

## ÎNSUȘIRILE OMULUI DE AFACERI

**DRD. ING. TRAIAN-TITU FODOR**

Universitatea de Nord Baia Mare, adresa corespond.: Baia Mare, Bul. București 4/24, tel. 0262 217552

E-mail: tfodor@prefectura.multinet.ro

**DR. EC. MAT. INFO. LIVIU GAVRILESCU**

Universitatea de Nord Baia Mare, adresa corespond.: Baia Mare, Bul. Unirii nr. 9/66, tel. 0262224337

E-mail liviugavrilescu@yahoo.com

*Features of the Romanian businessman have been revealed by a study conducted among a number of entrepreneurs. Obviously, the intelligence, creativity and ingenuity are the most important features of a successful businessman. Authority among the business community is achieved through moral and professional qualities of the businessman. The article also presents a comparison between the work style of the interviewed persons and the style of their managers, that leads to the conclusion that the power of example is an efficient teaching method in management.*

În urma unui studiu efectuat în rândul întreprinzătorilor, pe baza răspunsurilor date de aceștia la chestionarele aplicate, însușirile omului de afaceri pot fi structurate în următoarele categorii:

1. însușiri **intelectuale**: inteligența, capacitatea de concentrare, capacitatea de a diferenția esențialul de neesențial, flexibilitatea gândirii, aptitudinea de a acumula informații (memoria);
2. însușiri **caracteriale**: perseverența, tenacitatea, corectitudinea, curajul, voința;
3. însușiri **profesionale**: ingeniozitatea, profesionalismul, nivelul de informare, spiritul întreprinzător, abilitatea;
4. însușiri **morale**: cinstea, prietenia, altruismul, bunul simț, seriozitatea;
5. însușiri **care facilitează comunicarea**: elocvența, adaptabilitatea, diplomația, respectul față de semenii, carisma;
6. însușiri **sintetice**: creativitatea, autoritatea.

Fără îndoială, inteligența este cea mai importantă dintre însușiri fără de care un om de afaceri nu poate recepționa cu promptitudine semnalele care-i parvin din mediul economic, informații necesare fundamentării deciziilor sale.

Creativitatea este o însușire pe care oamenii de afaceri o concep în termeni de originalitate, utilitate și performanță. Ei sunt interesați ca partenerii lor să evite clișeele și să vină cu propuneri inedite. Creativitatea nu se poate manifesta fără o pregătire profesională temeinică și fără libertate de gândire și acțiune.

Oamenii de afaceri își identifică reciproc capacitatea creativă după o serie de elemente: inteligența propunerilor pe care le avansează, ingeniozitatea soluțiilor în procesul de negociere, originalitatea metodelor de publicitate, spiritul vizionar al obiectivelor pe care și le propun, modalitățile utilizate în construcția imaginii sale publice, flerul de a opta pentru ofertele cele mai avantajoase.

În ceea ce privește ingeniozitatea în afaceri, aceasta se manifestă prin:

- iscusința de a alege un domeniu de afaceri în funcție de aptitudinile proprii;
- capacitatea de a fixa obiective realizabile și care să-l individualizeze în raport cu alte firme de același profil;
- dibăcia de a se adapta cerințelor pieței și chiar de a penetra segmente de piață ale concurenților;
- capacitatea de a evita unele riscuri sau de a le depăși;
- ușurința în comunicarea cu ceilalți;
- capacitatea de a valorifica relațiile de afaceri în avantajul propriu.

Oamenii de afaceri ingenioși adoptă un stil de muncă original și stimulează energiile creative din colectiv. Ei își pun în valoare cu multă artă calitățile personale și calitățile subalternilor lor. Ingeniozitatea omului de afaceri se manifestă cu prioritate în:

- fundamentarea strategiilor de dezvoltare;
- politica de cooperare cu partenerii;
- managementul inovării și stimularea inventivității colectivului;
- activitatea de marketing și publicitate;
- managementul resurselor umane;
- managementul crizelor, respectiv elaborarea metodologiei de acțiune specifică perioadelor de dificultate.

Performanțele în afaceri sunt obținute în funcție de cunoștințele necesare domeniului în care lucrează subiecții. Părerile sunt împărțite, în sensul că unii apreciază că pentru a reuși este nevoie de mai multă știință decât de talent, însă majoritatea consideră că pentru a fi performant în domeniul afacerilor, trebuie să dispui în egală măsură de cunoștințe complexe și de priceperea de a le aplica.

Priceperea în afaceri este dată de experiența fiecărui întreprinzător. Unii oameni de afaceri reduc priceperea la relația investiție - profit obținut. Alții asociază ideii și alte dimensiuni, cum sunt:

- capacitatea de a fixa obiective raționale pe diverse orizonturi de timp;
- orientarea spre afaceri accesibile nivelului de pregătire și aptitudinilor individuale;
- capacitatea de a înțelege cerințele diverselor categorii de populație, de a fi prudent și a preziona riscurile pătrunderii pe anumite piețe;
- inventivitatea în găsirea soluțiilor optime;
- intuiția de a alege ofertele cele mai avantajoase.

Priceperea îi ajută pe oamenii de afaceri să facă față firmelor concurente, să identifice înaintea lor soluții și mijloace de realizare și să se afirme ca buni profesioniști.

Referitor la autoritatea întreprinzătorilor printre colegi și la nivelul comunității, aceasta nu se recomandă numai prin puterea pe care le-o conferă banii, dimensiunea afacerii, valoarea profitului și alți indicatori economici, ci este susținută de calitățile lor profesionale și morale.

Trăsăturile și capacitățile care determină respectul și admirația semenilor sunt mult mai semnificative decât renumele pe care și-l impune un om de afaceri uzând de mijloace conjuncturale.

Autoritatea este deplină și reală atunci când omul de afaceri se caracterizează prin următoarele însușiri:

- competența - definită prin cunoștințe temeinice și performanțe sistematice;
- principialitatea - înțeleasă ca aptitudinea de a recunoaște calitățile celorlalți și neîmplinirile personale;
- inițiativa - ca modalitate de a refuza spiritul rutinier și pasivitatea;
- devotamentul față de colectivitate - interpretat prin nevoia de a se dedica semenilor.

Pentru a obține consacrarea la nivelul comunității oamenilor de afaceri, sunt indispensabile trăsături precum: corectitudine, cinste, spirit colegial, modestie. Modestia este înțeleasă de unii ca opțiune pentru un stil de viață cumpănit și ca disponibilitate de a primi sfaturi, îndrumări, recomandări în această lume în care densitatea orgoliilor este incomparabil mai mare decât în alte medii, pentru a beneficia de recunoașterea valorii personale este nevoie de renunțarea la vanitate.

Autoritatea este, în esență, un atribut al personalității, o trăsătură aparținând unei individualități și nu un renume dobândit numai prin statutul de om de afaceri.

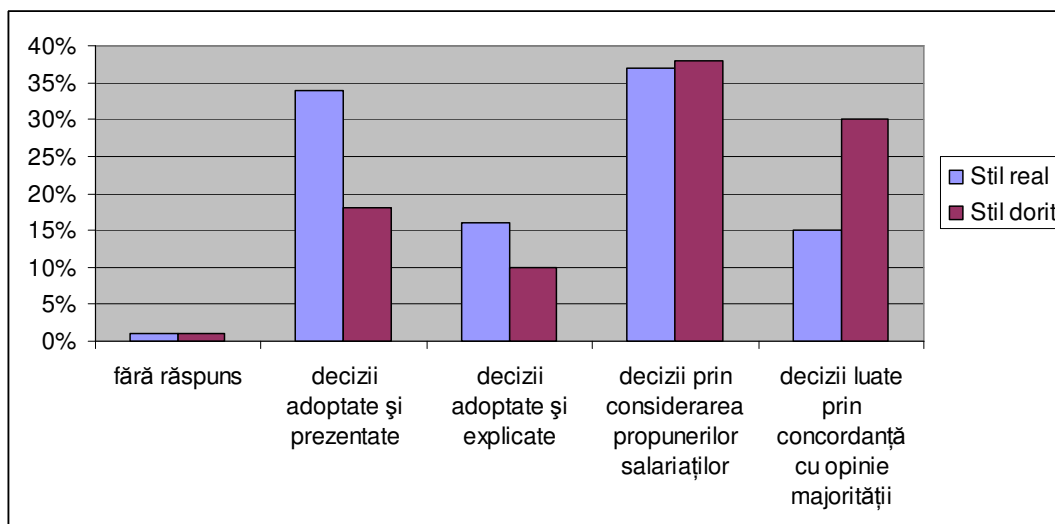
Atunci când un întreprinzător se distinge prin lipsă de tact, colaborare deficitară, rigiditate, ostentație, autoritatea de care se va bucura la un moment dat este compromisă ireversibil. Colectivitatea amendează, de regulă, slăbiciunea, nesiguranța, impostura, comportamentul ambiguu, aventurismul - trăsături care se manifestă totuși în multe zone ale lumii afacerilor, afectând imaginea comunității la nivelul opiniei publice. De aceea, fiecare om de afaceri este interesat să-și demonstreze vocația, profesionalismul, moralitatea.

Așadar, succesul activității liderului depinde de calitățile potrivite avute la momentul potrivit.

Un studiu efectuat în Anglia, pe un număr reprezentativ de manageri, a evidențiat următorii factori care influențează succesul în afaceri:

- abilitatea de a lucra cu alți oameni (78% din cei chestionați);
- asumarea responsabilității pentru lucrările importante (75% din cei chestionați);

- nevoia de a obține rezultate (75% din cei chestionați);
- experiența de lider la începutul carierei (74% din cei chestionați);
- abilitatea de a negocia și de a duce tratative (66% din cei chestionați);
- aptitudinea de a avea mai multe idei decât ceilalți membri ai grupului (62% din cei chestionați);
- abilitatea de a modifica stilul în funcție de situație (58% din cei chestionați).



**Diferențe între stilul real practicat și cel dorit**

Diferențele grafice se dovedesc a fi suficient de mari pentru a sugera existența unei disonanțe între dorința angajaților de a fi consultați și condiția de a fi într-adevăr capabili sau pregătiți să ofere variante viabile. De asemenea managerii nu au prea mare încredere în capacitatea angajaților de a aprecia un fenomen, considerându-se că nu au pregătirea specială de a o face, un fel de a spune „fiecare cu treaba lui”.

Stilul practicat de managerii direcți ai celor intervievați este adoptarea deciziilor prompt și prezentarea lor-angajaților fără explicații speciale (34%). Dependența dintre stilul managerilor direcți ai intervievaților și stilul real practicat de intervievați este semnificativă. Dovadă că puterea exemplului este cea mai eficientă metodă de instruire managerială practică în firme.

### **Bibliografie:**

1. Constantinescu, A., *Managementul resurselor umane*, Colecția Națională, București, 1999.
2. Emilian, R., *Conducerea resurselor umane*, Editura Expert, București, 1999.
3. Hyland, B., Merle Y., *Reflecții pentru manageri*, Editura Rentrop & Straton, București 1998.
4. Jeleu, V., *Educarea comportamentului în afaceri*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996.