

FACTORI DE SUCCES SI IMPEDIMENTE IN TRANSFERUL DE COMPETENTE MANAGERIALE

Florentina IVANOV¹

Rezumat

Studiile empirice din literatura de specialitate folosesc diverse modele teoretice care analizeaza transferul de competente manageriale din anumite puncte de vedere partiale: relational, organizational, cultural, strategic etc. Acest articol are drept scop realizarea unui model integrat, bazat pe teoria comunicarii, care analizeaza procesul de transfer de cunostinte si competente intr-un mod unitar. In cadrul acestui model, vor fi evidentiat factorii care influenteaza perfectionarea capacitatilor manageriale..

Cuvinte cheie: *transfer de cunostinte, societatea cunoasterii, management*

Clasificare JEL: O32 – Managementul inovatiei tehnologice, cercetarii si dezvoltarii

1. INTRODUCERE

Competentele manageriale sunt un activ strategic de cea mai mare importanta, atat la nivel microeconomic, cat si la nivel macroeconomic. Din punct de vedere national, economia Romaniei este antrenata in strategia europeana de dezvoltare si crestere a competitivitatii prin crearea si promovarea economiei bazate pe cunostinte. Societatea cunoasterii, asa cum a fost ea definita de inca din anul 1966 (Drucker, 1969), promovata de Procesul Lisabona in perioada 2000-2010 si de Strategia Europa 2020, se bazeaza pe companii inovatoare, pe resurse umane si procese de management aflate in continua perfectionare. Dobandirea unor competente manageriale competitive la nivel international este un obiectiv strategic al Romaniei, iar transferul unor astfel de competente este o metoda rapida de perfectionare a competentelor manageriale existente.

Din punct de vedere microeconomic, competentele manageriale sunt considerate cel mai important avantaj strategic al unei companii (Meso & Smith, 2000). Teoria organizationala bazata pe resurse defineste un bun strategic ca fiind unul ce are concomitent urmatoarele caracteristici: este rar, de valoare, imposibil de imitat perfect si non-substituibil (Peteraf, 1993), (Wernerfelt, 1984). Pornind de la aceasta definitie, capitalul intelectual este considerat singurul bun strategic pe care il poate detine o companie (Hamel, 1998).

Incepand din anii 1990, globalizarea a condus la cresterea gradului de internationalizare a firmelor. Pastrarea avantajului competitiv in conditiile concurentei internationale a determinat companiile sa realizeze noi parteneriate strategice si sa patrunda pe noi piete de achizitii si de desfacere. Consideratii strategice sunt cele care determina valoarea potentiala a unui parteneriat, iar structura organizationala este cea care determina gradul de dificultate in realizarea parteneriatului. Studiile empirice arata insa faptul ca in cadrul acestui proces, elementul esential pentru crearea de valoare prin aliante si parteneriate este transferul de competente manageriale (Haspelslagh & Jemison, 1991), factorul cheie in crearea de valoare din combinarea resurselor partenerilor. Cu toate acestea, un studiu efectuat cu ajutorul a 22 de experti in aliante strategice din SUA arata ca mai putin de 24% din firme au reusit sa aiba acces la competente strategice si know-how prin intermediul unei aliante (Blumer, 2014), iar

¹Doctorand, Academia de Studii Economice, flory.ivanov@gmail.com

