

ROLUL COMUNICĂRII MANAGERIALE ÎN DEZVOLTAREA IMM-URILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA - O PROBLEMATICĂ ACTUALĂ ÎN CONTEXTUL GLOBALIZĂRII

Viorica CARAUȘ,
doctorandă, UTM

Rezumat

Procesul de globalizare creează un mediu de afaceri concurențial, în care întreprinderile se confruntă cu o multitudine de provocări. Globalizarea oferă multe oportunități, dar și diferite riscuri pentru întreprinderile care își desfășoară activitatea în economia actuală. În ceea ce privește dezvoltarea IMM-urilor, globalizarea are, cu siguranță, mai multe efecte. Pe lângă o multitudine de avantaje, apărute ca rezultat direct al globalizării, amenințările generate de creșterea concurenței, fac IMM-urile autohtone vulnerabile vis-a-vis de acest fenomen, impunându-se astfel o nevoie continuă de dezvoltare și de creștere a competitivității acestora. În acest articol, am evidențiat aspectul legat de comunicarea managerială și rolul ei în dezvoltarea IMM-urilor din Republica Moldova, în contextul globalizării. Impactul pe care îl poate avea comunicarea managerială asupra dezvoltării IMM-urilor din țara noastră, este, în viziunea noastră, unul semnificativ, care nu trebuie neglijat, ba dimpotrivă, studiat, analizat, astfel încât acest proces să fie unul eficient și să contribuie la dezvoltarea acestora.

Cuvinte-cheie: *globalizare, întreprindere, întreprinderi mici și mijlocii (IMM), comunicare, comunicare managerială*

LE RÔLE DE LA COMMUNICATION DE GESTION DANS LE DÉVELOPPEMENT DES PME EN REPUBLIQUE DE MOLDAVIE – UNE QUESTION ACTUEL DANS LE CONTEXTE DE LA MONDIALISATION

Rezumé

Le processus de mondialisation engendre un environnement d'affaires concurrentiel dans lequel les entreprises font face à une multitude de défis. La mondialisation offre beaucoup d'opportunités mais aussi différents risques pour des entreprises agissant dans l'économie actuelle.

En ce qui concerne le développement des PME, la mondialisation a certainement beaucoup d'effets. En plus d'une multitude d'avantages découlant

directement de la mondialisation, les menaces de la concurrence croissante, font les PME locales vulnérables en face de ce phénomène, forçant ainsi un besoin continu pour le développement et l'accroître leur compétitivité. On a essayé de mettre l'accent dans cet article sur la question de la communication de gestion et qui est son rôle dans le développement des PME en République de Moldavie, dans le contexte de la mondialisation.

L'impact de la communication managériale sur le développement des PME dans notre pays, est à notre avis un moment important qui ne doit pas être négligé, au contraire, étudié, analysé, de sorte que ce processus sera un moyen efficace et contribuer au développement de ces types d'entreprises.

Mots-clés: mondialisation, entreprise, petites et moyennes entreprises (PME), communication, communication de gestion

Una dintre noțiunile cele mai des întâlnite și discutate în lumea contemporană este noțiunea de globalizare, în special din zona economico-socială. Un prim răspuns atunci când ne adresăm întrebarea "Ce este globalizarea?" ar fi că acesta reprezintă una dintre cele mai mari și captivante provocări, datorită efectelor acesteia în diverse domenii. Globalizarea a devenit parte a vieții noastre, un motor al vieții, un motiv de teamă, dar și o formă de provocare.

Noțiunea de globalizare se utilizează pentru a descrie un proces multicausal, care are drept rezultat faptul că evenimente care au loc într-o parte a globului au repercusiuni din ce în ce mai ample asupra societăților și problemelor din alte părți ale globului.

Globalizarea, atât din punct de vedere al relațiilor economice internaționale, cât și din punct de vedere al implicațiilor sociale și politice reprezintă un fenomen ireversibil, care afectează toate statele lumii, indiferent de gradul acestora de participare la specializarea internațională sau la circuitul economic internațional.

Dezbătută din perspectiva economică și financiară, globalizarea poate constitui consolidarea și extinderea relațiilor dintre economiile naționale pe piața internațională a bunurilor, serviciilor și în special a capitalurilor. [4, pag.99]

Datorită dinamicii și complexității deosebite, globalizarea influențează în plan național și regional prin legăturile care se iau naștere între state, instituții, oameni, având drept urmare modificări însemnate, de ordin economic, politic, social, cultural și de mediu. Unele dintre aspectele cele mai evidente ale globalizării sunt de

ordin economic, chiar dacă este un proces multidimensional [2, p.99]. Astfel, globalizarea este un proces de natură geoeconomică și mai apoi geopolitică și geoculturală, reprezentând nu numai o apropiere ci și o înglobare a economiilor mai multor țări [3, p.23].

Faptul că astăzi întreprinderile au libertatea de a investi acolo unde vor ele, atunci când vor ele, de a produce ceea ce vor, aprovizionându-se și vânzând acolo unde acestea decid, cu minim de constrângeri, avînd acces la surse de finanțare interne și externe a devenit cu siguranță un rezultat direct al globalizării.

Dintre cele mai importante cauze care au condus la apariția fenomenului de globalizare a fost liberalizarea schimburilor comerciale, dezvoltarea piețelor monetare și financiare, progresul în domeniul informației, comunicării și tehnologiei, internaționalizarea producerii și distribuirii promovând dezvoltarea relațiilor economice internaționale. Aceste schimbări la nivelul economiei mondiale, în opinia noastră au fost favorabile expansiunii și dezvoltării sectorului întreprinderilor mici și mijlocii. Globalizare are cu siguranță mai multe efecte asupra dezvoltării IMM-urilor, precum ar fi efecte comerciale, financiare, tehnice, informaționale sau manageriale. Liberalizarea comerțului la nivel regional și mondial, migrația forței de muncă, reprezintă doar câteva dintre elementele extrem de sugestive pentru evoluția globalizării și implicațiile ei asupra dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii.

Fenomenul globalizării a creat condiții pentru dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii care consolidează afacerile la nivel național și internațional, independent sau în clustere. În opinia noastră, globalizarea este un fenomen cu un puternic impact asupra activității întreprinderilor mici și mijlocii, formează un mediu concurențial în care supraviețuirea implică activitatea lor într-un climat care permite producerea valorii adăugate și capacitatea de a se dezvolta. Integrarea întreprinderilor mici și mijlocii într-o economie globalizată liberă, solicită acestora un nivel înalt de competitivitate. Întreprinderile mici și mijlocii servesc drept motor al creșterii economice. După ascensiunea din ultimile decenii, se apreciază că întreprinderile mici și mijlocii constituie vectorul principal al progresului economic, atât în țările dezvoltate, cât și în cele în curs de dezvoltare. Procesele globalizării au creat condiții favorabile expansiunii firmelor mici și mijlocii, creând o nouă configurație a economiei mondiale.

La nivelul Uniunii Europene, microîntreprinderile și întreprinderile mici și mijlocii (IMM-urile) reprezintă 99 % din totalul întreprinderilor. Acestea asigură două treimi dintre locurile de muncă din sectorul privat și contribuie cu mai mult de jumătate din valoarea adăugată totală creată de întreprinderile din UE. Nouă din zece IMM-uri sunt de fapt microîntreprinderi cu mai puțin de 10 angajați. În prezent, există aproximativ 21 de milioane de IMM-uri cu aproximativ 33 de milioane de angajați, care reprezintă o sursă esențială de spirit antreprenorial și de inovare, aspecte vitale pentru competitivitatea întreprinderilor din UE. Politica UE în materie de IMM-uri are drept obiectiv garantarea faptului că politicile și acțiunile Uniunii țin seama de nevoile întreprinderilor mici și contribuie la transformarea Europei într-un spațiu mai atractiv pentru crearea de întreprinderi și desfășurarea de activități economice. [5]

UE este preocupată constant de creșterea competitivității IMM-urilor. Astfel, în urma Consiliului de la Lisabona, unul din obiectivele UE îl constituie creșterea competitivității IMM-urilor în cadrul unei economii globale bazate pe cunoaștere. În acest sens, măsurile pe care le vizează activitățile Serviciilor Comisiei și Statelor Membre 2000 sunt focalizate asupra următoarelor zece aspecte [7]:

- Educație și formarea privind antreprenoriatul.
- Proceduri de înființare a IMM-urilor mai rapide și cu costuri mai mici.
- Cadru legislativ îmbunătățit.
- Forță de muncă calificată.
- Îmbunătățirea accesului on-line.
- Îmbunătățirea funcționării Pieței Unice.
- Taxe și aspecte financiare.
- Îmbunătățirea capacității tehnologice a micilor întreprinderi.
- Utilizarea unor modele e-business de succes și dezvoltarea unor servicii de sprijinire a IMM-urilor.

Într-o altă ordine de idei, ținem să menționăm că drept efect al actualei tendințe de globalizare a piețelor are loc o lărgire a oportunităților pentru IMM-urile țărilor în curs de dezvoltare. Experiența Uniunii Europene demonstrează faptul că IMM-urile și microîntreprinderile aduc o importantă contribuție la creșterea PIB-ului, la

creșterea oportunităților de angajare și la stimularea exporturilor. IMM-urile au abilitatea de a răspunde într-o manieră foarte flexibilă provocărilor pieței și de a se adapta rapid schimbărilor ciclice și structurale ale economiei globale. Un sector al IMM-urilor și microîntreprinderilor bine dezvoltat poate astfel potența stabilitatea și creșterea macro-economică.

Procesul de globalizare, apariția în număr tot mai mare a companiilor multinaționale, parteneriatele firmelor naționale cu cele de peste hotare, dar și problemele în plan cultural cu care managerii au contact, creează un mediu de afaceri puternic concurențial, în care IMM-urile sunt confruntate cu o serie întregă de provocări. Din această perspectivă, una dintre consecințele directe și vizibile ale globalizării asupra activității IMM-urilor o reprezintă posibilitatea încheierii și dezvoltării de noi parteneriate strategice.

Și în Republica Moldova IMM-urile au un rol semnificativ în dezvoltarea durabilă a economiei autohtone. IMM-urile constituie o pondere esențială în numărul total al agenților economici, asigură ocuparea forței de muncă și un venit pentru angajați, asigură saturarea pieței de mărfuri, participă la crearea PIB-ului.

Potrivit Legii privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206 din 7.07.2006, în Republica Moldova, în categoria micro-întreprinderilor sunt incluse întreprinderile care au un număr de angajați sub 9 persoane, venituri din vânzări de 3 milioane lei într-un an și o valoare totală a activelor din cadrul bilanțului pe parcursul unui an tot de 3 milioane lei.

Întreprinderile mijlocii sunt considerate acele întreprinderi care dețin cel mult 249 de angajați, venituri din vânzări de sub 25 de milioane de lei și respectiv o valoare totală a activelor din cadrul bilanțului pe parcursul unui an tot de cel mult 25 milioane lei.[1]

În Republica Moldova, potrivit Biroului Național de Statistică, în anul 2014, acestea au reprezentat circa 97,4% din numărul total de întreprinderi din țara noastră și au constituit 52,3 mii întreprinderi. Numărul salariaților care au activat în întreprinderile mici și mijlocii a reprezentat 56,2% din numărul total de salariați ai întreprinderilor sau 291,7 mii persoane. Veniturile din vânzări ale întreprinderilor mici și mijlocii în anul 2014 au însumat 83650,3 mil. lei sau 31,8% din venituri din vânzări în total pe economie. Ponderea IMM-urilor în PIB este de 28,3%. [7]

Prin întreaga lor activitate ca și prin specificul datorat flexibilității de care pot da dovadă, IMM-urile vor avea o importanță deosebită la nivelul unei economii naționale fiind capabile să:

- se adreseze nevoilor consumatorilor, oferindu-le o gamă diversificată de produse și servicii;
- ofere produse și servicii la prețuri mai mici decât firmele mari;
- amortizeze cheltuielile mult mai rapid comparativ cu firmele mari;
- creeze locuri de muncă pentru majoritatea populației;
- contribuie în mod substanțial atât la creșterea economiei, cât și la creșterea nivelului de trai;
- constituie una din sursele fundamentale de venituri ale bugetului statului;
- se implice activ în extinderea concurenței, evitând astfel monopolul;
- prezinte oportunitatea dezvoltării atât profesionale, cât și sociale de care poate beneficia majoritatea populației, cu precădere cea activă și inovatoare.
- fie mai simplu de condus și de supravegheat;
- demonstreze flexibilitate și adaptabilitate ridicată la dinamica pieței.

Conchidem astfel că IMM-urile reprezintă o forță motrice a economiei naționale, iar dezvoltarea lor poate reconfigura economia, atât prin oportunitățile masive de angajare în câmpul muncii, cât și prin competitivitate, abilitatea de a reacționa flexibil și de a se adapta rapid la schimbările economice ciclice și structurale.

În contextul globalizării, IMM-urile autohtone au cu siguranță o multitudine de avantaje. Există însă și anumite provocări, generate de creșterea concurenței, provocări care fac IMM-urile autohtone vulnerabile vis-a-vis de acest fenomen, impunându-se astfel o nevoie continuă de dezvoltare și de creștere a competitivității acestora. Ceea ce am vrea să scoatem în evidență în acest articol este aspectul legat de comunicarea managerială și care ar fi rolul ei în dezvoltarea IMM-urilor din Republica Moldova, în contextul globalizării.

Așa se face, că perioada dificilă și condițiile în care se dezvoltă întreprinderile mici și mijlocii din țara noastră, fac ca managerii aces-

tora să fie concentrați mai mult asupra obținerii profitului imediat, iar preocuparea asupra unor aspecte mai puțin evidente, cum ar fi comunicarea managerială să fie adesea minimă sau chiar să lipsească. Există cauze atât obiective, cât și subiective, care fac ca managerii să treacă cu vederea aspectul comunicării manageriale în întreprinderile mici și mijlocii. Printre cauzele obiective ar fi faptul că IMM-urile din țara noastră se confruntă cu un șir de constrângeri în dezvoltarea lor, iar managerii sunt focusați să identifice soluții pentru a înlătura sau diminua aceste constrângeri.

Deseori, aspectul ce ține de comunicarea managerială în întreprinderile mici și mijlocii este trecut cu vederea din motive subiective. În multe situații, managerii consideră comunicarea managerială un aspect mai puțin important asupra dezvoltării întreprinderilor lor. În alte situații, aceștia înțeleg că comunicarea managerială ar avea un oarecare impact asupra bunei funcționări a întreprinderii, însă nu dispun de timp suficient pentru a face o evaluare a situației curente ce vizează comunicarea managerială în afacerea pe care o conduc și elaborarea unei strategii de comunicare managerială eficientă. În alte situații, managerii nu au o pregătire managerială adecvată și le lipsesc cunoștințele legate de comunicarea managerială sau managementul comunicării eficiente.

Impactul pe care îl poate avea însă comunicarea managerială asupra dezvoltării IMM-urilor din țara noastră, care reprezintă coloana vertebrală a economiei naționale, este în viziunea noastră unul semnificativ, care nu trebuie neglijat, ba dimpotrivă, studiat, analizat și dezvoltat continuu, astfel încât acest proces să fie unul eficient și 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, toți membrii unei întreprinderi, indiferent de poziția ierarhică pe care o dețin, comunică într-o formă sau alta în activitatea pe care o desfășoară.

Comunicarea reprezintă cu siguranță una dintre cele mai importante sarcini pe care un manager poate să o aibă. Un manager, în activitatea sa zilnică comunică atât cu subalternii, cât și cu superiorii săi în cadrul întreprinderii, pe de o parte și cu mediul extern întreprinderii, inclusiv cu clienții, cumpărătorii, furnizorii, mediul financiar pe de altă parte. Iar comunicarea managerială nu rezidă nici pe

departe în simpla capacitate a managerului de a avea bune abilități de comunicare, dar în crearea unui sistem de comunicare managerială, în procesul continuu de îmbunătățire, atât în ceea ce privește comunicarea internă, dar și cea externă. Ceea ce ar trebui să înțeleagă un manager bun este că comunicarea eficientă într-o întreprindere nu este un moft, ci o necesitate categorică, iar o comunicare defectuoasă poate cauza urmări serioase și costisitoare, inclusiv neîndeplinirea sarcinilor de serviciu, demiteri, pagube materiale, compromiteri în raport cu partenerii externi ai întreprinderii și chiar faliment.

În acest context, considerăm că problematica legată de impactul comunicării manageriale asupra dezvoltării IMM-urilor din Republica Moldova este una actuală, în contextul globalizării, încă neexploartată suficient. O cercetare aprofundată în acest domeniu ar permite diagnosticarea situației actuale în ceea ce privește comunicarea managerială în IMM-urile din țara noastră, constatarea unor bariere de comunicare, specifice IMM-urile moldovenești, identificarea de soluții și recomandări pentru îmbunătățirea acestui proces, care are evident multiple beneficii asupra activității întreprinderilor. Efectuând un studiu critic asupra cercetărilor efectuate pînă în prezent observăm că deși noțiunea de comunicare managerială pare una arhicunoscută, modul în care este elucidată respectiva temă poartă un caracter foarte general, iar cercetări ce țin de impactul comunicării manageriale asupra dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii nu au fost identificate. Astfel, problemele care au rămas nestudiate și care nu sunt pe deplin elucidate ce țin de comunicarea managerială în întreprinderile mici și mijlocii, reprezintă o premisă importantă în motivarea personală pentru abordarea temei menționate mai sus într-o viitoare cercetare mai aprofundată.

Ipoteza noastră este că impactul pe care îl poate avea comunicarea managerială asupra dezvoltării IMM-urilor din țara noastră, este unul semnificativ, iar procesul de comunicare managerială în întreprinderi nu trebuie neglijat, ba dimpotrivă, studiat, analizat, astfel încît acest proces să fie unul eficient și să contribuie la dezvoltarea acestora.

Referințe bibliografice

1. Legea privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206 din 7.07.2006. http://lex.justice.md/document_rom.php?id=A1FF626A:DAEE01B1
2. Apostoiaie M.C. Measuring economic globalization – facts and figures. În: The Annals of The "Ștefan cel Mare" University of Suceava. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration, 2011, vol. 11, nr. 2(14), ISSN 2066-575X, p. 99-109, [http://www.seap.usv.ro/annals/arhiva/USVAEPA_VOL.11,NR.2\(14\),2011_fulltext.pdf](http://www.seap.usv.ro/annals/arhiva/USVAEPA_VOL.11,NR.2(14),2011_fulltext.pdf)
3. Popescu I. ș.a. Echilibrul ecologic. Implicații sociale, economice și juridice, vol. II, Chișinău: Academia de Științe a Moldovei, 2007, 404 p.
4. Sârbovan M. Globalizarea economiei mondiale, fenomen al integrării internaționale, În: Anale Seria Informatică, 2004, vol. 2, fasc. 2, p. 99-104, <http://anale-informatica.tibiscus.ro/download/lucrari/2-2-14-sarbovan.pdf> (vizitat la 12 martie 2016).
5. http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/ro/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.2.html
6. <http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=368&>
7. http://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2007-01/76_Barbacioru%20Iuliana%20Carmen.pdf