

UNIVERSITATEA “LUCIAN BLAGA” DIN SIBIU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

Rezumatul tezei de doctorat

**CONTRIBUȚII PRIVIND MANAGEMENTUL
COMUNICĂRII ORGANIZAȚIILOR BURSIERE**

COORDONATOR ȘTIINȚIFIC:

Prof. univ.dr. Dănuț Dumitru DUMITRAȘCU

DOCTORAND:

Elida-Tomița VASIU (căs. TODĂRIȚĂ)

SIBIU
2012

CUPRINS

Introducere	6
PARTEA I. STADIUL ACTUAL AL CERCETĂRILOR ÎN DOMENIUL MANAGEMENTULUI COMUNICĂRII ORGANIZAȚIILOR BURSIERE	18
Capitolul 1. Considerente privind elemente teoretice conceptuale de management al comunicării în cadrul organizațiilor.....	19
1.1. Elemente specifice conceptului de comunicare.....	19
1.2. Aspecte privind comunicarea organizațională.....	21
1.3. Clasificarea formelor de comunicare derulate în organizație.....	24
1.4. Aspecte în ceea ce privește factorii generali ce determină apariția barierelor în comunicare	29
1.5. Metode și tehnici de perfecționare a comunicării organizaționale.....	33
Capitolul 2. Considerente privind managementul comunicării în organizațiile bursiere.....	36
2.1. Evoluția procesului comunicării manageriale în organizații.....	36
2.2. Managementul comunicării organizațiilor bursiere.....	45
Capitolul 3. Concluzii și recomandări privind stadiul actual al cercetărilor în domeniul managementului comunicării în organizațiile bursiere.....	47
PARTEA a II-a. FUNCȚIONAREA ORGANIZAȚIILOR BURSIERE.....	53
Capitolul 4. Bursa, barometrul activității economico-financiare. Aspecte privind evoluția acesteia...	54
4.1. Bursele. Generalități. Clasificare.....	54
4.2. Istoricul, evoluția, specificul și rolul bursei de mărfuri.....	60
4.3. Funcțiile bursei în economie.....	70
4.4. Abordarea sistemică a bursei.....	74
Capitolul 5. Piața de capital din România.....	81
5.1. Privire de ansamblu asupra pieței de capital în România.....	81
5.2. Particularități specifice bursei de valori.....	
5.3. Apariția și dezvoltarea bursei de mărfuri de la Sibiu, SIBEX. Piețele administrate și produsele disponibile.....	89
Capitolul 6. Concluzii și recomandări privind funcționarea organizațiilor bursiere.....	103

PARTEA a III -a. STRATEGII MANAGERIALE ȘI MANAGEMENTUL COMUNICĂRII ÎN CADRUL ORGANIZAȚIEI BURSIERE DE LA SIBIU.....	108
Capitolul 7. Elemente specifice managementului organizațiilor bursiere.....	109
7.1. Elemente de organizare a organizațiilor bursiere.....	109
7.2. Studiu de caz: managementul organizației bursei de valori – Bursa de Valori București (BVB)	116
Capitolul 8. Evoluția managementului în cadrul SIBEX.....	121
8.1. Managementul organizației bursiere SIBEX.....	121
8.2. Etapele în dezvoltarea procesului de management în cadrul SIBEX.....	140
8.3. Concluzii și recomandări privind managementul comunicării organizațiilor bursiere.....	164
Capitolul 9. Definirea strategiei și rolul comunicării în stabilirea raporturilor concurențiale dintre SIBEX și BVB.....	167
9.1. Analiza strategică a mediului concurențial, răspunsul strategic - încercarea de fuziune.....	167
9.2. Strategii de dezvoltare a noilor segmente de piață pentru SIBEX și BVB.....	169
9.3. Concluzii asupra raporturilor concurențiale SIBEX – BVB.....	175
Capitolul 10. Evoluția managementului riscului în cadrul SIBEX.....	179
10.1. Particularități privind identificarea riscurilor în cadrul organizației.....	179
10.2. Componentele și factorii managementului riscului.....	181
10.3. Efectele și eficacitatea managementului riscului.....	183
10.4. Implementarea tehnicilor de management al riscului în cadrul organizației.....	185
10.5. Categoriile de riscuri în comunicarea managerială din cadrul SIBEX.....	187
10.6. Concluzii și recomandări privind managementul riscului.....	195
PARTEA a IV-a. CERCETĂRI SELECTIVE PRIVIND SPECIFICITATEA MANAGEMENTULUI ȘI A COMUNICĂRII LA NIVELUL ORGANIZAȚIEI BURSIERE DE LA SIBIU.....	198
Capitolul 11. Cercetare selectivă privind relația de comunicare dintre brokeri și SIBEX.....	202
11.1. Scopul și obiectivele specifice cercetării privind relația de comunicare dintre brokeri și SIBEX.....	202
11.2. Definirea caracteristicilor demografice.....	204
11.3. Analiza frecvențelor.....	206
11.4. Concluzii și recomandări privind relația de comunicare dintre brokeri și SIBEX.....	214

Capitolul 12. Cercetare selectivă orientată către potențialii clienți SIBEX și identificarea celor mai bune soluții de comunicare.....	216
12.1. Scopul și obiectivele specifice cercetării privind potențialii clienți SIBEX și identificarea celor mai bune soluții de comunicare.....	216
12.2. Definirea caracteristicilor demografice.....	217
12.3. Analiza frecvențelor.....	221
12.3. Concluzii și recomandări privind analiza rezultatelor cercetării orientată către potențialii clienți SIBEX și identificarea celor mai bune soluții de comunicare.....	232
Capitolul 13. Cercetare selectivă privind comunicarea internă în cadrul SIBEX.....	236
13.1. Scopul, obiectivele și metodologia de cercetare privind comunicare internă în SIBEX.....	236
13.2. Definirea caracteristicilor demografice	238
13.3. Analiza frecvențelor	241
Capitolul 14. Sintează a principalelor concluzii, opinii, recomandări și contribuții personale.....	260
14.1. Concluzii și recomandări.....	260
14.2. Contribuții personale.....	267
14.3. Direcții viitoare de cercetare	271
Bibliografie selectivă.....	272
Lista formelor grafice.....	285
Glosar de termeni.....	290
A N E X E.....	295

CUVINTE CHEIE: management, comunicare, organizație bursieră, performanță, SIBEX, BVB

Sistemul bursier trebuie să devină o piață eficientă, dominată de reguli corecte, atractivă și compatibilă cu standardele europene, să devină un factor de influență a tendințelor economice și instituționale și să se constituie într-un mediu de dezvoltare și inițiativă antreprenorială prin oferirea de servicii, mecanisme și norme pentru mobilizarea, atragerea și alocarea eficientă a resurselor financiare, în condiții de transparență și siguranță.

Funcționalitatea și performanțele unei firme, indiferent de contextul național, depind în mare măsură de modul în care managerii reușesc să creeze sisteme de management moderne și flexibile, care integrează în structura lor multitudinea variabilelor intra și extra organizaționale.

Comunicarea reprezintă una dintre activitățile umane pe care fiecare dintre noi o poate recunoaște, însă puțini o pot defini.

Locul comunicării în cadrul organizației are rolul de a crește notorietatea și credibilitatea acesteia în scopul atragerii obiectivelor. În vederea asigurării creșterii și stabilității în cadrul organizației fiecare companie transmite și primește mesaje utilizând mai multe direcții de comunicare. Spre exemplu, comunicarea externă are în vedere atragerea de consumatori/clienti, comunicarea internă vizează angajații (cu scopul de stimulare a lor). În ceea ce privește organizațiile bursiere, unul dintre obiectivele care fac parte din latura comunicațională se referă la consolidarea valorii în bursă și credibilitatea în fața acționarilor. Alegerea unui purtător de cuvânt sau înființarea unor departamente sau birouri specializate de presă sau relații publice, reprezintă o alegere bună în cadrul unei organizații bursiere în vederea menținerii relațiilor cu mass-media, cu intermediarii, cu clienții.

Lucrarea de față își propune *o abordare a comunicării manageriale din perspectiva organizațiilor bursiere*. De asemenea, lucrarea urmărește să *evidențieze necesitatea comunicării în organizație*, indiferent de domeniul de activitate pe care aceasta îl întreprinde.

Demersul tezei pornește de la o serie de obiective generale vizate, printre care se remarcă: stabilirea unei relații între elementele procesului de management al comunicării și rezultatele, mijloacele și obiectivele care stau la baza acestui proces în cadrul organizațiilor bursiere; identificarea organizațiilor bursiere din perspectiva managementului comunicării; urmărirea gradului de realizare a misiunii instituțiilor din domeniul bursier, precum și contextul strategic în care acestea își desfășoară activitatea, elemente care presupun un management strategic eficient, fundamentat pe o strategie internă bine structurată și elaborată, orientată în conformitate cu politicile bursiere asumate la nivel național și internațional; stabilirea modalităților și a gradului de eficientizare a managementului comunicării ca element primordial în întreprinderea tuturor activităților firmei, întrucât realizarea misiunii burselor implică necondiționat aceste aspecte.

Astfel, încercând să conturăm un *fir logic al tezei*, demersul tezei pleacă de la conceptele de management și comunicare, care prin implementarea strategiilor corespunzătoare și prin asumarea și prevenirea riscului organizațional creează un climat organizațional favorabil, ce, în timp îmbunătățește

imaginea organizației, și prin realizarea sinergiei organizației, se ajunge în final la creșterea performanței organizaționale.

Obiectivele specifice ale cercetării în domeniul managementului comunicării în context bursier derivă din cele generale și vizează definirea unor indicatori în ceea ce privește organizațiile bursiere, prin care să se poată analiza eficiența rezultatelor. Acest demers va fi realizat mai întâi prin analizarea modului de funcționare a acestora, procesul de transformare care are loc în cadrul instituțiilor respective, produsele pe care le pun la dispoziția investitorilor și intermediarilor (brokerilor); identificarea axei comunicaționale corespunzătoare organigramei instituției (comparativ cu organigrama instituțională a Bursei de Valori București și cea a Bursei din Tokyo).

Tema propusă spre cercetare, “*Contribuții privind managementul comunicării organizațiilor bursiere*” este direct legată de nevoia și menținerea constantă a relațiilor de comunicare dintre manager/manageri și angajați, dintre departamentele existente, dintre organizație și mediul extern al acesteia, în vederea atingerii și menținerii performanțelor manageriale în cadrul organizațional. O comunicare eficientă, urmată de un management eficient oferă siguranță oricărui domeniu de activitate, premisă de la care pornește demersul de cercetare.

Ideea de bază care a dat startul în alegerea temei a fost lipsa studierii, până în prezent, a organizațiilor bursiere din prisma managementului comunicării, studiile, chiar și cele de doctorat care au fost găsite până în prezent făcând referire doar la partea economică a organizațiilor bursiere.

Tema se încadrează în domeniile prioritare CNCSIS astfel: **Domeniul 9 – Cercetare socio-economică umanistă, Direcția de cercetare 9.1 – Noi metode manageriale, de marketing și dezvoltare antreprenorială pentru competitivitate organizațională, Tematica de cercetare 9.1.1. Managementul bazat pe cunoaștere și Tematica de cercetare 9.1.5. Strategii de stabilire și valorificare a avantajelor competitive ale firmelor.**

Procesul de comunicare managerială la nivel organizațional necesită, în lumea contemporană, o atenție sporită care, la rândul său, necesită o implicare a tuturor membrilor organizației, prin respectarea și aplicarea unor principii fundamentale care stau la baza procesului de comunicare în activitățile pe care le întreprind, atât în interiorul cât și în exteriorul organizației din care fac parte.

Comunicarea organizațională nu poate fi privită în afara managementului, ea reprezentând o componentă majoră, fundamentală a acestuia.

Lipsa comunicării sau gestionarea necorespunzătoare a acestui proces duce la alterarea mai multor componente ale managementului companiei, iar pe de altă parte, lipsa unor abilități și a culturii organizației privitoare la aceste componente invalidează procesul de comunicare.

Barierele care stau în calea comunicării sunt numeroase, diverse și au o complexitate ridicată. Dar, aceste bariere trebuie cunoscute și analizate în funcție de specificul fiecărei situații în parte, dacă se dorește o rezolvare rapidă și cu costuri minime a situațiilor de criză, indiferent de natura acestora.

Teza este *structurată* în patru părți, constituite din 14 capitole. Acestea au fost determinate plecând de la considerentul că, pentru a studia managementul comunicării în organizațiile bursiere, este necesară pentru început identificarea *stadiului cunoașterii* în domeniu (PARTEA I), apoi este necesară evidențierea *funcționării organizațiilor bursiere* precum și evoluția și importanța lor în piața de capital (PARTEA a II-a), în vederea analizării *strategiilor manageriale și a managementului comunicării în cadrul organizației bursiere de la Sibiu – SIBEX* (PARTEA a III-a). PARTEA a IV-a vizează *cercetările selective privind specificitatea managementului și a comunicării la nivelul SIBEX*, care vor veni ca o completare practică a elementelor teoretice specificate în părțile anterioare, urmate apoi de o sinteză generală a principalelor concluzii, opinii, recomandări și contribuții personale în ultimul capitol al acestei părți (Capitolul 14).

Prima parte a acestei teze, “*Stadiul actual al cercetărilor în domeniul managementului comunicării organizațiilor bursiere*” este alcătuită din două capitole și prezintă noțiuni generale caracteristice managementului comunicării organizațiilor în general și al managementului comunicării în cadrul organizațiilor bursiere în particular. Rolul principal al acestei părți, și implicit a capitolelor ce o alcătuiesc, este de a identifica nișa de cercetare în vederea aprofundării unor concepte.

Capitolul 1 „*Considerente privind elemente teoretice conceptuale de management al comunicării în cadrul organizațiilor*” oferă o viziune de ansamblu a managementului comunicării, evidențiind rolul și importanța acestora în dezvoltarea performantă a organizațiilor bursiere. Acest capitol este rezultatul unei incursiuni în literatura de specialitate, atât pe plan național cât și pe plan internațional, privind noțiunile de comunicare în managementul organizațional în vederea identificării unei corespondențe în cadrul organizațiilor bursiere în general și în cadrul Bursei de la Sibiu (*Sibiu Stock Exchange - SIBEX*), în particular. Totodată mai sunt evidențiate și aspecte referitoare la factorii generali ce determină apariția barierelor în comunicare, dar și metodele și tehnicile de perfecționare și îmbunătățire ale comunicării organizaționale.

Capitolul 2 “*Considerente privind managementul comunicării în organizațiile bursiere*” evidențiază evoluția procesului comunicării manageriale în organizații și trăsăturile managementului comunicării organizațiilor bursiere.

În această primă parte a tezei se au în vedere următoarele obiective:

- identificarea comunicării și a procesului de comunicare ca element fundamental în stimularea performanței organizaționale;
- evidențierea elementelor de clasificare a formelor de comunicare cu respondent în Bursa de la Sibiu, ca obiect de studiu al tezei;
- identificarea perspectivelor privind necesitatea managementului comunicării în contextul managementului organizațional eficient;

- determinarea rolului și importanței comunicării și a managementului comunicării în utilizarea componentelor teoretice în activitatea practică din cadrul organizației în general și a organizației bursiere în particular;
- identificarea și determinarea metodelor și tehnicilor de perfecționare și îmbunătățire a managementului comunicării în organizație în general și în organizația bursieră în particular;
- identificarea gradului de importanță a managementului comunicării în organizația bursieră;
- identificarea evoluției procesului comunicării în organizația bursieră;
- determinarea gradului de interes a managerului/managerilor organizației burisere de la Sibiu în ceea ce privește necesitatea și abordarea managementului comunicării;
- evidențierea cercetărilor privind managementul comunicării la nivel organizațional;
- identificarea stadiului actual dar și viitor al procesului de management al comunicării cu aplicabilitate în piețele bursiere, cu rol de dezvoltare, creare și menținere a unei imagini de referință a burselor, și eficientizare a relației manager-angajați, angajați-angajați, instituție-intermediari (brokeri), instituție-clienți direcți, precum și evoluția acestui proces în vederea creșterii eficienței și calității managementului; determinarea unei relații între elementele procesului de management al comunicării și rezultatele, mijloacele și obiectivele care stau la baza acestui proces în cadrul organizațiilor bursiere;

Rolul principal al acestei părți, și implicit a capitolelor ce o alcătuiesc, este de a identifica gradul de cunoaștere științifică și necesitatea studierii aprofundate a acestor concepte.

PARTEA a II-a “*Funcționarea organizațiilor bursiere*” este alcătuită din trei capitole și prezintă noțiuni privind funcționarea organizațiilor bursiere. În această a II-a parte a tezei se au în vedere următoarele obiective:

- identificarea aspectelor generale privind istoricul și evoluția burselor;
- identificarea și determinarea specificității burselor de mărfuri în lume cu respondent în aria burselor de mărfuri din România;
- identificarea axei comunicaționale corespunzătoare organigramei instituției bursiere de la Sibiu, SIBEX;
- determinarea gradului de realizare a misiunii instituțiilor din domeniul bursier, precum și contextul strategic în care acestea își desfășoară activitatea, elemente care presupun un management strategic eficient, fundamentat pe o strategie internă bine structurată și elaborată, orientată în conformitate cu politicile bursiere asumate la nivel național și internațional;
- identificarea și stabilirea gradului de eficientizare a managementului comunicării ca element primordial în întreprinderea tuturor activităților organizațiilor bursiere;
- determinarea strategiilor complexe (fie de acoperire a riscului, fie de arbitraj) ce se pot iniția între instrumentele derivate și tranzacțiile clasice cu acțiuni;

- identificarea managementului implementării procedurilor de lucru, a identificării riscurilor și a modalităților de control intern pentru diferite departamente din cadrul organizației bursiere cu accent pe departamentul de comunicare al acesteia (Departamentul de Relații Publice SIBEX);

Capitolul 4 “*Bursa, barometrul activității economico-financiare. Aspecte privind evoluția acesteia*” tratează generalități legate de burse, clasificarea acestora, istoricul, evoluția, specificul și rolul burselor de mărfuri în lume dar și specificitatea burselor de mărfuri în România, funcțiile bursei în economie și abordarea sistemică a bursei.

Capitolul 5 “*Piața de capital din România*” prezintă o privire de ansamblu asupra pieței de capital din România pornind cu evidențierea unor aspecte specifice bursei de valori, cu exemplificare pe produsele Bursei de Valori București (BVB). Pe de altă parte, se evidențiază apariția și dezvoltarea bursei de la Sibiu, SIBEX, produsele disponibile ale acesteia dar și piețele administrate: piața reglementată a instrumentelor financiare derivate și piața acțiunilor (piața reglementată și sistemul alternativ de tranzacționare) ca dezvoltarea managerială.

Capitolul 6 prezintă *concluziile și recomandările cu privire la funcționarea organizațiilor bursiere.*

PARTEA a III-a “*Strategii manageriale și managementul comunicării în cadrul organizației bursiere de la Sibiu*” este alcătuită din patru capitole și prezintă elementele specifice managementului comunicării bursiere ca rezultat al managementului eficient, evoluția managementului în cadrul SIBEX, dar și strategiile și rolul managementului și al comunicării în stabilirea raporturilor concurențiale cu BVB.

Totodată, se va evidenția evoluția managementului riscului în cadrul SIBEX din perspectiva îmbunătățirii comunicării și a creșterii performanțelor organizației.

În această a III-a parte a tezei se au în vedere următoarele obiective:

- determinarea elementelor specifice ale managementului organizațiilor bursiere;
- determinarea managementului organizației bursiere de valori – Bursa de Valori București (BVB);
- evidențierea evoluției managementului în cadrul SIBEX, identificarea etapelor procesului de management în cadrul SIBEX și evidențierea boom-ului bursier (2006-2010) în cadrul SIBEX;
- identificarea gradului de realizare a misiunii instituțiilor din domeniul bursier, precum și contextul strategic în care acestea își desfășoară activitatea, elemente care presupun un management strategic eficient, fundamentat pe o strategie internă bine structurată și elaborată, orientată în conformitate cu politicile bursiere asumate la nivel național și internațional;
- determinarea rolului managementului în stabilirea raporturilor concurențiale dintre SIBEX și BVB;

- determinarea strategiilor manageriale în vederea stabilirii raporturilor concurențiale dintre SIBEX și Bursa de Valori București;
- evidențierea analizei strategice a mediului concurențial și încercarea de fuziune ca strategie de dezvoltare a unui nou segment de piață;
- identificarea axei comunicaționale corespunzătoare organigramei instituției bursiere SIBEX, identificarea obiectivelor manageriale în cadrul SIBEX și determinarea evoluției managementului riscului.

Capitolul 7 “*Elemente specifice managementului organizațiilor bursiere*” tratează elementele specifice în vederea eficientizării managementului organizațiilor bursiere și managementul organizației Bursei de Valori București (BVB).

Capitolul 8 “*Evoluția managementului în cadrul SIBEX*” abordează managementul SIBEX, etapele procesului de management, până la autorizarea ca operator de piață (1997- 2006), evoluția volumelor de tranzacționare ca efect al managementului eficient (boom-ul bursier), evoluțiile și schimbările manageriale în perioada 2009-2011, concluzii și recomandări privind managementul comunicării organizațiilor bursiere.

Capitolul 9 “*Definirea strategiei și rolul comunicării în stabilirea raporturilor concurențiale dintre SIBEX și BVB*” analizează pe de-o parte strategia mediului concurențial și încercarea de fuziune și pe de altă parte strategiile de dezvoltare a noilor segmente de piață pentru SIBEX și BVB.

Capitolul 10 “*Evoluția managementului riscului în cadrul SIBEX*” din perspectiva îmbunătățirii comunicării și a creșterii performanțelor organizației abordează apariția riscurilor în cadrul organizației, componentele și factorii managementului riscului dar și implementarea tehnicilor de management al riscului în cadrul organizației. Identificarea principalelor riscuri existente la nivelul unei instituții presupune stabilirea acelor categorii de riscuri pe care decidenții le estimează că se pot produce și a evenimentelor care pot fi provocate în cazul materializării acestora. Fără doar și poate este o etapă foarte importantă, întrucât ignorarea unui risc sau neidentificarea lui poate avea consecințe grave pentru organizație, ceea ce duce la neperformanță managerială.

PARTEA a IV-a “*Cercetări selective privind specificitatea managementului și a comunicării la nivelul organizației bursiere de la Sibiu*” cuprinde trei cercetări pe bază de chestionar, fiecare parte vizând câte un aspect legat de elementele managementului comunicării în cadrul organizației bursiere, în cazul de față în cadrul bursei de la Sibiu, Sibiu Stock Exchange. Structurată pe patru capitole, primele trei capitole analizează fiecare câte o cercetare, ultimul capitol prezentând o sinteză generală a principalelor concluzii, opinii, recomandări și contribuții personale.

Capitolul 11 “*Cercetare selectivă privind relația de comunicare dintre brokeri și SIBEX*” evidențiază efectele măsurilor implementate de SIBEX și obținerea reacției brokerilor față de măsurile implementate ca rezultat al unui proces eficient de comunicare.

Capitolul 12 “ *Cercetare selectivă orientată către potențialii clienți SIBEX*” prezintă rezultatele privind opinia clienților sau a potențialilor clienți SIBEX despre produsele care se pot tranzacționa sau despre măsura în care așteptările acestora sunt reflectate de măsurile implementate de bursa în comunicarea online, precum și identificarea celor mai bune soluții de comunicare. Deși atragerea de noi clienți este mai degrabă o activitate care ar trebui întreprinsă de către brokeri și nu de către bursă, SIBEX întreprinde la rândul ei activități menite să atragă noi clienți prin diferite modalități ce se bazează pe tehnicile de comunicare.

Capitolul 13 “ *Cercetare selectivă privind comunicarea internă în cadrul SIBEX*” urmărește identificarea realității din cadrul bursei de la Sibiu privind cunoașterea și utilizarea managementului comunicării în general, și al managementului comunicării interne în particular, la nivelul acestei organizații. Informațiile obținute în cadrul acestei cercetări denotă gradul de conștientizare și de uzitare a tuturor tehnicilor de comunicare. Rolul dar și importanța acestei cercetări se regăsesc în descoperirea deficiențelor care se înregistrează la nivelul organizației și a machetelor/tiparelor comunicaționale care se pliază organizației, pentru a putea oferi soluții viabile în vederea bunei desfășurări a activității. În orice organizație, comunicarea este considerată drept un element important deoarece există o multitudine de informații care trebuie gestionate, iar comunicarea joacă un rol semnificativ în dobândirea performanțelor organizaționale.

Capitolul 14 “*Sinteză generală a principalelor concluzii, opinii, recomandări și contribuții personale*” evidențiază cele mai potrivite și competente concluzii ale întregului demers de cercetare, concluzii personale, recomandări și direcții viitoare de cercetare cu aplicabilitate în managementul comunicării în organizațiile bursiere.

Ca și o primă concluzie, **tema tezei de doctorat abordează un domeniu de actualitate, urmărind să completeze teoria existentă până în prezent și, prin informațiile obținute în urma cercetărilor efectuate, să demonstreze importanța managementului comunicării în cadrul organizațiilor bursiere în general și al managementului comunicării în particular, prin cercetările efectuate în cadrul SIBEX.**

Conform obiectivelor enunțate, lucrarea își propune să identifice: stadiul actual dar și viitor al procesului de management al comunicării, cu aplicabilitate în piețele bursiere, cu rol în dezvoltarea, crearea și menținerea unei imagini de referință a burselor, și eficientizarea relației instituție-client; comportamente manageriale, pe diferite segmente; creșterea eficienței și calității manageriale. La nivelul tezelor de doctorat această temă este puțin întâlnită, cercetările întreprinse axându-se în mod special pe latura economică a domeniului bursier.

Preocuparea autorului pentru studiul comunicării, a managementului comunicării din perspectivă contemporană derivă din nevoia tot mai acerbă de comunicare, în special la nivelul firmei moderne, unde acest proces nu trebuie să lipsească indiferent de vârsta, nivelul social sau educația celor implicați. Una din *concluziile* la care s-a ajuns cercetând acest vast domeniu este că societatea în care trăim poate

fi considerată cu temei o societate comunicațională. Printre cauze se pot enumera: emergența noilor tehnologii de comunicare și informare precum și modificările pe care acestea le produc în interacțiunea socială. Prezentarea studiilor și cercetărilor individuale pun în evidență studiul comunicării manageriale, evoluția și elementele definiției ale acestuia prin intermediul mai multor lucrări.

În acest context, demersul realizării unor materiale omogene și unitare care să reflecte problematica reală a aplicațiilor nu este tocmai ușor de realizat. Deoarece literatura de specialitate nu oferă foarte multe informații în ceea ce privește problematica procesului de comunicare organizațională în cadrul instituțiilor bursiere, se poate spune că *abordarea realizată prin această teză de doctorat reprezintă o noutate*.

În orice instituție, obligația și disponibilitatea către comunicare a fiecărui angajat este foarte importantă, vizând atingerea unor cote maxime. Astfel, se poate ajunge la desfășurarea unei activități în cele mai bune condiții. Într-o organizație, trebuie să existe cât mai multe canale de comunicare specifice fiecărui departament. O organizație este, de obicei, ramificată pe diverse departamente, iar fluxul comunicațional trebuie să se întâlnească la un moment dat. Acest punct de întâlnire se găsește de cele mai multe ori în cadrul departamentului de comunicare, care este în același timp și colector dar și distribuitor în procesul de comunicare.

Comunicarea este și va rămâne un element important și indispensabil pentru omenire, pentru stabilirea relațiilor inter-umane și pentru eficientizarea lucrului în echipă în cadrul organizațiilor. Așadar, ceea ce se urmărește este ca, prin promovarea și implementarea unui management al comunicării eficiente să se sporească abilitățile manageriale, eficiența procesului de management și implicit performanțele organizațiilor bursiere, condiție esențială a alinierii la standardele occidentale în domeniu.

Dintre **concluziile** cele mai importante și relevante ale acestui demers de cercetare pot fi exemplificate:

- la nivelul tezelor de doctorat această temă este puțin întâlnită, cercetările întreprinse axându-se în mod special pe latura economică a domeniului bursier;
- literatura de specialitate, nu oferă foarte multe informații în ceea ce privește problematica procesului de comunicare organizațională în cadrul instituțiilor bursiere, ceea ce se poate spune că reprezintă o noutate pentru teza de doctorat;
- analizând managementul comunicării pe baza informațiilor identificate din surse secundare s-a demonstrat faptul că acesta trebuie considerat elementul fundamental în ceea ce privește stimularea performanțelor organizației;
- toate tipurile de organizații au nevoi de comunicare, ceea ce implică și îmbunătățirea eficacității comunicării cu conotații spre performanțe organizaționale;

- ceea ce ține de comunicarea internă este în principal o chestiune specifică fiecărei firme în parte, în funcție de domeniul de activitate, de mărime, de tipul de management, de cultura organizațională, de contextul general economico-social;
- rolul comunicării într-o organizație, conform studiilor întreprinse de către specialiști arată faptul că și capacitatea managerului de a fi un bun comunicator ocupă un rol deosebit de important în întregirea procesului comunicațional;
- comunicarea a căpătat o mare importanță în era contemporană și acest lucru nu se va schimba;
- există o serie de lucrări de specialitate care arată faptul că procesul de comunicare este din ce în ce mai mult studiat, atât din punctul de vedere al aplicării acestuia la nivel organizațional, cât și din punctul de vedere al evoluției, gestionării, performanțelor și contribuțiilor pe care le are în activitățile organizației;
- tehnica comunicării stă la baza fiecărei activități comerciale și deci a fiecărei activități umane;
- majoritatea specialiștilor în domeniul științei manageriale au catalogat comunicarea managerială drept o componentă ce nu poate lipsi din cadrul procesului managerial;
- comunicarea se clasează pe una dintre treptele cele mai înalte și reprezintă un constituent major și fundamental;
- datorită evoluției tehnologice, economice și nu numai, transformarea managementului a favorizat nașterea mai multor forme specifice pe care comunicarea managerială le-a adoptat în vederea progresului său. Astfel, comunicarea managerială se transformă și își ocupă un loc central în organizație în special în întreaga activitate managerială și nu numai;
- comunicarea a devenit o funcție importantă care este asociată funcțiilor managementului;
- obiectivul privind *stadiul actual dar și viitor al procesului de management al comunicării, cu aplicabilitate în piețele bursiere*, a fost atins având un rol în crearea și consolidarea relației instituție-clienți prin menținerea unei imagini de referință a burselor;
- în decursul existenței sale, SIBEX, la fel ca orice instituție, și-a creat un sistem de management propriu;
- comunicarea eficientă este vitală în orice instituție modernă, iar ridicarea la standardele internaționale este de asemenea o condiție esențială în ceea ce privește menținerea pe piață a instituției;
- orice instituție trebuie să înțeleagă cum să răspundă nevoilor clienților și cum să transmită într-un mod cât mai adecvat informații și beneficii;
- în urma analizelor în domeniu, s-a constatat că studierea sistemului bursier actual este importantă datorită dezvoltării accentuate a acestui vast domeniu economic atât în țara noastră, dar mai ales peste hotare;

- obiectivul privind *identificarea potențialelor riscuri care pot apărea* în cadrul derulării unei activități instituționale în general și în cadrul Bursei de la Sibiu, în principal a fost rezolvat prin identificarea importanței riscului, principalele categorii de riscuri și caracteristicile lor prin gestionarea și propunerea unor soluții viabile pentru ieșirea din această situație. Riscul este asumat ca practică comună de afaceri.

Ca și contribuții personale realizate în cadrul prezentei teze se pot enumera:

- contribuția principală a autoarei este abordarea nouă a organizațiilor de tip bursier din perspectiva managementului comunicării, această abordare nemaifiind tratată până în prezent;
- încercarea de asociere a noțiunilor de management cu elemente de comunicare în cadrul organizațiilor bursiere dar și a noțiunilor de management al riscului și găsirea de soluții viabile în cadrul SIBEX;
- Propunerea mai multor scheme reprezentative sau arbori ai problemelor identificați în urma analizelor întreprinse;
- Trei cercetări originale distincte dar care au un numitor comun (SIBEX – Sibiu Stock Exchange) a căror scopuri a fost determinarea relației de comunicare externă dar și internă în cadrul organizației bursiere de la Sibiu, dar și tehnicile folosite de către această instituție în vederea menținerii și îmbunătățirii relațiilor cu mediul extern și chiar promovarea sa folosind diverse metode și tehnici (PARTEA a IV-a).

La finalul acestui demers de cercetare pot fi emise o serie de recomandări atât managerilor, instituțiilor bursiere, cât și bursei de la Sibiu în vederea creării contextului necesar creșterii și dezvoltării performante a activității prin intermediul managementului comunicării, cu efecte pozitive în mediul economic. Cele mai semnificative recomandări sunt:

- conștientizarea managerilor cu privire la necesitatea și utilizarea tehnicilor managementului comunicării;
- un mai mare interes exercitat de către manageri în ceea ce privește promovarea tehnicilor de comunicare;
- ridicarea nivelului de educare atât al managerilor cât și al angajaților în ceea ce privește utilitatea managementului comunicării pentru creșterea performanțelor a organizației;
- realizarea de parteneriate între SIBEX și mediul academic (universități) prin realizarea de parteneriate care să vizeze: instruire periodice, efectuarea unor activități comune, implementarea unor proiecte;
- realizarea unor analize pertinente ale mediului în vederea elaborării strategiilor și politicilor de schimbare pe termen lung, nu doar ca urmare a unor necesități urgente;
- necesitatea revizuirii periodice a strategiilor și obiectivelor pe termen lung pentru a putea beneficia de diferitele oportunități din mediu;

- realizarea unor cursuri pentru managerii români, cât și a unor programe pe calculator specifice, cu simulări ale modului de acțiune al mediului de afaceri asupra activității IMM – urilor.

Rezultatele obținute în urma cercetării prezentate în actuala teză de doctorat dau naștere la noi orizonturi de cercetare în domeniu, prioritare pentru viitor fiind conceperea unui model experimental de Ghid de Implementare a Managementului Comunicării în organizațiile bursiere și implementarea propriu-zisă a ghidului în cadrul SIBEX.

* * *