

STAREA DE SĂNĂTATE A MANAGEMENTULUI DIN ROMÂNIA ÎN 2013

- Seria a V-a -

CUPRINS

Cuvânt înainte	13
CAPITOLUL 1 – EVALUAREA MANAGEMENTULUI DIN ROMÂNIA ÎN 2013 UTILIZAND ANALIZA SWOT	15
1.1 Metodologii folosite in cadrul analizelor manageriale realizate în 2013	15
1.1.1 Metodologie pentru analiza anuală a managementului la nivel național	15
1.1.1.1 Ipotezele cercetării	15
1.1.1.2 Metodologia cercetării	15
1.1.2 Metodologie pentru analize comparative internaționale a managementului din Romania cu managementul din alte țări	20
1.1.2.1 Necesitatea și particularitățile abordărilor manageriale comparative internaționale	20
1.1.2.2 Tipologia studiilor și analizelor comparative	22
1.1.2.3 Principalele categorii de organizații și organisme care realizează analize manageriale comparative internaționale	30
1.1.2.4 Abordări metodologice, metode și tehnici folosite în cadrul studiilor comparative internaționale	31
1.1.2.5 Avantaje și limite	40
1.2 Mediul de afaceri, managementul și performanțele economiei României in 2013, în context european și mondial	41
1.2.1 Caracteristici ale economiei, mediului de afaceri și managementului din România în conexiune cu evoluțiile Uniunii Europene	41
1.2.2 Elemente relevante privind managementul administrației publice	49
1.2.3 Evoluția competitivității României în context internațional	52
1.3. Starea și caracteristicile managementului la nivel național în 2013	61
1.3.1 Viziunea abordării și analizei managementului național	61
1.3.2 Evaluări comparative privind calitatea managementului practicat în România, comparativ cu Uniunea Europeană	61
1.3.3 Capacitatea managementului national de a face față crizei și continuărilor sale	63
1.3.4 Mediul de afaceri abordat ca o rezultantă sinergică a calității managementului național	67
1.3.5 Identificarea și analiza punctelor forte ale managementului național	74
1.3.5.1 Primatul analizei punctelor forte	74
1.3.5.2 Puncte forte relevante ale managementului practicat în România	74
1.3.5.3 Analiza cauzală a principalelor punctelor forte manageriale	77
1.3.6 Identificarea și analiza punctelor slabe ale managementului național	81
1.3.6.1 Principalele puncte slabe relevante ale managementului practicat în România	81
1.3.6.2 Analiza cauzală a celor mai frecvente puncte slabe manageriale	84
1.3.7 Constatări concluzive privind managementul din România în anul 2013	88
1.4 Managementul la nivel de agenți economici	90
1.4.1 Evaluarea de ansamblu	90
1.4.2 Principalele puncte forte identificate la nivelul managementului agenților economici din România	94
1.4.3 Principalele puncte slabe identificate la nivelul managementului agenților economici din România	100
1.5 Pregătirea și consultanța managerială	107
1.5.1 Aspecte generale privind trainingul și consultanța managerială în România	107
1.5.2 Intensitatea trainingului în firmele românești	108
1.5.3 Abordarea comparativă a trainingul managerial din România și U.E.	114
1.5.4 Gradul de apelare la consultanță a companiilor din România	117
1.5.5 Evaluarea comparativă a calității consultanței manageriale din țara noastră și Uniunea Europeană	118
1.5.6 Impactul trainingului și consultanței asupra capacității de adaptare la mediu a firmelor	121
1.5.7 Puncte forte ale furnizorilor de training și consultanță managerială din România	122
1.5.8 Puncte slabe ale organizațiilor care oferă training și consultanță managerială în țara noastră	126
1.5.9 Principalele oportunități și amenințări contextuale care se manifestă în domeniul trainingului și consultanței manageriale din România	131

CAPITOLUL 2 – EVOLUȚIA MANAGEMENTULUI ÎN ROMÂNIA ÎN PERIOADA 2009-2013	133
2.1 Elemente metodologice ale abordărilor dinamice utilizate în managementul din România	133
2.1.1 Necesitatea și specificitatea abordărilor manageriale dinamice în perioada actuală	133
2.1.2 Tipologia abordărilor dinamice manageriale	134
2.1.3 Principalele elemente metodologice folosite în cadrul analizelor dinamice	140
2.1.4 Avantaje și limite	141
2.2 Evoluții ale economiei României în ultimii cinci ani	142
2.2.1 Dinamica economiei	142
2.2.2 Evoluții ale unor procese economice majore	144
2.3 Dinamica managementului național în România în perioada 2009-2013 în context internațional	147
2.3.1 Evoluția calitatii managementului național	147
2.3.2 Dinamica managementului din România comparativ cu managementul din Uniunea Europeană	149
2.3.3 Evoluția managementului din România comparativ cu managementul din Europa Centrală	150
2.3.4 Analiza în dinamică a capacității managementului din România de a face față crizei și urmărilor sale	151
2.3.5 Evoluția principalelor puncte forte manageriale	154
2.3.6 Dinamica principalelor puncte slabe manageriale	158
2.3.7 Concluzii privind evoluția managementului din România în ultimii cinci ani	161
2.4. Managementul agenților economici în dinamică	163
2.4.1 Performanțele agenților economici din România	163
2.4.2 Capacitatea firmelor de a face față crizei economice și schimbarea organizațională	169
2.4.3 Previuina și managementul strategic în firmele românești	172
2.4.4 Capacitatea inovativă a agenților economici	173
2.4.5 Economia și managementul bazate pe cunoștințe	175
2.4.6 Managementul resurselor umane	177
2.4.7 Evoluții în dinamică ale punctelor forte manageriale ale agenților economici în perioada 2010 - 2013	178
2.4.8 Dinamica punctelor slabe manageriale ale agenților economici în perioada 2010 - 2013	180
2.5 Dinamica trainingului și consultanței în domeniul managementului	182
2.5.1 Evoluția training-ului managerial	182
2.5.2 Evoluția consultanței manageriale	185
CAPITOLUL 3 – PERFECȚIONĂRI STRATEGICO-TACTICE ALE MANAGEMENTULUI DIN ROMÂNIA ÎN CONTEXTUL STRATEGIEI UE 2020	189
3.1 Strategia UE 2020 – contextul european al dezvoltării României	189
3.1.1 Mutația dominantă a secolului XXI - trecerea la economia bazată pe cunoștințe	189
3.1.2 Demararea construirii economiei bazate pe cunoștințe în Uniunea Europeană prin Strategia de la Lisabona	193
3.1.3 Strategia 2020 a Uniunii Europene – placa turnantă a realizării economiei bazate pe cunoștințe în Europa	196
3.1.4 Priorități și recomandări privind reforma structurală în Europa și relansarea economică	199
3.1.5 Elaborarea Strategiei României de construire a economiei bazate pe cunoștințe	201
3.1.6 Elemente esențiale ale parteneriatului România – Uniunea Europeană pentru fondurile europene în perioada 2014 – 2020	203
3.2 Programul de Guvernare al României în perioada 2014-2016	209
3.2.1 Prezentare generală	209
3.2.1.1 Principalele măsuri	209
3.2.1.2 Impactul programului asupra managementului firmelor	213
3.2.2 Strategia fiscal-bugetară pentru perioada 2014-2016	215
3.2.2.1 Prezentare generală	215
3.2.2.2 Impactul asupra managementului firmelor	216
3.2.3 Strategia Guvernamentală pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii	216
3.2.3.1 Prezentare generală	216
3.2.3.2 Impactul asupra managementului firmelor	219
3.2.4 Strategia de dezvoltare rurală a României	220
3.2.4.1 Prezentare generală	220
3.2.4.2 Impactul asupra managementului firmelor	222
3.3 Priorități și modalități de acțiune manageriale pe termen lung	223
3.3.1 Management național	223
3.3.1.1 Conceperea și structurarea strategiei de construire a economiei bazate pe cunoștințe 2015 – 2020	223
3.3.1.2 Prioritățile implementării fondurilor Uniunii Europene în perioada 2014 - 2020	224
3.3.1.3 Priorități manageriale naționale	225

3.3.1.4 Direcții și modalități de perfecționare a managementului	231
3.3.2 Managementul agenților economici	238
3.3.2.1 Priorități	238
3.3.2.1.1 Focalizarea pe construirea unor branduri puternice de produs	238
3.3.2.1.2 Identificarea de piețe țintă pentru export și concentrarea pe cele ce au o capacitate de absorbție mare	238
3.3.2.1.3 Conectarea agenților economici din România la rețele și canale de distribuție internaționale	239
3.3.2.1.4 Intensificarea activităților de cercetare-dezvoltare	239
3.3.2.1.5 Acordarea de importanță dezvoltării durabile și sustenabilității	239
3.3.2.1.6 Perfecționarea resursei umane	240
3.3.2.1.7 Intensificarea inovării	240
3.3.2.2 Modalități	240
3.3.2.2.1 Realizarea unor programe de pregătire, la nivel de firmă, pentru crearea unui management performant de branding al produselor	240
3.3.2.2.2 Promovarea produselor/serviciilor românești ce dețin caracteristici distinctive sau oferă beneficii deosebite ce pot ajuta la crearea unui brand puternic românesc	241
3.3.2.2.3 Integrarea firmei în platforme tehnologice	241
3.3.2.2.4 Asocierea firmelor românești în rețele de firme performante	241
3.3.2.2.5 Remodelarea activităților de formare și perfecționare a managerilor și specialiștilor în management	242
3.3.2.2.6 Creșterea atractivității pieței muncii din România pentru resursele umane din străinătate	242
3.3.2.2.7 Amplificarea atractivității României pentru investitori străini	242
3.3.2.2.8 Modificarea culturii organizaționale pentru a facilita implementarea managementului bazat pe cunoștințe	243
3.3.3 Managementul organizațiilor care oferă servicii de pregătire și consultanță managerială	243
3.3.3.1 Consolidarea și perfecționarea economico-managerială a instituțiilor de învățământ superior și a celorlalți furnizori de training și consultanță în domeniul managementului	243
3.3.3.2 Adaptarea programelor de formare și perfecționare managerială la necesitățile reale ale economiei și mediului de afaceri din țara noastră	244
3.3.3.3 Îmbunătățirea calității și diversificarea serviciilor de consultanță managerială	244
3.3.3.4 Amplificarea dimensiunii pragmatice a pregătirii manageriale	245
3.3.3.5 Operaționalizarea unor parteneriate între furnizorii de training/consultanță și organizațiile beneficiare	245
3.3.3.6 Conferirea unei dimensiunii internaționale mai consistente programelor de formare și consultanță managerială	246
3.3.3.7 Creșterea prestigiului și vizibilității pe plan intern și internațional a trainerilor și consultanților în domeniul managementului din România	246
3.4 Priorități și modalități de acțiune pe termen mediu și scurt	247
3.4.1 Previțiuni economice internaționale și naționale pentru 2014	247
3.4.2 Modalități de acțiune la nivelul managementului național	250
3.4.2.1 Creșterea eticii în afaceri și dezvoltarea guvernantei corporatiste	250
3.4.2.2 Profesionalizarea intensă a managerilor și specialiștilor în management la toate nivelele societății și economiei României	252
3.4.2.3 Practicarea unui management complex și complet, axat pe cele cinci funcții manageriale	252
3.4.2.4 Focalizarea managementului la nivel național, sectorial, regional și local asupra relansării procesului investițional	253
3.4.2.5 Îmbunătățirea accesului IMM-urilor la finanțare	255
3.4.2.6 Reducerea fiscalității și îmbunătățirea Codului Fiscal și Codului de procedură fiscală	256
3.4.2.7 Programarea și pregătirea temeinică a absorbției fondurilor europene în cadrul noului ciclu managerial 2014 - 2020	257
3.4.2.8 Amplificarea inovării în toate componentele economiei României	258
3.4.2.9 Generalizarea realizării studiilor de impact și a testului IMM-urilor de către managementul organismelor de reglementare juridică și economică	259
3.4.2.10 Adoptarea urgentă a unei noi legi privind dezvoltarea IMM-urilor, bazată pe Small Business Act	260
3.4.2.11 Susținerea distribuției și comercializării produselor IMM-urilor din România prin marile lanțuri de magazine	260
3.4.2.12 Diminuarea birocrăției din economie	261
3.4.2.13 Promovarea intensă la nivel național a dezvoltării sistemelor moderne de organizare a muncii, a noilor tipuri de întreprinderi, specifice economiei bazate pe cunoștințe	263
3.4.2.14 Flexibilizarea relațiilor de muncă și susținerea ocupării pe piața muncii	263
3.4.2.15 Proliferarea accelerată a cunoștințelor, trainingului, mentoringului și consultanței manageriale la toate nivelurile economiei	264

3.4.3 Managementul agenților economici	265
3.4.3.1 Priorități manageriale	265
3.4.3.1.1 Intensificarea flexibilității și adaptabilității firmelor din România	265
3.4.3.1.2 Dezvoltarea unor sisteme informatice performante în cadrul agenților economici	266
3.4.3.1.3 Trecerea la sisteme de management bazate pe cunoștințe	266
3.4.3.1.4 Intensificarea inovării în cadrul companiilor românești	267
3.4.3.1.5 Accentuarea economisirii și valorificării superioare a resurselor neregenerabile	267
3.4.3.2 Modalități manageriale	268
3.4.3.2.1 Adoptarea managementului bazat pe cunoștințe în firmele din România	268
3.4.3.2.2 Accentuarea transferului internațional de know-how și bune practici de management	268
3.4.3.2.3 Dezvoltarea și implementarea strategiilor bazate pe cunoștințe	268
3.4.3.2.4 Reconsiderarea rolului culturii organizaționale în implementarea unui management profesionist	268
3.4.3.2.5 Creșterea capacității de inovare a firmelor românești	269
3.4.4 Domeniul pregătirii și consultanței manageriale	269
3.4.4.1 Accelerarea procesului de dezvoltare a educației întreprinzătorial – manageriale din România în concordanță cu Strategia Europa 2020 și Small Business Act	269
3.4.4.2 Fundamentarea, elaborarea și implementarea unei strategii la nivel național în domeniul formării și dezvoltării profesionale continue	270
3.4.4.3 Intervenția statului în promovarea, practicarea și dezvoltarea managementului bazat pe cunoștințe în România	270
3.4.4.4 Adoptarea unor acte normative care să genereze amplificarea resurselor financiare destinate pregătirii și consultanței manageriale	270
3.4.4.5 Introducerea unor facilități din partea statului furnizorilor de training și consultanță managerială	271
3.4.4.6 Crearea unui cadru propice pentru amplificarea accesului furnizorilor de pregătire și consultanță managerială la fondurile structurale europene	271
3.4.4.7 Consolidarea învățământului superior românesc în contextul adaptării la „Procesul Bologna”	271
3.4.4.8 Constituirea 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	272
Bibliografie	273
Anexa nr. 1 – Chestionarele SAMRO 2013	276
Anexa nr. 2 – Chestionarul Carta Albă a IMM-urilor 2013	284
Anexa nr. 3 – Esantionul de profeori, traineri, manageri, consultanti si specialisti in management chestionati in octombrie - noiembrie 2013	294
Anexa nr. 4 – Eșantionul de manageri întreprinzători intervievați în martie - aprilie 2013	296