192
3.3.2.2.8. Îmbunătățirea culturii manageriale, astfel încât să favorizeze implementarea managementului bazat pe cunoștințe	193
3.3.3. Managementul entităților care oferă servicii de training și consultanță managerială	193

3.3.3.1. Consolidarea economică și modernizarea managerială a instituțiilor universitare și celorlalți furnizori de training și consultanță în domeniul managementului	193
3.3.3.2. Amplificarea gradului de adaptare a programelor de formare și perfecționare managerială la necesitățile reale ale economiei și mediului de afaceri din țara noastră	194
3.3.3.3. Creșterea calității și diversificarea serviciilor de consultanță managerială	194
3.3.3.4. Intensificarea dimensiunii pragmatice a pregătirii manageriale	195
3.3.3.5. Realizarea unor parteneriate între furnizorii de training/consultanță și organizațiile beneficiare	195
3.3.3.6. Conferirea unei dimensiunii internaționale mai pregnante programelor de pregătire și consultanță în domeniul managementului	196
3.3.3.7. Amplificarea prestigiului și vizibilității pe plan național și internațional al trainerilor și consultanților în domeniul managementului din România	196
3.4. Priorități și modalități de acțiune managerială pe termen mediu și scurt	197
3.4.1. Management național	197
3.4.1.1. Intensificarea profesionalizării managerilor și specialiștilor în management la toate nivelele societății și economiei României	197
3.4.1.2. Exercițarea de către managerii de la toate eşaloanele societății și economiei a unui management complex și complet, în care să se regăsească intens și pregnant cele cinci funcții manageriale	197
3.4.1.3. Focalizarea managementului la nivel național, sectorial, regional și local asupra relansării procesului investițional	198
3.4.1.4. Îmbunătățirea accesului IMM-urilor la finanțare	198
3.4.1.5. Reducerea fiscalității și îmbunătățirea Codului Fiscal și Codului de procedură fiscală	199
3.4.1.6. Pregătirea temeinică a absorbției fondurilor europene în cadrul noului ciclu managerial 2014 -2020	199
3.4.1.7. Generalizarea realizării studiilor de impact și a testului IMM-urilor de către managementul organismelor de reglementare juridică și economică	200
3.4.1.8. Adoptarea urgentă a unei noi legi privind dezvoltarea IMM-urilor, bazată pe Small Business Act	200
3.4.1.9. Susținerea distribuției și comercializării produselor IMM-urilor din România prin marile lanțuri de magazine	201
3.4.1.10. Promovarea intensă la nivel național a dezvoltării sistemelor moderne de organizare a muncii, a noilor tipuri de întreprinderi, specifice economiei bazate pe cunoștințe	201
3.4.1.11. Diminuarea birocrăției din economie	202
3.4.1.12. Flexibilizarea relațiilor de muncă și susținerea ocupării pe piața muncii	203
3.4.1.13. Proliferarea accelerată a cunoștințelor, trainingului, mentoringului și consultanței manageriale la toate nivelurile economiei	204
3.4.2. Managementul agenților economici	205
3.4.2.1. Priorități manageriale	205
3.4.2.1.1. Amplificarea flexibilității organizaționale	205
3.4.2.1.2. Extinderea informatizării la nivelul firmelor și managementului practicat în acestea	205
3.4.2.1.3. Orientarea spre sisteme de management bazate pe cunoștințe	205
3.4.2.1.4. Creșterea potențialului creativ la nivelul managerilor și executanților	206
3.4.2.1.5. Focalizarea pe economisire și valorificare superioară a resurselor	207
3.4.2.2. Modalități manageriale	207
3.4.2.2.1. Profesionalizarea managementului practicat în firmele din România, în contextul economiei și managementului bazate pe cunoștințe	207
3.4.2.2.2. Intensificarea transferului de know-how managerial internațional, a celor mai bune practici în managementul bazat pe cunoștințe	207
3.4.2.2.3. Proiectarea și implementarea de strategii bazate pe cunoștințe la nivel de organizații	207
3.4.2.2.4. Îmbunătățirea culturii manageriale, astfel încât să favorizeze implementarea managementului profesionist	208
3.4.2.2.5. Creșterea potențialului inovativ organizațional	208
3.4.3. Domeniul trainingului și consultanței manageriale	208
3.4.3.1. Dezvoltarea educației întreprinzătorilor - manageriale din România în conformitate cu Strategia EUROPA 2020 și Small Business Act	208
3.4.3.2. Fundamentarea, elaborarea și implementarea unei strategii la nivel național în domeniul formării și dezvoltării profesionale continue	209
3.4.3.3. Implicarea statului în promovarea, proliferarea și dezvoltarea managementului bazat pe cunoștințe în România	209
3.4.3.4. Operarea unor modificări legislative care să genereze amplificarea resurselor financiare destinate pregătirii și consultanței manageriale în țara noastră	210
3.4.3.5. Acordarea unor facilități din partea statului furnizorilor de training și consultanță managerială	210

3.4.3.6. Crearea condițiilor pentru amplificarea accesului furnizorilor de training și consultanță managerială la fondurile structurale europene	210
3.4.3.7. Consolidarea învățământului superior românesc în contextul adaptării la „procesul Bologna”	211
3.4.3.8. Înființarea unei entități naționale puternice, coordonată de reprezentanți ai asociațiilor profesionale de consultanți și statului, care să asigure promovarea și monitorizarea calității serviciilor de consultanță managerială	211
Bibliografie	212
Anexa nr. 1 – Chestionarele SAMRO 2012	214
Anexa nr. 2 – Chestionarul Carta Albă a IMM-urilor 2012	222
Anexa nr. 3 – Eșantionul de manageri întreprinzători intervievați în martie - aprilie 2012	232