

MANAGEMENTUL MANAGEMENTULUI

MANAGEMENT OF MANAGEMENT

Ray Arco
Strategic International Commercial Intelligence Agency
Neoteric Communication System
Los Angeles, California, SUA

Abstract

Looking on management from an Applied Behavioral Scientific point of view, one can see that when more than one individual, or a couple of people get together, the dynamics of their priorities, although based on the same need, change in a crescendo manner.

Keywords: management, behavioral patterns, strategic planning, creative leadership

Se spune că *Nevoia este mama Creației*. Problema este că, datorită gamei diversificate de nevoi și a multelor sale variante de intensitate, atât *nevoia* cât și *creația* au nevoie de management! Un cuvânt simplu care descrie o sarcină aparent simplă: aceea de clasificare a conținutului imediat și definire a priorităților sale prin tendințele de piață și de mediu. Problema este că o limbă vie fluctuează și, oricât de pervers ar părea, cuvinte ce ar trebui să descrie o singură funcție, au fost afectate, căpătând alte sensuri în diferite părți ale lumii.

Ca numitor comun, pentru a spune doar atât, disciplina și conceptul de management, profesional sau nu, sunt, expuse mentalităților regionale geografice și istorice și, astfel, uneori generează raționamente imprevizibile și un anume comportament. Se spune că *frumusețea este în ochii privitorului* și așa este managementul în mijlocul unei serii de alte interpretări. Pentru că, indiferent dacă ne place sau nu, în timp ce în interiorul său managementul pare să fie listarea ordonată a realității, el trebuie, de asemenea, să ia în considerare influențele exterioare astfel încât să putem efectua în consecință o analiză suficient de calificată.

Ca cele mai multe specii, specia umană, are un anumit set de nevoi de bază. Nu corporative, și nici care să țină de înțelepciunea guvernului.

It is said that *Need is the mother of Creation*. The problem is that with the diversified range of need and as many variations of its intensity, both *need* and *creation* need management! A simple word describing seemingly, a simple task: That of classifying content at hand and define its priorities by market and environment trends. The trouble is that a living language fluctuates and, as perverse as it may seem words that are meant to describe a single function, have been afflicted with degenerating meanings in various parts of the world.

As a common denominator, to say the least, the concept and discipline of management, professional or otherwise, is also subject to geographical and historical regional mentalities and thus, sometimes it generates unpredictable rationale and the resulting behavior. It is said that *beauty is in the eyes of the beholder* and so is management amidst a range of other interpretations. For, whether we like it or not, while at core management appears to be the orderly listing of reality, it also must take into consideration outside influences so that a reasonably educated analysis can be made accordingly.

Like most species, the human kind, especially, has a certain set of basic needs. Not corporate, nor government-wise. For without

Pentru că fără oameni nu există țări, nici corporații și așa mai departe. Prin urmare, privind managementul din punctul de vedere științific al comportamentului aplicat, se poate vedea că, atunci când mai mult de o persoană, sau un cuplu de oameni ajung împreună, dinamica priorităților lor, deși bazate pe aceeași nevoie, se schimbă într-un mod rapid. Și anume, de la unitatea familiei la consensul tribal, la nivel local, regional sau guvernamental, pe de o parte, și proliferarea afacerilor, de la un simplu comerț ambulant de bunuri și servicii la corporații multi-naționale puternice, toate având de multe ori nevoi și priorități fără legătură, care de multe ori, sunt fără legătură cu oamenii fără de care ele nu ar funcționa. Trebuie să numim sau să învinuim politica de acest lucru? Și în ce scop, atunci când soluțiile se găsesc în noi?

Sigur, ca societate decidem modelele de comportament acceptate prin consens. Orice strădanie are propria sa politică în conformitate cu propriul creator. Regulile unui angajament au anumite limite și un anumit protocol. Moralitatea și-ar putea avea propriile porunci, dar în funcție de cine? În timp ce etica, precum un Gibraltar al conduitei, ar trebui să fie respectată ad literam. Dar facem așa? Prin urmare, ne înconjurăm cu reguli vizibile și invizibile, pe care mulți le încalcă în detrimentul altora și, în cele

humans there are no countries, no corporations and so on. Hence, looking on management from an Applied Behavioral Scientific point of view, one can see that when more than one individual, or a couple of people get together, the dynamics of their priorities, although based on the same need, change in a crescendo manner. Namely, from the family unit to the Tribal consensus, to local, regional or country governments, on one hand, and the proliferation of business from a simple peddler of goods and services to mighty multinational corporations, all having many times unrelated needs and priorities, which many a time, are unrelated to the people without whom they would not be functioning. Must we call or blame this on politics? And to what purpose, when solutions reside in us?

Sure, as a Society we decide on accepted behavioral patterns consensus. Any endeavor has its own policies according to its creators. The rules of engagement have certain boundaries and protocol. Morality may have its commandments, but according to whom? While ethics, like a Rock of Gibraltar conduit, should be respected ad literam. But do we? Consequently, we surround ourselves with visible and invisible rules that many trespass to the detriment of others and, ultimately,

din urmă, în detrimentul afacerii. Trebuie să observăm, atunci, manifestarea *fenomenelor tiparelor comportamentale* a persoanelor fizice, care, în cele din urmă, este destul de greu, dacă nu imposibil, de gestionat.

Prin urmare, este necesară o sensibilitate specială a unui *management vertical* al Planificării Strategice și Dezvoltării - chiar și pentru eforturile sau întreprinderile mici - pentru a controla cât mai mult posibil dinamica creșterii sale naturale. Iar managerii care nu aderă la vechiul motto al cercetașilor: *fii pregătit* vor pierde oportunitățile de afaceri ascunse care ar putea propulsa companiile lor pe o treaptă superioară concurenților lor. Întrebarea este: pe ce bază se realizează analiza fezabilității și a fluxului de numerar, dacă singurele puncte de referință se bazează pe ceea ce mass-media relatează, bazându-se pe așa-numitele Rapoarte Comerciale Inteligente, de obicei interpretate greșit de către susținătorii lor? Pentru că, percepția pătrunzătoare a afacerilor globale este o parte esențială a dinamicii luării deciziilor, chiar la nivelul unei gospodării. Dar înțelegem noi informațiile pe care le culegem sau primim?

Mai important, fără factorul de creativitate - mai ales atunci când este aplicat la reducerea Riscului Investiției Capitalului (ICR) dincolo de limita de sus acceptată - adică, până la un factor

of the business itself. We must notice then, the manifestation of the individuals' *Behavioral Patterns Phenomenon* which, ultimately, is quite difficult, if not impossible, to manage.

Hence, a special sensitivity towards a *vertical management* of International Strategic Planning & Development - even for small businesses or endeavors - is required in order to control as much as possible its natural growth dynamics. And managers who are not adhering to the old Boy Scout's motto: *Be Prepared* will miss those hidden business opportunities that could propel their companies on an upper bent curve than their competitors. The question is: on what basis feasibility and cash flow analysis is conducted, if the only points of reference are based on what the Media relates via so called Commercial Intelligence Reports usually misinterpreted by their proponents? For, acute perception of global affairs is a key part of the decision making dynamics even at the household level. But do we comprehend the information we are gathering or getting?

More importantly, without the creative factor - especially when applied to the lowering of the ICR or Investment Capital Risk beyond the high-level norm - i.e., down to a

de 20% - care ar trebui de asemenea să includă un *Fond de Dezvoltare de Rulaj*, fără de care nici o creșterea semnificativă nu poate apărea în ciuda unui management bun. Apoi, există, de asemenea, acel element minuscul numit *leadership creativ* mai presus de disciplinele constante ale managementului, atât de important în procesul de luare a deciziilor și în urmările sale. Sunt lucruri foarte serioase, dar o doză de umor de bun simț ne poate duce departe. Pentru că, în fond, de ce nu ar trebui să fie plăcute și distractive aplicațiile managementului creativ?

Dar toate acestea nu ar putea avea valoare pe termen lung dacă nu ar fi eforturile continue de a fi „la zi” cu ce se întâmplă la nivel global și capacitatea de a evalua astfel de informații deoarece se aplică diferitelor niveluri: personale, de trib, de afaceri sau de regiune ale dinamicii la care o societate aderă. Cum altfel să obținem un nivel competitiv rezonabil, parțial sau total? Iar secretul se află în multele fațete ale percepției și în învățarea continuă. Pentru că, fără a avea o bază mai solidă de cunoștințe prin care să se poată filtra valurile de informații cu care suntem bombardați oră de oră, pentru a spune doar atât, nu am putea discerne felul priorităților care ne-ar putea ajuta să alegem inteligent drumul și modalitatea.

Prin urmare, conștientizarea și înțelegerea nevoilor noastre interioare

20% factor - which should also include a *Rolling Development Fund*, without which no significant growth can occur despite good management. Then there is also that minute element called *creative leadership* beyond the management's constant disciplines, so important in the decision making process and its aftermath. It is very serious stuff, but a doze of good sense of humor goes a long way. For, after all, why shouldn't it be enjoyable and fun dwelling in creative Management applications?

But all this may have no long-term value were it not for the continuous efforts of being “up-to-date” with what is going on globally and the ability to assess such information as it applies at the various levels of our personal, tribal, business or county's dynamics a Society adheres to. How else gain a reasonable competitive edge partially or totally? And the secret lies within the multi-facets of perception and lifelong learning. For, without having a more solid knowledge base via which one can filter the waves of multiple information that we are bombarded hourly with, to say the least, we could not discern the kind of priorities that could help us choose intelligently which way what.

Hence, the awareness and understanding of our inner need as

fac parte din mecanismul funcțional ce trebuie „uns” din când în când. Cum? Prin reexaminarea a ceea ce am învățat până atunci și apoi prin actualizarea și amplificarea în consecință.

Expertiza veritabilă nu provine dintr-o singură sursă, ci dintr-un amalgam de factori care includ bazele puse de învățământul preuniversitar și universitar și de experiență. Dar, oricât de ciudat ar putea părea, cu cât devenim mai *experți* într-un subiect sau altul, cu atât ne dăm seama de necesitatea de a ne actualiza pe noi înșine, dacă vrem să îmbunătățim și să ne bucurăm de calitatea a ceea ce facem.

Deci, iluminat la un moment dat, trebuie înțeles faptul că practica, pregătirea și cursurile suplimentare sunt indispensabile pentru îmbunătățirea dexterității, pe lângă lectură și o bună informare, și un element absolut necesar și în socializare. Pe de altă parte, socializarea este un alt factor dintre cei ascunși, care permite comercialului și altor inteligențe să curgă, astfel încât punctele de referință (POR) să poată fi stabilite ca punct de plecare al oricărui punct de vedere (POV).

Adevărat, disponibilitatea și percepția timpului nu sunt ușor de stabilit și de integrat într-un program fără a fi predispuși să facem acest lucru, fie ce-o fi. În cele din urmă, nevoile personale și familiale sunt pe

part of the functional mechanism we have to “oil” every so often. How? By reexamining what we learned until the very moment and then update and amplify accordingly.

Genuine expertise does not come from only one source, but from an amalgamation of factors that include the basics we get in lower and high learning institutions and experience. But funny as it may seem, the more we become *experts* in one subject or another, the more we realize the need to update ourselves if we want to improve and enjoy the quality of what we are doing.

So, illuminate as one may be at one time or another, the realization that supplementary courses, training and practice are key to improving one’s dexterity output in addition to reading and being well informed and an imperative element even in socializing. On the other hand, socializing is another of those hidden factors that allows commercial and other intelligence flow so that the POR, or points of reference, can be established as a root to any POV, or point of view.

True, the availability of time and the perception of timing are not easy to nail down and integrate in one’s schedule without being predisposed to do so, come what may. After all, personal and family needs come first, but to what degree? And for those

primul loc, dar în ce grad? Iar cei dependenți de muncă, în cazul cărora munca este pe primul loc în căutarea faimei și a banilor, plata drastică, atât mentală, cât și fizică este obligatorie. Și astfel, nevoia de control al managementului stresului, managementul furiei și tot felul de alți factori *calmanți*, inclusiv vacanțe de calitate, poate păstra pe cineva în viață în așa-numita civilizație de azi.

Având în vedere urgența de azi a unor astfel de chestiuni, nu este de mirare că Industria Sănătății Mentale proliferază, atât de vizibil de repede, guru și șamani suplimentari de tot felul, care încearcă să ne învețe că ar trebui să încetinim. Că am venit de *nicăieri* și vom ajunge *nicăieri*, așa că de ce să nu ne luptăm pentru bunăstarea tuturor și să ne bucurăm de orice am face? Că, cu darul *vieții* care ni s-a dat, ar trebui să obținem cei mai bun, să devenim mai buni la toate nivelurile și apoi să-i ajutăm pe alții care sunt la ananghie. Pentru că, în fond, fără astfel de cunoștințe și încrederea în sine interioară, cum putem fi mulțumiți, fără a mai vorbi de a deveni euforic de fericiți?

Bineînțeles că trebuie să ne placă ceea ce facem pentru a trece prin astfel de eforturi de îmbunătățire toată viața, dar cu excepția cazului în care am deveni propriul nostru *virtuos de viață*, în orice domeniu facem eforturi, cum ne-am putea bucura de viață la cele mai

workaholics where work comes first in their quest for fame and money, it is bound to take a drastic toll both mentally and physically. And thus, the need for stress management control, anger management and all kind of other *soothing* factors, including quality vacations, can keep one *survive* today's so called civilization.

Given today's urgency of such matters, it is no wonder that the Mental Health Industry proliferated so visibly fast with additional Gurus and Shamans of all sorts trying to teach that we should slow down. That we come from *nowhere* and we end up *nowhere*, so why not struggle for everybody's well-being and enjoy whatever we do? That in between, with the gift of life we have been given, we should make the most of it by bettering ourselves at all levels and then help the others in need. For, after all, without such knowledge and inner self-confidence, how can we be content, let alone becoming all the way euphorically happy?

Sure we must love what we do in order to go through such lifelong improving efforts, but unless we become our own *life virtuosos* in any field we endeavor, how can we enjoy life at its best and, therefore, each other? Not to mention the inner good feeling we gain accordingly when we give and help others. And this

bune cote, și, prin urmare, unii de alții? Ca să nu mai vorbim de senzație de bine interior pe care am obține-o în consecință, atunci când dăm și îi ajutăm pe alții. Și asta îi include pe cei care ne ajută să realizăm un astfel de statut, de la profesori și experți la muncitorii fără de care nimeni nu s-ar putea bucura de calitatea vieții la care aderăm.

Deci, dacă cineva știe cum să facă mai mulți bani pe masă (cinstit) decât știe Mafia să facă sub masă, de ce să nu căutăm să emulăm un astfel de succes în loc să încercăm să furăm sau să subminăm *gâsca de aur* care face *ouă de aur*? Dar pentru asta, trebuie să recunoaștem unde sunt *ouăle de aur* și să le protejăm, mai degrabă decât să distrugem proveniența lor din invidie, gelozie și ignoranță curată! Și da, trebuie să învățăm cum să gestionăm și acest lucru!

În ultimă instanță, nu este ușor să gestionezi nimic, dat fiind circumstanțele volatile în care trăim. Și totuși, la fel ca în cele mai multe profesii specializate, universitățile dau mii de manageri care ar putea avea o viziune proaspătă asupra unei anumite probleme, dar cu siguranță nu au experiență, fără de care lucrurile nu pot fi în ordine. Și, după cum se spune, dacă credeți că un expert este scump, încercați un amator și vedeți unde / la ce se va ajunge.

includes those who help us achieve such status, from teachers and experts to the labor force people without whom no one could enjoy the quality of life we adhere to.

So, if one knows how to make more money over-the-table than Mafia under the table, why not learn how to emulate such success instead of trying to steal or undermine the very *golden goose* that lays the *golden eggs*? But for this, one must recognize where the *golden eggs* are and protect, rather than destroy their provenance out of envy, jealousy and sheer ignorance! And yes, we have to learn how to manage that too!

Ultimately, it is not easy to manage anything, given the volatile circumstances in which we live. And yet, like in most specialized professions, the universities spit out thousands of managers who may have a fresh on view on a certain matter, but certainly not the experience without which things may go array. And as the saying goes, if one thinks that an expert is expensive, try an amateur and see where it leads.

Bibliografie / References

- Baron, R. A., Greenberg, J., 1996,
Behavior in Organizations,
Allyn&Bacon, Needham Heights,
MA
- Griffin, R., 2005, *Fundamentals of
Management*, Paperback, New
York
- Peters, J. T., Waterman, H. R., 1982,
*Search of Excellence. Lessons from
America's Best – Run Companies*,
Harper&Row, New York