

E-MANAGERUL - MANAGERUL MILENIULUI III

CONF.UNIV.DR. BUCUREAN MIRELA

Universitatea din Oaradea, str. Universității, Nr. 1

Tel. 0259408797, e-mail: mbucurean@uoradea.ro

It is difficult to talk about the present day manager. To talk about tomorrow's manager is much more difficult. The manager is an actor with many roles. The success of a firm depends a lot on how well these managerial roles are accomplished. The way the manager thinks and acts must be enlarged with another category. The globalization of economy determines a globalization of the way of thinking and acting. The manager must understand the world like a single market where a lot of differences occur and where the conditions and laws are different and they must act accordingly.

Calitatea procesului de management și rezultatele obținute de o firmă depind de managerii care conduc aceste procese. Managerul este acea persoană care exercită funcțiile managementului ținând cont de obiectivele, sarcinile, competențele respectiv responsabilitățile specifice poziției pe care o ocupă într-o firmă. Dezvoltarea diferitelor tipuri de manageri a avut loc ca rezultat al evoluției prin care managementul a crescut de la un manager cu mai mulți subordonați, la o echipă de mai mulți manageri cu mai mulți subordonați. Având în vedere cele trei nivele de management: managerii de la nivelul superior, de la nivelul mediu și de la nivelul inferior, în viitor se va pune tot mai mare accent pe rolul managerilor de varf de a anticipa viitorul. În ceea ce privește managerii de nivel mediu se va acorda o mai mare importanță relațiilor dintre managerii aflați pe același nivel ierarhic, va crește accesibilitatea informațiilor, se va exercita un control mai riguros al sarcinilor aferente nivelelor inferioare și numeroaselor atribuții ale managerilor de nivel mediu vor fi distribuite nivelelor inferioare. În ceea ce privește managerii de nivel inferior, în viitor activitatea acestora se va concentra pe relațiile interumane și pe reprezentarea compartimentului pe care îl conduc.

Managerul este un actor cu multiple roluri. Succesul unei firme depinde în mare măsură de cât de bine sunt îndeplinite aceste roluri manageriale. Având în vedere abordarea lui Mintzberg rolurile se împart în trei mari categorii: roluri interpersonale, roluri informaționale și roluri decizionale.

Managerul mileniului trei va interpreta diferit, altfel decât în prezent rolurile informaționale:

- va căuta în alt mod informații ce pot afecta activitatea organizației și care pot fi valorificate ulterior (monitor);
- va distribui în alt mod informațiile utile diferitelor locuri de muncă din interiorul firmei (diseminator);
- va transmite în alt mod informații despre firmă în exterior (purtător de cuvânt).

Care este acel “alt mod” despre care se vorbește în toate cele trei categorii de roluri? Cum arată astăzi și cum vor arăta maine sistemele informaționale manageriale? În curând își vor împărți toți managerii spațiul biroului cu calculatoarele personale?

Fără îndoială calculatorul a schimbat modalitățile în care este utilizată informația. Prin rețelele de calculatoare, managerii pot accesa instantaneu surse informaționale și pot comunica direct cu persoanele care au informații potrivite, informații care vor crește calitatea deciziilor și în final, productivitatea managerilor. Această tendință de utilizare pe scară largă a calculatoarelor se datorează și următoarelor aspecte:

- capacitatea mare a calculatoarelor de a culege, prelucra și analiza datele clar și rapid;
- calculatoarele au devenit mai mici, mai inteligente și mai rapide într-o perioadă foarte scurtă de timp;
- calculatoarele de astăzi au devenit foarte ieftine în comparație cu modelele precedente.

S-a creat imaginea potrivit căreia un manager are un birou de unde urmărește și coordonează activitatea organizației. Rareori acesta părăsește biroul pentru negocieri, întâlniri de afaceri, inspectarea unor facilități de producție. Până nu demult această imagine reflecta realitatea, dar odată cu schimbările ce au afectat și influențază în continuare mediul de afaceri și întreaga economie a unei țări a fost nevoie ca un manager să-și părăsească mai des biroul în căutarea de noi oportunități de afaceri și odată cu globalizarea, de noi piețe.

Acest aspect poate fi observat inclusiv la noi în țară. De exemplu telefonia mobilă pătrundea în România acum zece ani, azi neputându-ne imagina un director de companie sau un proprietar al unui mic magazin de produse alimentare fără nelipsitul telefon mobil. Pe lângă telefonia mobilă, care a multiplicat modalitățile de comunicare făcându-le mai flexibile ca oricând, internetul a reușit să lege întreg globul pământesc într-o vastă rețea de calculatoare prin care informația, ca principală materie primă în management circulă cu viteza luminii de la un capăt la altul al lumii. Într-o astfel de societate orice manager trebuie să se înarmeze cu echipamente performante cu ajutorul cărora acesta va putea coordona activitatea organizației sau a departamentului sau a echipei, de la distanță, fără a fi nevoie de prezența sa fizică. În acest echipament își au locul calculatorul mobil (laptop-ul) sau PDA-ul (asistentul personal digital), telefonul mobil ca să amintim doar de componentele hardware. Pe lângă acestea cântăresc mult componentele software (sisteme de operare, pachete tip office, programe utilitare și nelipsitele aplicații pentru e-mail și browser-ele internet, etc.) care depășesc de multe ori ca preț componenta hardware. Managerul are astfel acum posibilitatea ca, activitățile pe care de obicei nu le putea presta decât din birou, să poată acum fi îndeplinite aproape oriunde s-ar afla, ceea ce poate duce desigur și la o creștere a creativității, și eficienței în cele din urmă, în munca managerială.

Explozia world wide web-ului și a mediilor de comunicație permit să ne gândim la un viitor în care majoritatea afacerilor și o bună parte a activităților umane se vor desfășura într-un spațiu virtual, comunicând „digital” în vederea transmiterii și recepționării informațiilor, a activităților de promovare, comenzilor, tranzacțiilor financiare, etc. Materializarea acestui viitor depinde însă în mare măsură de creșterea numărului de consumatori cu acces la Internet. Chiar în condițiile în care gradul de utilizare al Internet-ului crește exponențial, accesul public este oarecum încă limitat, nu doar în România ci și în lume (Tabelul 1).

Gradul de utilizare a internetului în lume

Tabelul 1¹⁸³

	Africa	America	Asia	Europa	Oceania	Total
Linii cabluri (abonați la 100 de locuitori)	6,6	64,92	23,89	89,83	88,93	36,35
Abonați telefonie mobilă (procent din total abonați telefonici)	61	48,8	50,3	55,1	54,6	51
din care digitală (%)	86,3	53,5	80,2	55,4	80	65,8
Nr.abonați la 100 de locuitori	4,19	29,74	12,19	50,21	48,53	18,77
Utilizatori internet (Nr.abonați la 10000 locuitori)	99,62	2421,0	557,56	2079	3330,47	972,2

Internetul a contribuit la dezvoltarea a ceea ce este cunoscut sub denumirea de e-comerț. Acesta a dus la scăderea prețurilor produselor comercializate prin sisteme on-line eliminând intermediarul prin contactul direct dintre comerciant și consumator. Adoptarea acestui sistem este vital chiar pentru întreprinderile mici și mijlocii în lupta acestora pentru cota de piață cu întreprinderile mari și cu multinaționalele. Printre alte avantaje, e-comerțul permite întreprinderilor mici și mijlocii să lanseze noi produse, sa-și îmbunătățească comunicarea și informarea și să-și identifice noi parteneri de afaceri. Trebuie totuși să fie avut în calcul și faptul că internet-ul și e-comerțul au creat clienți mult mai sofisticăți și prețioși cu așteptări din ce în ce mai mari, cu termene de informare sau de livrare de sub 24 de ore și de răspunsuri prompte la cererile făcute de aceștia¹⁸⁴.

Teoretic vorbind companiile mici și mijlocii pot beneficia de mari avantaje prin utilizarea internet-ului și al e-comerțului având acces la un teren mai mare prin world wide web și fiind cunoscut faptul ca întreprinderile mici și mijlocii au un atu în privința unei gestionări interne mai eficiente decât companiile mari¹⁸⁵.

Pe măsură ce e-comerțul se dezvoltă odată cu extinderea rețelei internet, apar și efecte secundare. Deși tehnologia informației a reușit într-o oarecare măsură să reducă discrepanțele dintre diferite țări, accesul asimetric al diferitelor părți ale societății pot avea implicații sociale și economice. Din cercetări a rezultat faptul că tehnologia ajută organizațiile, societățile și națiunile prin accelerarea creșterii economico-sociale asigurând mai multe oportunități pentru dezvoltarea de noi afaceri dar în același timp creează noi provocări și afectează numeroase domenii ale din societatea de azi.

Schimbarea principală înregistrată de societatea contemporană constă în aceea că s-a trecut de la economia bazată în principal pe industrie la o nouă economie bazată pe informație ceea ce a deschis calea spre efectuarea de schimbări în companii și organizații (Figura 1). S-au vehiculat mai mulți termeni care să caracterizeze cel mai bine această nouă economie

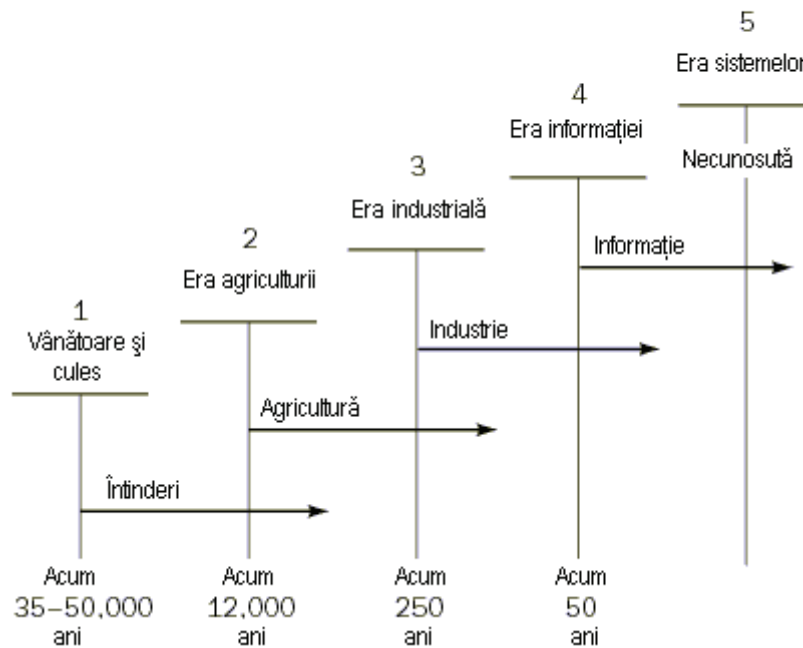
¹⁸³ H.S.Kahal, V.P.Singh – Digital Economy, Idea Group Publishing 2005

¹⁸⁴ H.S.Kahal, V.P.Singh – Digital Economy, Idea Group Publishing 2005

¹⁸⁵ - idem -

dintre termenii utilizați distingându-se *economia digitală*¹⁸⁶. Aceasta este de fapt o combinație folosind diferite noi tehnologii ale comunicațiilor, puterii de calcul și informațiilor. Practic noua economie se bazează pe coordonare, inovare, selecție și învățare. Această combinație a dus la crearea de noi oportunități, sectoare industriale, noi tipuri de afaceri precum și la un nou stil de lucru caracterizat printr-un dinamism din ce în ce mai pronunțat.

Evoluția omenirii din perspectiva factorului economic



Data fiind evoluția societății însăși, orice organizație este obligată să o urmeze, dacă

dorește să supraviețuiască într-o economie de piață caracterizată printr-o concurență tot

*Figura 1 Evoluția societății*¹⁸⁷

mai mare, mai ales în rândul firmelor mici și mijlocii, fapt datorat accesului tot mai facil al unei pături sociale tot mai mari la informație. Astfel schimbarea în acest sens va afecta și managementul oricărei organizații și întreg sistemul de management împreună cu subsistemele acestuia.

Bibliografie:

1. Haines, S.G., Aller-Stead G., McKinlay J – “Enterprise Wide Change”, John Wiley & Sons, Inc. Pfeiffer 2005;
2. Kehal, H.S., Singh V.P. – “Digital Economy”, Idea Group Publishing, 2005;
3. Simionescu, A. (coord.), “ Management general”, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002.

¹⁸⁶ S.G.Haines, G.Aller-Stead, J.McKinlay – Enterprise Wide Change, John Wiley & Sons, Inc. Pfeiffer 2005

¹⁸⁷ S.G.Haines, G.Aller-Stead, J.McKinlay – Enterprise Wide Change, John Wiley & Sons, Inc. Pfeiffer 2005
547