



Al doilea val - VINE SCHIMBAREA

LIVIU SAV, ACCA

liviu.sav@BROKERdeBANI.ro; www.BROKERdeBANI.ro

Primul val al crizei, cel financiar, a trecut peste companiile românești și a scos la iveală probleme structurale, operaționale, manageriale și financiare la multe afaceri din România. Deja la orizont se ridică al doilea val al crizei, cel economic, datorat în special schimbărilor majore apărute în urma crizei financiare și care va accentua și mai tare problemele companiilor românești. Se poate observa cu ochiul liber că în 2009 nu se vor mai face afaceri ca în 2008. Este clar că s-a produs o schimbare bruscă a condițiilor de afaceri, iar companiile trebuie să găsească soluții. Adică, **TREBUIE SĂ SE SCHIMBE!**

Se pune o întrebare: Cum vor realiza companiile românești **SCHIMBAREA** necesară pentru a putea, în primul rând, să supraviețuiască și mai apoi să se dezvolte în continuare? În general, managerii și oamenii de afaceri parcurg următoarele etape pentru a realiza schimbarea afacerii pe care o conduc: negare, lipsa de reacție, acțiune haotică, acțiune structurată. Negarea problemelor apare, în general, fie din cauza lipsei de experiență și a instruirii deficitare a managerului, iar acestuia îi va fi imposibil să recunoască semnalele de alarmă pe care mediul de afaceri le produce, fie din cauza ignorării acestor semnale de alarmă datorată unei atitudini de genul „mie nu mi se poate întâmpla nimic rău”. În această fază managerii își apără cu îndârjire planul de bătaie și își continuă drumul ca și cum nimic nu s-ar fi întâmplat.

În faza a doua, cea a lipsei de reacție, managerii își dau seama că au greșit, în general, nu recunosc acest lucru, opresc motoarele afacerii sau reduc sub-

stanțial viteza și așteaptă ca problemele să dispară. Din cauza că problemele nu numai că nu dispar, dar se și agravează, managerii trec la acțiune, însă în majoritatea cazurilor este o acțiune haotică. Managerii reacționează la întâmplare la tot felul de probleme și în cel mai bun caz rezolvă unele efecte punctuale. Dar cauza problemelor nu poate fi schimbată. În final, în cazul afacerilor pentru care nu este prea târziu, managerii trec la acțiunea structurată, proactivă, care are un scop bine definit, și anume realizarea unei schimbări eficiente a afacerii în conformitate cu noile condiții de afaceri. Managerii trebuie să învețe cum să producă schimbarea, iar acest lucru se poate întâmpla doar cu ajutorul consultanților de specialitate sau al abilităților și cunoștințelor deprinse prin training-uri sau prin preocupări individuale pentru dezvoltare personală și profesională continuă. În lume s-au dezvoltat mai multe curente de consultanță care se ocupă de schimbare, cele mai cunoscute fiind: Change Management, Turnaround Management, Business Process Reengineering, Crisis Management. În România sunt, însă, aproape necunoscute. Managerii și oamenii de afaceri care nu apelează la nici una din modalitățile de învățare enumerate mai sus, și anume consultanță, training sau dezvoltare personală și profesională continuă, își „joacă” cu siguranță afacerile la ruleta rusească.

Cu cât schimbarea va fi produsă mai repede în interiorul afacerii, cu atât afacerea are șanse mai mari să treacă peste problemele economice cu care se confruntă. Chiar și așa, **NIMENI NU POATE OFERI NICI O CERTITUDINE...**