

CUPRINS

CAPITOLUL 1

Întreprinderea privată mică sau mijlocie în România

1.1 Intreprenoriatul	24
1.1.1 Premisele intreprenoriatului	24
1.1.2 Concept	25
1.1.3 Caracteristici ale intreprenoriatului	25
1.1.4 Concluzii	29
1.2 Activitățile intreprenoriale	31
1.2.1 Premisele activităților intreprenoriale.....	31
1.2.2 Concept	31
1.2.3 Caracteristicile activităților intreprenoriale.....	32
1.2.4 Concluzii	32
1.3 Procesul intreprenorial	34
1.3.1 Premise	34
1.3.2 Conceptul de proces intreprenorial	34
1.3.3 Caracteristicile procesului intreprenorial.....	35
1.3.4 Concluzii	36
1.4 Întreprinzătorul	37
1.4.1 Premise	37
1.4.2 Concept și tipologie	37
1.4.3 Caracteristici ale întreprinzătorului creator de organizații mici sau mijlocii private	44
1.4.4 Concluzii	46
1.5 Strategia intreprenorială	50
1.5.1 Premisele strategiei intreprenoriale	50
1.5.2 Concept și tipologie	51
1.5.3 Caracteristicile strategiei intreprenoriale	53
1.5.4 Concluzii	54

1.6 Deținătorii de interese	55
1.6.1 Premise	55
1.6.2 Conceptul de deținători de interese	55
1.6.3 Tipologia și caracteristicile deținătorilor de interese	56
1.6.4 Concluzii	57
1.7 Mediul întreprenorial	59
1.7.1 Premisele mediului întreprenorial	59
1.7.2 Conceptul de mediu întreprenorial și caracteristicile acestuia	59
1.7.3 Concluzii	63
1.8 Managementul întreprenorial	64
1.8.1 Premisele managementului întreprenorial	64
1.8.2 Concept	64
1.8.3 Caracteristicile managementului întreprenorial	65
1.8.4 Concluzii	66
1.9 Specificitatea managementului întreprenorial	67
1.9.1 Caracterul specific al managementului întreprenorial	67
1.9.2 Conceptul de „atribute” ale managementului întreprenorial și caracteristicile acestora	67
1.9.3 Concluzii	72
1.10 Risc și incertitudine în afaceri	73
1.10.1 Premise ale riscului întreprenorial și ale incertitudinii întreprenoriale	73
1.10.2 Concepte	
1.10.3 Caracteristici ale riscului și ale incertitudinii.....	74
1.10.4 Concluzii	76
1.11 Cultura organizației întreprenoriale	77
1.11.1 Premisele culturii organizației întreprenoriale	77
1.11.2 Concept	77
1.11.3 Caracteristicile culturii în organizația privată mică sau mijlocie.....	78
1.11.4 Concluzii	80

1.12 Perspective ale întreprinderii	81
1.12.1 Caracteristici, avantaje și limite ale organizației întreprinderii moderne	81
1.12.2 „Revoluția” cunoașterii	86
1.12.3 Oportunități întreprinderii de viitor	89

CAPITOLUL 2

Aspecte concrete privind managementul organizațiilor private mici sau mijlocii

2.1 Oportunitatea de afaceri	92
2.1.1 Premisele manifestării oportunităților de afaceri specifice întreprinderilor mici sau mijlocii private	92
2.1.2 Concept	92
2.1.3 Caracteristicile oportunităților de afaceri accesibile întreprinderilor private mici sau mijlocii	93
2.1.4 Concluzii	97
2.2 Planul de afaceri	98
2.2.1 Premisele instrumentului de planificare și de management „plan de afaceri”	98
2.2.2 Conceptul de „plan de afaceri” ca instrument de planificare și ca instrument de management	98
2.2.3 Caracteristici ale planului de afaceri specific întreprinderilor private mici sau mijlocii private	101
2.2.4 Structura planului de afaceri	103
2.2.5 Concluzii	106
2.3 Ciclul de viață ale unei întreprinderi private mici sau mijlocii	107
2.3.1 Premisele ciclului de viață al unei întreprinderi private mici sau mijlocii	107
2.3.2 Concept	107
2.3.3 Caracteristici. Etapele ciclului de viață al unei întreprinderi private mici sau mijlocii	108
2.3.4 Concluzii	112

2.4 Evoluția întreprinderii în România	113
2.4.1 Intreprinderii din România înainte de anul 1989	113
2.4.2 Intreprinderii din România după anul 1989	114
2.4.3 Perspective ale evoluției întreprinderii după anul 2007	118
2.5 Influențe ale economiei bazate pe cunoaștere asupra întreprinderii	119
2.5.1 Locul și rolul economiei bazate pe cunoaștere în cadrul economiei contemporane	119
2.5.2 Impactul economiei bazate pe cunoaștere asupra firmelor private mici sau mijlocii din România.....	120
2.6 Funcțiunile întreprinderii private mici sau mijlocii..	123
2.6.1 Întreprinderea privată mică sau mijlocie	123
2.6.2 Particularitățile funcțiunilor întreprinderii private mici sau mijlocii	126
2.7 Managementul strategic specific întreprinderilor private mici sau mijlocii	129
2.7.1 Modelul de management strategic elaborat de J. A. Pearce II și R. B. Robinson	129
2.7.2 Modelul de management strategic elaborat de K. Andrews	131
2.7.3 Modelul de management strategic elaborat de M. J. Stahl și D. W. Grigsby	134
2.7.4 Modelul de management strategic elaborat de R. Daft ...	136
2.7.5 Modelul de management strategic elaborat de B. Gluck, W. Kaufman, A. Walleck.....	138
2.7.6 Modelul de management strategic elaborat de J. Carles .	141
2.8 Decizia strategică în cadrul întreprinderilor private mici sau mijlocii	144
2.8.1 Modelul decizional strategic elaborat de A. Desremaux ..	144

2.9 Planificarea strategică în cadrul întreprinderilor private mici sau mijlocii	148
2.9.1 Modelul de planificare strategică elaborat de M. Marchesnay.....	148
2.10 Microcreditarea afacerilor mici în lume	150
2.11 Exemplu de plan de afaceri al Societății Comerciale FILMEX ROMÂNIA S.R.L.	154

CAPITOLUL 3

Întreprinderea mare (și foarte mare) în România

3.1 Intraprenoriatul	182
3.1.1 Premise ale intraprenoriatului.....	182
3.1.2 Concept	184
3.1.3 Caracteristici ale intraprenoriatului.....	184
3.1.4 Concluzii	186
3.2 Activitățile intraprenoriale	187
3.2.1 Premise ale activităților intraprenoriale.....	187
3.2.2 Concept	187
3.2.3 Caracteristici ale activităților intraprenoriale.....	188
3.2.4 Concluzii	190
3.3 Procesul intraprenorial	191
3.3.1 Premise ale procesului intraprenorial	191
3.3.2 Concept	192
3.3.3 Caracteristici ale procesului intraprenorial	192
3.3.4 Concluzii	196
3.4 Intraprenorul	198
3.4.1 Premise	198
3.4.2 Conceptul de intraprenor	198
3.4.3 Caracteristici ale intraprenorului	199
3.4.4 Concluzii	200

3.5	Strategia intraprenorială	201
3.5.1	Premise ale strategiei intraprenoriale	201
3.5.2	Concept. Componente	203
3.5.3	Caracteristicile strategiei intraprenoriale	205
3.5.4	Concluzii	211
3.6	Mediul intraprenorial	213
3.6.1	Premisele mediului intraprenorial	213
3.6.2	Concept	213
3.6.3	Caracteristicile mediului intraprenorial	214
3.6.4	Concluzii	214
3.7	Managementul intraprenorial	216
3.7.1	Premisele managementului intraprenorial	216
3.7.2	Concept	217
3.7.3	Caracteristicile managementului intraprenorial.....	217
3.7.4	Concluzii	218
3.8	Cultura organizației intraprenoriale	219
3.8.1	Premisele culturii intraprenoriale	219
3.8.2	Concept	221
3.8.3	Caracteristicile culturii intraprenoriale.....	222
3.8.4	Concluzii	223
3.9	Perspective ale intraprenoriatului	225
3.9.1	Factorii care influențează intraprenoriatul în România ..	225
3.9.2	Forme de realizare a intraprenoriatului în România.....	227
3.9.3	Impactul potențial al intraprenoriatului asupra organizațiilor din România	229
3.9.4	Niveluri, domenii și modalități de acțiune pentru promovarea intraprenoriatului în România	240

CAPITOLUL 4

Profil de întreprinzător

4.1 O afacere curată, curată, curată	254
4.2 „Viitorul depinde de firmele mici”	257
4.3 O mie de dolari banali plus o idee genială plus 22 de ani de muncă egal 16 miliarde de dolari invidiați de concurență	259
4.4 Cum se spune în limba rusă: „marele vis american”?	261
4.5 Trei principii.....	263
4.6 A patra generație Piaget.....	265
4.7 Profetul indian al afacerilor profitabile	267
4.8 Cât costă un „star de divertisment”?	269
4.9 Securizare, extravaganță sau sursă de profit?	271
4.10 Cel mai bogat spaniol.....	274
4.11 „Imperiul” ochelarilor italieni	276
4.12 Cine a îmbrăcat-o pe Jacqueline Kennedy?.....	278
4.13 Ținta de miliarde de dolari: China	280
4.14 „Să moștenești sau să crezi avere?”	282
4.15 Al doilea Mickey Mouse.....	284
4.16 „Ziua muncii” este în fiecare zi!	286
4.17 „I” de la Ingvar, „K” de la Kamrad, „E” de la Elmtaryd, „A” de la Agunnaryd	288
4.18 „Să celebrezi întotdeauna succesul!”	290
4.19 „Literatură utilă”	292
4.20 Muzica digitală, industria digitală și internetul, bine amestecate	294
4.21 Când proprietarul decide peste capul managerului	296
4.22 „Cel mai puternic om din Asia!”	298
4.23 Familia Tiffany, tradiție și modernitate.....	300
4.24 „Cumpără de la Sears și economisești!”	302
4.25 „Serve a great cup of coffee and built a company with soul”.....	305
4.26 „Un taxi, vă rog!”	307

BIBLIOGRAFIE	309
---------------------------	-----
