# ROLUL COMUNICĂRII MANAGERIALE ÎN ACTIVITATEA IMM-URILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN CONTEXTUL GLOBALIZĂRII

***Mihail ROȘCA***

CZU: 005.57:334.71.012.6(478) rosca.mihail95@gmail.com

*Managerial communication is a fundamental activity of the life of an enterprise. It requires attention and rigor, as do the other functions: technical and personnel, commercial and financial.Modern managers need to learn to communicate with customers, the media, governments and foreign entrepreneurs. Therefore, they are required to have the competence and a culture of communication. These imply the observance of certain communication principles: the correct thinking of the transmitted information, the observance of politeness in the relations with subordinates and business partners.*

Comunicarea este o componentă importantă în managementul întreprinderii. O bună parte din activităţile unei întreprinderi sunt desfăşurate de către oameni, iar probabilitatea de succes a acesteia este mai mare atunci când avem o comunicare eficientă între membrii întreprinderii. Procesul de comunicare ajută la înţelegerea problemelor cu care se confruntă angajaţii, asigură durabilitatea relaţiilor dintre angajaţi sau dintre aceştia şi manager, consolidează capacitatea managerului de a-şi motiva şi conduce echipa, dar şi de a menţine relaţiile cu mediul extern organizaţiei. Deci, pe lângă alte roluri importante managerul are şi rolul de negociator, el trebuie să organizeze şi să menţină o reţea de contacte cu partenerii organizaţiei care servesc ca suport în orientarea firmei. În acest context, putem afirma că preocuparea pentru o comunicare mai bună cu subordonaţii, dar şi cu partenerii firmei, a devenit o chestiune actuală pentru managerul modern, conştient de efectele pe care le poate avea o comunicare constructivă sau una defectuoasă. Procesul de globalizare, apariţia în număr tot mai mare a companiilor multinaţionale, parteneriatele firmelor naţionale cu cele de peste hotare, dar şi problemele în plan cultural pe care managerii le au de soluţionat creează un mediu de afaceri puternic concurenţial, în care întreprinderile sunt confruntate cu o serie de provocări [1, p.115]. Din această perspectivă, una dintre consecinţele directe şi vizibile ale globalizării asupra activităţii întreprinderilor o reprezintă posibilitatea încheierii şi dezvoltării de noi parteneriate strategice [2, p.100]. Globalizarea impune exigenţe deosebite pentru economiile naţionale, La nivel macroeconomic este necesară o strategie susceptibilă să asigure orientarea activităţii atât spre macrostabilizarea economică, cât şi spre impulsionarea procesului de modernizare a structurii tehnologice şi productive a economiei, ţinându-se seama de cerinţele privind consolidarea potenţialului naţional, dar şi de încadrarea eficientă a R. Moldova în diviziunea internaţională a muncii şi competiţia mondială.

Orientarea decesivă trebuie să fie spre ridicarea nivelului de competitivitate şi al managementului; pe de altă parte, trebuie de pornit de la premisa că pe piaţa mondială nu pot pătrunde şi mai ales nu se pot menţine decât firme viabile, puternice şi capabile să se adapteze la exigenţele pieţei mondiale şi să facă faţă concurenţei globale.

Ultimii ani au pus cu deosebire în evidenţă această cerinţă, determinând o preocupare deosebită la nivelul întreprinderilor, dar şi al statului. Realitatea arată că accentuarea fuziunilor care au loc între diferite firme reprezintă una dintre trăsăturile importante ale dezvoltării pe plan mondial, îndeosebi în ţările dezvoltate. În Republica Moldova IMM-urile au un rol semnificativ în dezvoltarea durabilă a economiei autohtone. ÎMM-urile constituie o pondere esenţială în numărul total al agenţilor economici, asigură ocuparea forţei de muncă şi un venit pentru angajaţi, asigură saturarea pieţei de mărfuri, participă la crearea PIB-ului.

În contextul globalizării, IMM-urile autohtone au, cu siguranţă, o multitudine de avantaje. Există însă şi anumite provocări, generate de creşterea concurenţei, provocări care fac ÎMM-urile autohtone vulnerabile vis-à-vis de acest fenomen, impunându-se astfel o nevoie continuă de dezvoltare şi de creştere a competitivităţii acestora [3, p.406]. Ceea ce am vrea să scoatem în evidenţă în acest articol este aspectul legat de comunicarea managerială şi care ar fi rolul ei în dezvoltarea ÎMM-urilor din Republica Moldova, în contextul globalizării. Perioada dificilă şi condiţiile în care se dezvoltă întreprinderile mici şi mijlocii din ţara noastră impunmanagerii acestora să fie concentraţi mai mult asupra obţinerii profitului imediat, iar preocuparea de unele aspecte mai puţin evidente, cum ar fi comunicarea managerială, să fie adesea minimă sau chiar să lipsească. Există cauze atât obiective, cât şi subiective, care fac ca managerii să treacă cu vederea aspectul comunicării manageriale în întreprinderi. Printre cauzele obiective ar fi faptul că ÎMM-urile din ţara noastră se confruntă cu un şir de constrângeri în dezvoltarea lor, iar managerii sunt focusaţi pe identificarea soluţiilor pentru a înlătura sau diminua aceste constrângeri. Deseori, aspectul ce ţine de comunicarea managerială în întreprinderi este trecut cu vederea din motive subiective. În multe situaţii, managerii consideră comunicarea managerială un aspect mai puţin important pentru dezvoltarea întreprinderilor lor. În alte situaţii, aceştia înţeleg că comunicarea managerială ar avea un oarecare impact asupra bunei funcţionări a întreprinderii, însă nu dispun de timp suficient pentru a face o evaluare a situaţiei curente ce vizează comunicarea managerială în afacerea pe care o conduc şi pentru elabora o strategie de comunicare managerială eficientă. În alte situaţii, managerii nu au o pregătire managerială adecvată şi le lipsesc cunoştinţele legate de comunicarea managerială sau managementul comunicării eficiente. Impactul pe care îl poate avea însă comunicarea managerială asupra dezvoltării întreprinderilor din ţara noastră, care reprezintă coloana vertebrală a economiei naţionale, este, în viziunea noastră, unul semnificativ, care nu trebuie neglijat, ci, dimpotrivă, studiat, analizat şi dezvoltat continuu, astfel încât acest proces să fie unul eficient şi să contribuie la dezvoltarea armonioasă a acestora. Pentru întreprindere, comunicarea are un rol strategic în atingerea obiectivelor. Este de neimaginat cum o întreprindere poate activa în afara

comunicării. Practic, toţi membrii unei întreprinderi, indiferent de poziţia ierarhică pe care o deţin, comunică într-o formă sau alta în activitatea pe care o desfăşoară. În acest context, considerăm că problema legată de impactul comunicării manageriale asupra dezvoltării IMM-urilor din Republica Moldova este una actuală, în contextul globalizării, încă neexploarată suficient. O cercetare aprofundată în acest domeniu ar permite diagnosticarea situaţiei actuale în ceea ce priveşte comunicarea managerială în IMM-urile din ţara noastră, constatarea unor bariere de comunicare specifice IMM-urilor moldoveneşti, identificarea de soluţii şi recomandări pentru îmbunătăţirea acestui proces, care are multiple beneficii pentru activitatea întreprinderilor. Efectuând un studiu critic asupra cercetărilor efectuate până în prezent observăm că, deşi noţiunea de comunicare managerială pare una arhicunoscută, modul în care este elucidată respectiva temă poartă un caracter foarte general, iar cercetări ce ţin de impactul comunicării manageriale asupra dezvoltării întreprinderilor mici şi mijlocii nu au fost identificate. Astfel, problemele ce ţin de comunicarea managerială în întreprinderile mici şi mijlocii, care au rămas nestudiate şi care nu sunt pe deplin elucidate, reprezintă o premisă importantă în motivarea personală pentru abordarea temei menţionate mai sus într-o viitoare cercetare mai aprofundată.

**Referinţe:**

1. CIOBANUC. *Creşterea economică în condiţiile globalizării: riscuri, factori şi perspective.* Economic growth in conditions of internationalization. International scientific and practical conference. 6-th ed, vol.1. IEFS, 2011, p.112-118.
2. APOSTOAIE, M.C. *Measuring economic globalization – facts and figures*. În: The Annals of The „Ştefan cel Mare" University of Suceava. *Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration*, 2011, vol.11, nr.2(14), p.99-109, ISSN 2066-575X.
3. BORDO, D.M., TAYLOR, M.A., WILLIAMSON, G.J. *Globalization in Historical Perspective.* Chicago: The University of Chicago Press, 2007. 588 p.

*Recomandat*
***Mariana STOICA**, dr., conf. univ.*