

## **Impactul noului coronavirus COVID-19 (SARS- Cov-2) asupra managementului organizatiilor si pregatirii manageriale universitare**

**Prof. univ. dr. Popa Ion**

**Facultatea Management**

**Academia de Studii Economice din Bucuresti**

Apariția și răspândirea a noului coronavirus COVID-19 (SARS- Cov-2) la începutul anului 2020 a pus întreaga lume într-o situație nemaiîntâlnită în ultima sută de ani. Caracteristicile acestui virus corelate cu dinamica economiei și societății globalizate, bazată pe un sistem de transport aerian capabil să asigure o circulație rapidă a unor mase mari de oameni la distanțe foarte mari, au condus la o răspândire foarte rapidă a virusului mai întâi în Asia și apoi în Europa și America de Nord, transformând aproape fulgerător o epidemie locală într-o pandemie globală. În lipsa unui tratament și a unui vaccin, soluția adoptată în majoritatea statelor lumii a fost izolarea populației și închiderea/limitarea tuturor activităților economice neesențiale.

Indubitabil, ceea ce trăim este, cu toată strădania de a evita clișeele linvistice consacrate pentru aceste momente, un punct istoric de inflexiune, marcant sub toate aspectele societale, care remodelează, *de facto*, poate chiar depășind rațiunea, întregul peisaj uman. De fapt, aceasta este chiar ipoteza de la care pleacă punctul nostru de vedere, susținută de o multitudine de aspecte, nu de puține ori inexplicabile, ce țin de crearea și răspândirea atât de rapidă a acestui virus, de imaginile terifiante generate de dramele umane, de impactul economic global deosebit de coroziv și incontrollabil și de incertitudinea în ceea ce privește descoperirea "leacului" care ar putea să liniștească întreaga lume.

Managementul organizațiilor a fost pus în fața situației de a reorganiza procesele de muncă din cadrul companiilor prin utilizarea pe scară largă a telemuncii și a programelor de lucru decalate/individualizate pentru anumite categorii de personal. Acceptarea situație de criză, mutarea locului de muncă la domiciliul salariatului și utilizarea telemuncii prezintă o serie de avantaje atât din perspectiva salariaților (economii de timp prin eliminarea timpului necesar transportului de la domiciliu la sediul organizației; un mediu de lucru mai relaxant; oportunitatea de a asigura un echilibru mai bun între muncă și viața personală) cât și a organizațiilor în care aceștia lucrează (reducerea costurilor cu utilizarea spațiilor de birouri, reducerea costurilor cu utilitățile,

posibilitatea de a continua procese de muncă și de management care în perioada pandemiei ar fi fost întrerupte, proliferarea utilizării platformelor colaborative și a echipelor virtuale).

Manifestarea efectelor noului coronavirus COVID-19 (SARS- Cov-2) a avut efecte asupra exercitări anumitor funcții ale managementului cum ar fi: anumite dificultăți în exercitarea funcțiilor de control și de antrenare, exercitarea coordonării prin virtualizarea comunicării utilizând platforme online special dedicate (Microsoft Teams, Google Meets, Zoom etc.).

Principala provocare a managementului la toate nivelurile în perioada post criză (NB: *Josep Borell, Înaltul Reprezentant al Uniunii pentru Europene pentru Afaceri Externe și Politică de Securitate, a declarat, la 30 aprilie 2020, că "The post-coronavirus world is already here!"*) va fi ceva știut de noi toți: *turbulența mediului extern*, sub toate aspectele sale de manifestare din punct de vedere economic și managerial. Elementul de noutate, care va produce mutații însă, va fi *viteza exponențială a modificărilor*, dublată de amploarea efectelor, la un nivel necunoscut până acum. În consecință, noul compartament managerial eficace se va baza pe această gardă permanentă în *"a fi pregătit să-ți schimbi cursul în orice moment"* pentru a compensa *creșterea vitezei schimbării*.

Pe termen scurt, reacția managementului la toate nivelurile va trebui să fie cel puțin direct proporțională cu viteza schimbărilor din mediu. În acest sens, este nevoie ca opțiunile strategice alese să corespundă acestui desiderat de adaptabilitate rapidă la noile condiții. Fără a fi neapărat noi, aceste opțiuni strategice trebuie implementate cu o viteză mult mai mare. Dintre acestea pot fi identificate:

- ***creșterea rolului tehnologiei***. Însăși utilizarea *"muncii de acasă"* va reprezenta un vector important al *"refugiului în tehnologie"* ca modalitate psihologică de supraviețuire;
- ***amplificarea inovării la toate nivelurile***, cu precădere la nivel managerial ca sursă de generare a avantajelor competitive ale organizațiilor, chiar și la nivel public;
- ***pregnanța nevoii de securitate medicală***, cu repercusiuni nu numai asupra *tehnicilor și modalităților de vânzare și a realizării produselor*, cât mai ales în *proiectarea proceselor de afaceri*;
- ***intensificarea digitalizării***, nu numai în ceea ce privește *eficacitatea operațională*, cât și în sfera *dimensiunii strategice a managementului*;
- ***valorificarea faptului că statul își va amplifica prezența sa ca "actor" în mai multe medii***.

- *dezvoltarea pe scară largă a flexibilității întreprinzătorilor*
- *reconsiderarea lanțurilor de valoare* (atât la nivel global, cât și la nivel național, regional și local). Acest fapt va reprezenta una din principalele surse de oportunități pentru firme;
- *flexibilizarea capacității de ofertare*, dublată de *rafinarea modalităților de studiere și stimulare a nevoilor*.
- gestionarea *comunicării* în noile condiții este o provocare excepțională. Managementul va trebui să rezolve un paradox: *cum să compensezi nevoia din ce în ce mai mare de comunicare ca urmare a distanțării sociale cu însăși nevoia de distanțare socială?*;
- creșterea ponderii acțiunilor ce țin de *responsabilitatea socială* și de *antreprenoriatul social*.

Dar, dincolo de aceste aspecte care pot să provoace dezbateri, elementul fundamental pe care trebuie să se bazeze orice demers managerial în noile condiții este tocmai **intensificarea dimensiunii umane a managementului**.

Deși noul coronavirus este pasager, unele dintre efectele manifestării sale asupra managementului organizațiilor ce au determinat abordări noi, inovative ale proceselor și relațiilor de management se vor permanentiza în practica organizațiilor contemporane.

Este evident că noile tendințe generale în educație vor infleunța și educația managerială pe cel puțin trei paliere:

- creșterea rolului tehnologiei;
- schimbarea rolului profesorului în noul context;
- creșterea vitezei de circulație a cunoștințelor – vom trece de la educația ”câteva pagini” la cea de tipul ”câteva click-uri” cu toate consecințele inerente.

De altfel, considerăm că educația online va deveni opțiune strategică în strategia oricărei universități, cu o alocare corespunzătoare de resurse. Mai mult, universitățile vor încerca să-și construiască avantaje competitive bazate pe acest tip de educație, ceea ce înseamnă că instrumentele de învățare se vor diversifica și vor deveni din ce în ce mai adaptate nevoilor de învățare și factor cheie de succes în concurența universitară.

Subsecvent, universitățile vor intensifica parteneriatele cu actorii mediului economico-social, cu precădere firmele, atât în ceea ce privește atragerea de reurse financiare, cât și pentru o înțelegere mai bună și mai rapidă a nevoilor de pe piața muncii.

Educația managerială va trebui să se concentreze și mai mult pe dezvoltarea unor competențe necesare în noul context:

- competențe antreprenoriale;
- capacitatea de contextualizare;
- flexibilitate;
- creativitate;
- învățare continuă;
- inteligență emoțională.

În plus, pentru că munca, în general, va avea din ce în ce mai multe valențe digitale, atunci și educația de management va fi nevoită să-și adapteze mijloacele și să livreze din ce în ce mai multe competențe digitale specifice care să contribuie la creșterea eficacității proceselor care compun funcțiile managementului și funcțiunile organizației.