

FUNDAMENTELE MODELULUI EUROPEAN DE MANAGEMENT (MEM)

PROF. UNIV. DR. IOAN MIHUȚ
Universitatea Creștină Dimitrie Cantemir, Cluj Napoca

Abstract: The main goal of the paper is to stimulate the interest of Romanian managers, business people and students in Euromanagement. As Europe is a "mosaic" of cultures, the European Model of Management (MEM) can be built and consolidated over time if "the unity in diversity" is accomplished. The impact of globalisation is a very important phenomenon in this context.

Key words: *Euromanagement, Euromanager, Management culture, European model, "Unity in diversity", Globalisation.*

Mersul vieții economice din primii ani ai mileniului trei a demonstrat prin numeroase fenomene și fapte că globalizarea este un fenomen ireversibil și are efecte multiple, interconectate. Astfel, sunt puternic marcate și influențate procesele politice, economice, sociale, dar și cele culturale, manageriale, financiare, de comunicare etc. În consecință, "globalizații" domină lumea și profită de efectele pozitive ale fenomenului. La nivelul managementului firmelor, cei adaptați la impactul globalizării au dobândit libertate mai mare de mișcare pe piața mondială. Din punct de vedere economic sunt clar conturați și definiți competitiv trei centre de putere economică: nord-american (NAFTA), asiatic (Japonia și China) și european (Uniunea Europeană).

Într-un asemenea context concurențial, definirea unui model european de management într-o economie globală este dependentă de valorificarea în sinergie a tuturor influențelor pozitive, provenite din sfera micro și macro-economiei, din aceea a mediului social, politic, cultural specific fiecărei țări membre în UE, precum și dinspre structurile transeuropene ce există deja sau se vor constitui în viitor. Argumentele favorabile consolidării MEM rezultă din numeroasele analize și studii consacrate fenomenului în desfășurare, focalizate pe evoluția economiei reale din UE.

Menționăm câteva:

- organismele transeuropene create în contextul integrării impun, în mod obiectiv, un centru managerial european de planificare indicativă și de coordonare;
- firmele transnaționale străine implantate în Europa (americane, japoneze etc.) dezvoltă structuri regionale descentralizate, ce necesită euromanageri - specialiști formați în sistemele educaționale europene;
- companiile transeuropene existente elaborează strategii ale căror obiective și metode de alocare a resurselor vizează cu prioritate funcționalitatea și succesul lor pe Piața Europeană Unică;
- se produc mutații semnificative în planul intensității competiției economice, centrul de greutate al acesteia deplasându-se dinspre economiile țărilor membre UE înspre firmele naționale și cele transeuropene;
- convergența în diferite domenii - politic, economic, social, juridic, educațional etc. - va impune în viitor organizarea și desfășurarea vieții cetățenilor și a afacerilor în cadrul unui model european de management.

Pentru a conduce eficient și competitiv firmele europene în condițiile diversității culturale, economice, politice, sociale ce caracterizează „mozaicul” european (cu 25 de state membre) este necesară cunoașterea și promovarea factorilor fundamentali de sinergie, care să susțină pe toate planurile colaborarea între oameni și grupuri, tendințele evidente de cooperare între organizații, comunități, etnii, națiuni etc.

Din punct de vedere strict economic este de remarcă că în economiile țărilor membre UE sunt înregistrate cel mai mare număr de societăți "joint ventures" și alianțe economice strategice ce depășesc frontierele naționale. Acesta este punctul economic forte al perspectivei „construcției” și consolidării MEM și în Fig. 1 prezint sinteza concepției mele privind elementele definitorii de susținere în sinergie a dezvoltării modelului european de management.

Așa cum rezultă din Fig. 1, în categoria factorilor fundamentali cu capacitate de influențare pozitivă a instituirii MEM, intră: *sistemele politice democratice, consolidarea culturii europene, sistemele educaționale naționale, mediul juridic comunitar, modelele naționale de management, mediul economic competitiv, continuarea europenizării afacerilor și susținerea parteneriatului social.*

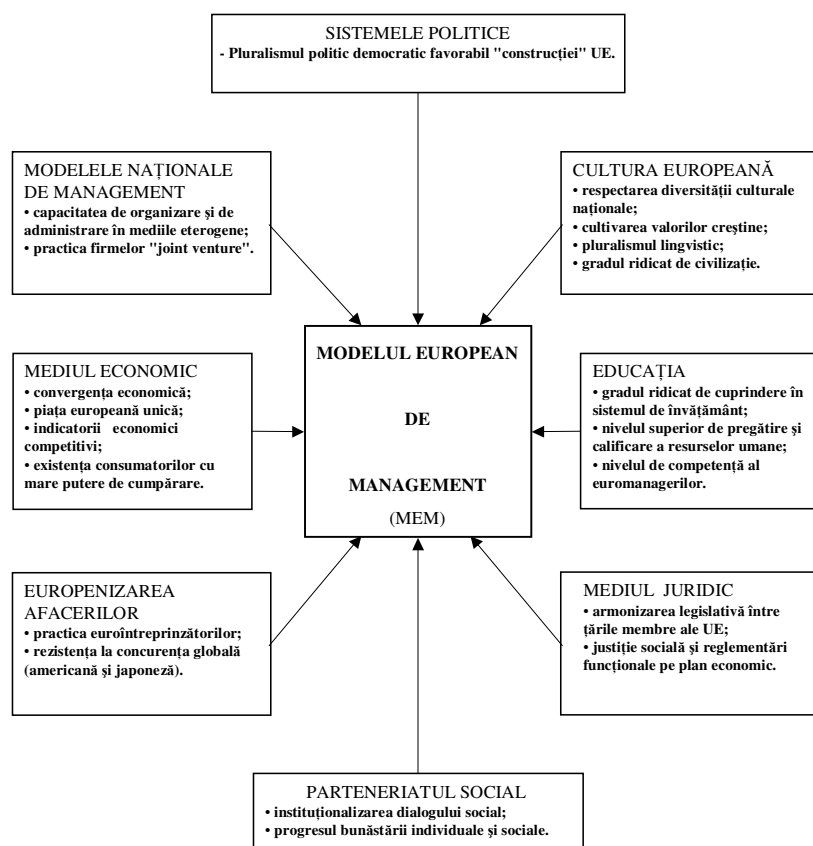


Figura 1. Elementele fundamentale de sinergie în "construcția" MEM

Fiecare din elementele de influență menționate în Fig. 1 poate genera tendințe comportamentale pozitive sau negative, fiind de așteptat, în timp, ca urmare a sinergiei constructive, o finalitate esențialmente pozitivă. Se cuvin a fi menționate în acest context două inițiative notabile de la începutul anilor '90, și anume: crearea de fonduri destinate investițiilor în afaceri cu mare potențial de dezvoltare viitoare, precum "Eurosuez"; respectiv crearea de către un consorțiu alcătuit din 4 bănci europene a unui fond pentru sprijinirea transnaționalelor de succes pe piața globală, denumit "Euro-Synergies".

Apreciem că viabilitatea MEM e dependentă de succesul UE pe plan economic și social, în condițiile economiei și concurenței globale, care se poate realiza potrivit principiului: ceea ce este bun și agreat într-un anumit model național trebuie menținut și generalizat prin adaptare la ceilalți, iar ceea ce este neviabil și păgubos trebuie să dispară treptat, printr-un proces de omogenizare ce presupune apropierea, fără a exclude unitatea în diversitate în cadrul UE.

Globalizarea economică antrenează pretutindeni, deopotrivă, ordine și dezordine. Problema esențială a managementului contemporan este să gestioneze cât mai eficient "dezordinile" globalizării, pentru a atenua efectele negative asupra progresului și dezvoltării omenirii. În acest context, asumarea responsabilității deciziei politice, economice, ecologice și sociale, individuale și colective, devin o

virtute managerială indispensabilă a înaintării societății umane și a firmelor înspre civilizația globalizării.

În termeni pesimiști, fenomenul interconectării economice a lumii este definit ca un cutremur economic și social. Din punct de vedere social, globalizarea este privită ca o "mașină de tocat" a forței de muncă a planetei, consecință rezultată din afirmarea concurenței globale. De asemenea, dacă secolul XX a fost dominat de "dictatura elitelor" secolul XXI poate fi dominat de dictatura capitalurilor financiare. I. E. Stiglitz (Premiul Nobel pentru economie în 2001) afirmă în cartea sa *Globalizarea* (2003) "358 de miliardari dețin bogăția a 2,5 miliarde de locuitori ai planetei". Pe acest drum al polarizării sociale excesive globalizarea se anunță ca un fenomen ce servește numai interesele celor bogați. Autorul cărții pledează pentru o globalizare cu "față mai umană". Într-adevăr, așa cum se desfășoară actualmente, globalizarea nu pare a fi în favoarea celor mulți și săraci, de efectele ei pozitive profitând doar o minoritate bogată, indiferent de polul puterii economice în care se face analiza.

Globalizarea are impact deosebit și asupra managementului firmelor contemporane. Managementul acestora devine un proces holistic complex cu focalizare pe toate aspectele acestuia. Marea întreprindere contemporană, oriunde acționează pe planetă, trebuie abordată ca un ecosistem, pe principiul "toate sunt legate de toate". Se modifică paradigmele managementului clasic, care folosea, cu precădere, recompensele economice în scopul obținerii comportamentului uman dorit. Acum, după cum afirmă Stephen R. Covey în cartea sa *Etica liderului eficient* (2001), "teoria motivației își schimbă sediul, se mută din stomac (motivații fizice și economice) spre inimă (bune relații inter-umane, bun tratament), spre minte (recunoașterea talentului) și spirit (sentimente cu semnificații etc.)" (p.306). În contextul schimbărilor de paradigme se metamorfozează și caracterul liderilor globalizați, care este definit de noi valori, precum: *integritate* (vorbele să fie concordante cu faptele), *maturitate* (presupunând curajul pentru riscul decizional), *mentalitatea abundenței* (gândire pozitivă și acțiune pe coordonate *câștig – câștig*). În același timp sunt drastic sancționate social și abandonate comportamente manageriale, precum: *lipsă de răspundere, focalizare pe interesele personale, necinstea și înșelătoria*.

În managementul firmelor europene adaptive, ce răspund pozitiv fenomenelor globalizării, este promovată paradigma "îmbunătățirii continue" (pusă în practică cu mare succes de concurența japoneză) pe multiplele planuri: personal, interpersonal, managerial, organizațional etc. Astfel, obiectivele prioritare devin calitate și productivitate maxime, flexibilitate și competență în rezolvarea problemelor umane pentru a menține încrederea în management. Noile paradigme generează și susțin conducerea oamenilor pe bază de principii morale, fiind pe deplin demonstrat că totul (succesul și insuccesul) vine de la oameni.

Funcționalitatea modelului european de management (MEM) este dependentă de acțiunea în sinergie a elementelor fundamentale cel definesc. Dobândirea "eurocompetenței" și consolidarea unui *stil european* de management presupune ca principale ingrediente: armonie între național și nevoia de internaționalizare, inovare continuă cu orientări pragmatice: tehnice, economice și sociale, asumarea responsabilității sociale și ecologice, integrare în cultura europeană și învățare reciprocă, realizarea convergenței în realizarea "unității în diversitate" și altele. Expansiunea acestui spirit european, creativ-inovativ, va impulsiona, fără îndoială, atât europenizarea afacerilor, cât și înscrierea lor pe caracteristicile modelului european de management.

Bibliografia:

1. Ioan Mihuț, *Euromanagement*, Ed. Economică, București, 2002.
2. Ovidiu Nicolescu, *Management comparat*, Ed. Economică, București, 1997
3. Stephen R. Covey, *Eficiența în 7 trepte*, Ed. All, București, 1995.