CZU: 339.137.2:005.32/.33:334 https://doi.org/10.59295/mpdnwe2024.31

SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE CENTERED ON DEDICATION AND PEOPLE POWER

RAEVSKAIA Irina
Moldova State University, Chisinau, Republic of Moldova
irinaraevskaia@gmail.com
ORCID iD: 0000-0002-7749-1237

Purpose of the article: Human capital has an essential role in measuring the performance of organizations. The creation of a sustainable competitive advantage based on human resources contributes to: talent and skills, organizational culture, effective collaboration, motivation and involvement and inspired Leadership.

Methodology: The methodological approach consists in the study and analysis of specialized literature, in the analysis of statistical data and practical examples.

Conclusions: Ensuring sustainable competitive advantage is a must for any organization. Competitive advantage that can only be achieved by generating synergy between all the factors involved in the organizational process, in which a priority role belongs to human resources.

Originality: Human capital, skills, attitudes, experience, knowledge, creativity, contribute decisively to ensuring the competitiveness and sustainability of any type of organization.

Keywords: human capital, human resources, competitive advantage, organizational performance.

AVANTAJ COMPETITIV SUSTENABIL, CENTRAT PE DEDICAREA ȘI PUTEREA OAMENILOR

Introducere

În condițiile creșterii continue a competiției în toate domeniile de activitate economică, managerii tot mai mult conștientizează necesitatea valorificării optime a resursei umane ca factor de bază al avantajului competitiv pentru orice organizație. Reieșind din complexitatea formațiunii umane, dar și a însuși proceselor de management aflate sub influența unei multitudini de forțe interne și sub presiunea mediului extern extrem de flexibil, identificarea și aplicarea eficace a instrumentelor de influență asupra oamenilor, astfel încât aceștia să se asocieze cu valorile și misiunea întreprinderii, este o sarcină deosebit de dificilă. Instrumentele motivaționale, inclusiv sistemul de management al performanței, climatul comunicării manageriale, conținutul procesului decizional, cultura corporativă reprezintă doar câteva din elementele constructive indisolubile ale unei strategii eficace a angajamentului asumat. Și dacă elaborarea și implementarea unei astfel de strategii necesită o abordare comprehensivă a tuturor aspectelor implicate și o prestație managerială consistentă, efectele se vor regăsi în sporirea potențialului competitiv al întreprinderii și, respectiv, în sustenabilitatea afacerilor.

Material și metodă

Metodologia de cercetare cuprinde mai multe metode: studiul bibliografic și istoriografic asupra conceptului „avantajul competitiv”, sinteza teoriilor privind avantajul competitiv, sondajul de opinie prin aplicarea chestionarilor, evaluarea indicatorilor ce caracterizează avantajul competitiv al întreprinderilor, comparația, sinteza unor lucrări și publicații care au servit drept surse informaționale specifice temei cercetate, generalizarea, deducția, etc.

Rezultate și discuții

În știința economică, **competitivitatea** înseamnă, modul în care mediul economic își administrează totalitatea competențelor pentru atingerea prosperității, generând proporțional, mai multă bunăstare decât competitorii. [3, p.1] Sistemul dacă este competitiv structurează componentele de bază pe sisteme de producție care urmează să genereze avantaje competitive și să structurele resurse specifice capabile, la rândul lor, să genereze competente distinctive. *"Ca urmare, avantajele și competențele distinctive ale actorilor economici vor constitui factori decisivi pentru succesul competitiv al întreprinderii, indiferent de dimensiunile acestuia"* (BellChip, R., 2009, p.9) [4]

Competitivitatea este definită și reprezentată ca "*capacitatea unui sistem – rezultate superioare în confruntarea pe plan internațional sau intern cu sisteme similare*" (Dicționar de conducere și organizare, 1985, p.156)

Principali factori ce influențează competitivitatea sunt:

- ✓ motivația individuală a angajaților și climatul social în cadrul întreprinderii;
- ✓ rentabilitatea investițiilor;
- ✓ nivelul productivității muncii;
- ✓ costurile tuturor activităților din cadrul întreprinderii;
- ✓ nivelul calității serviciilor prestate clienților;
- ✓ experiența și competența în domeniul de activitate;
- ✓ flexibilitatea întreprinderii;
- ✓ poziția ocupată de întrepindere pe piațăși cota de piață acestuia.

M. Porter a fost primul care a utilizat pentru prima dată termenul de avantaj competitiv în anul 1985. [5, p.21].

Powell observă că supunere avantajului competitiv predomină teoriile de performanță organizațională. Reieșind din teoriile strategice de conducere, prezența unei performanțe superioare, are cauze specifice, și aceste sunt corelate cu conceptul de avantaj competitiv. [6, p. 876].

În conformitate cu abordarea ce se bazează pe resursele întreprinderii, resursele pot fi o sursă principală de avantaj competitiv cu condiția dacă sunt specializate, adecvate, valoroase, rare, imposibile de repetat și nu au existenți echivalenți strategici (vezi Figura 1). [1, p. 33].

Avantajul competitiv sustenabil se referă la capacitatea unei companii de a obține și de a menține un avantaj față de concurenți prin experiența și strategiile sale durabile. Acest avantaj este construit pe fundamente care oferă rezultate economice pe termen scurt, și contribuie la conservarea resurselor, protecția mediului și responsabilitatea socială.

Savanții științei manageriale evidențiază două surse din care poate fi asigurat avantajul competitiv sustenabil: prezența unor resurse variate și experiența superioară. Pentru a provoca și a determina avantajul competitiv sustenabil resursele trebuie să fie caracterizate prin patru caracteristici: *să fie rare și valoare, imposibile de imitat și imposibile de substituit*. După ce resursele pot fi divizate în *materiale, financiare, umane, informaționale, organizaționale, legale, relaționale.*

Combinarea acestor resurse și a experienței, oferă posibilitatea organizației de a obține avantajul competitiv ce îi permite să descurce în fața modificărilor factorilor mediului de afaceri.

Michael Porter afirmă că avantajul competitiv se dezvoltă, în mod fundamental, din posibilitatea unei întreprinderi de a crea pentru clienți o valoare superioară a costului în producerea acestei valori" (Porter M., 1992).

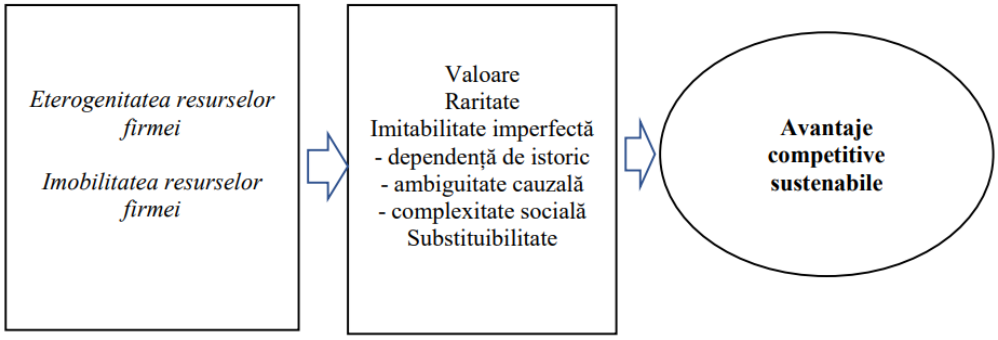


Figura 1. Atingerea avantajului competitiv sustenabil după modelul lui Barney.
Sursa: [2, pp. 99–120]

După părerea lui *Simpson, M și Taylor, N.*, avantajul competitiv este stabilit ca fiind o posibilitate a organizației de a se evidenția de la alți concurenți. Plus la asta, avantajul competitiv este, și un fundament esențial pentru proiectarea strategiilor de afaceri în scopul atingerii creșterii durabile [7, p. 156].

Barney și Histerly menționează că firmele care doresc să obțină avantaj competitiv este necesar să se creeze valori economice pentru clienții săi. [2, p. 101].

Avantajul competitiv se formează atunci când entitatea economică are capacități să ofere beneficii ca și la concurenți. În crearea avantajului competitiv apar următoarele elemente: (vezi Figura 2)

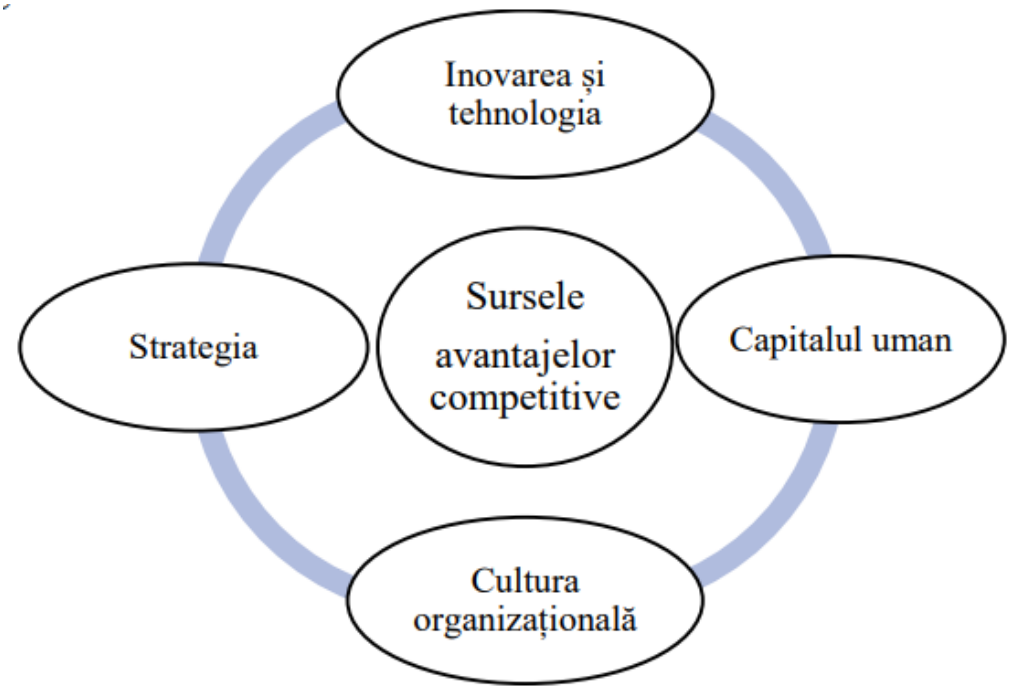


Figura 2. Sursele creării avantajelor competitive
Sursa: [8]

Din figura de mai sus petem observa că întreprinderile beneficiază de mai multe surse de crearea a avantajelor competitive, cea mai sustenabilă sursă de obținere a avantajului competitiv este ***capitalul uman*** care este rezultatul dezvoltării potențialului uman deosebit de ceilalți în cadrul întreprinderii, formarea resurselor umane competente, cu finalități deosebite care ajută în final compania să reziste în fața concurenților ei. Capitalul uman care reprezintă acel stoc de cunoștințe, de valori, de aptitudini, de

deprinderi care contribuie la atingerea performanței organizaționale, este dezvoltat și cu ajutorului capitalului inovațional adică posibilităților angajaților de a crea ceva nou, de a face față provocărilor, de a genera idei și soluții inovatoare în scopul depășirii crizelor și problemelor ale organizației. [9]

Avantaj competitiv sustenabil, centrat pe dedicarea și puterea oamenilor, reprezintă un model de afacere în care succesul nu se bazează doar pe resurse materiale sau tehnologice, ci și pe capacitatea echipelor de a se angaja profund în misiunea organizației și de a colabora eficient pentru atingerea scopurilor comune. Într-o eră în care sustenabilitatea devine o prioritate globală, modelele de afaceri care pun în centrul lor angajații, valorile umane și colaborarea pot crea avantaje competitive semnificative pe termen lung.

8. Angajamentul față de un scop comun

- **Dedicarea** angajaților este esențială pentru construirea unui avantaj competitiv durabil. Dacă angajații și liderii sunt dedicați viziunii și valorilor organizației, aceștia sunt dispuși să depășească obstacolele, să găsească soluții inovative și să contribuie cu idei care pot transforma firma într-un lider pe piață.
- **Scopul comun** al unei organizații sustenabile, care include profitul și responsabilitatea față de mediu și comunitate, creează un sens mai profund de apartenență și motivație pentru angajați. Angajații care cred în misiunea unei companii sunt mult mai predispuși să rămână loiali, să muncească cu pasiune și să contribuie activ la succesul acesteia.

2. Puterea colectivă

- **Puterea angajaților** este cheia succesului durabil, mai ales într-un context de schimbare rapidă și complexitate globală. Organizațiile care încurajează colaborarea între angajați, echipe și departamente, dar și între diferite părți interesate, precum clienți, furnizori, comunități, pot crea un sistem mai flexibil și mai inovativ.
- Fiind în mediu sustenabil, fiecare membru joacă un rol activ în definirea și implementarea strategiilor. Puterea colectivă provine din diversitatea de perspective și abilități, și poate duce la soluții creative care reduc impactul asupra mediului, cresc performanța financiară și sporesc eficiența operațională.

9. Cultura organizațională orientată pe sustenabilitate

- Organizațiile care dezvoltă și crează o **cultură a dedicării și responsabilității** față de mediul înconjurător și față de comunitățile lor pot deveni mai atractive pentru angajați și clienți conștienți de impactul social și ecologic al alegerilor lor. O cultură organizațională puternică, bazată pe valori comune și pe angajamentul față de sustenabilitate, contribuie la **retenția talentelor**, un alt avantaj competitiv semnificativ al organizației.
- Angajații dedicați vor fi mai productivi și vor contribui la creșterea avantajului competitiv al companiei pe piață. O organizație care promovează etica și sustenabilitatea este un exemplu și atrage mai mulți parteneri de afaceri, investitori interesați

10. Inovație

- **Puterea angajaților** înseamnă și capacitatea de a inova mereu. Oamenii dedicați căută mereu modalități de a îmbunătăți produsele și procesele, de a reduce deșeurile, de a eficientiza utilizarea resurselor și de a dezvolta soluții tehnologice care contribuie la un viitor sustenabil.
- R**ezilienţa organizațională** este esențială. Dedicarea și puterea echipelor pot ajuta organizațiile să se adapteze la modificările pieții. Întreprinderile punând accent pe dezvoltarea durabilă și adaptarea la orice schimbare pot face față mai bine crizelor economice și crizelor de mediu.

11. Crearea de valoare pe termen lung

- Un avantaj competitiv sustenabil este despre **crearea unei valori pe termen lung**. Investițiile în angajați, în educație și în formare continuă a acestora contribuie la dezvoltarea unei organizații capabile să răspundă rapid la provocările pieței.

- O companie care se bazează pe dedicarea angajaților săi pentru a implementa soluții inovatoare și sustenabile va deveni mai atractivă pentru investitori, parteneri și consumatori pe termen lung.

12. Impact pozitiv asupra comunității și reputație

- Afacerile care investesc în dezvoltarea **dedicației și puterii oamenilor** pot crea o relație autentică cu comunitățile lor. Atragerea de talente din diverse domenii, colaborarea cu organizații locale și participarea la inițiative de sustenabilitate îmbunătățesc imaginea firmei.
- **Reputația** poate crea un cerc virtuos, în care succesul se auto-susține prin loialitatea angajaților, a clienților și a partenerilor.

13. Leadership sustenabil și puterea viziunii comune

- În cadrul unei organizații care pune accent pe sustenabilitate trebuie să fie un **lider inspirator** care să ghideze echipa spre un scop mai mare decât simpla obținere a profitului. **Liderii dedicați** pun accent pe construirea unei culturi sustenabile, care încurajează inovația, colaborarea și transparența.
- **Viziunea comună** a unei echipe se aliniază în jurul unui scop sustenabil, poate deveni un factor diferențiator semnificativ pe piață. Dacă firma investește în dezvoltarea unui leadership care susține această viziune poate atrage și angajați motivați, și clienți și parteneri care împărtășesc asemenea valori.

Dedicația și puterea oamenilor sunt interconectate și esențiale pentru buna funcționare a unei afaceri. Oameni dedicați care își exercită puterea cu responsabilitate pot genera un impact pozitiv, contribuind la dezvoltarea și succesul pe termen lung al organizației. Prin promovarea unui mediu de lucru care încurajează atât dedicația, cât și utilizarea eficientă a puterii, organizațiile pot să își atingă obiectivele și să își îmbunătățească performanța globală.

Avantajul competitiv sustenabil, centrat pe dedicarea și puterea oamenilor, se construiește prin crearea unui mediu de lucru pozitiv, investiții în formare și dezvoltare, promovarea inovației și gestionarea eficientă a relațiilor cu clienții. Aceste elemente contribuie la stabilitatea și succesul durabil al unei organizații: [10]

1. *Cultura organizațională:* care pune ca valoarea angajamentul, inovația, colaborarea angajaților poate spori o implicare mai mare a angajaților.
2. *Dezvoltarea talentelor:* orice investiția în formarea și dezvoltarea profesională și personală a angajaților îmbunătățește abilitățile acestora și creează loialitate față de companie. Programele de formare continuă și oportunitățile de avansare sunt cruciale.
3. *Inovație și creativitate*: Promovarea unei mentalități inovatoare și capacitatea de a se adapta rapid la schimbările pieței sunt cruciale. Angajații dacă sunt încurajați să-și exprime ideile și să colaboreze pot dezvolta soluții unice și eficiente pentru organizație.
4. *Diversitate și incluziune*: O forță de muncă diversificată aduce perspective variate și soluții inovatoare. Promovarea unui mediu incluziv ajută la atragerea și păstrarea diverselor talente, ce oferă un avantaj competitiv.
5. *Sustenabilitate*: Oamenii dedicați activității găsesc soluții creative pentru a combina practici sustenabile cu procesele de afaceri, ce poate îmbunătăți imaginea companiei și crește eficiența operațională.
6. *Leadership inspirator*: Liderii care încurajează și susțin echipele, promovează o viziune clară și formează un mediu de lucru sănătos pozitiv vor influența direct pozitiv angajamentul și performanța angajaților.
7. *Managementul relațiilor cu clienții*: Dezvoltarea relațiilor solide cu clienții este esențial. Angajații care manifestă dedicare față de clienți pot transforma activitatea într-o experiență pozitivă, ce contribuie la fidelizarea clienților.

8. *Responsabilitate socială:* Întreprinderile care își asumă responsabilitatea socială și sunt implicate în comunitate câștigă respectul și loialitatea clienților și angajaților.
9. *Feedback și comunicare:* Ffeedback-ul este valoros și stimulează o relație sănătoasă între angajați și conducere. Comunicarea deschisă contribuie la rezolvarea problemelor și la îmbunătățirea continuă a activităților.

Îmbinare a acestor elemente poate dezvolta într-o organizație un avantaj competitiv sustenabil care să fie centrat pe dedicarea și puterea oamenilor, contribuind astfel la creșterea performanței și la stabilitate pe termen lung.

Concluzii

Analiza economică a impus în ultima perioadă un nou indicator de eficiență al unei companii: avantajul competitiv.

Avantajul competitiv arată în ce masură respectivă companie face profit fie prin costuri de operare mici, fie prin calitate, fie prin capacitatea de a livra produsele rapid și la timp, fie prin adaptabilitatea la schimbarile din cererea pieței.

Acest parametru se poate transforma în "avantaj competitiv sustenabil", atunci când aceste performațe asigură companiei o poziție de frunte în domeniul respectiv, poziție care poate fi menținuta pe termen lung.

Avantajul competitiv este o resursă disponibilă oricărei întreprinderii cu ajutorul căreia este posibil de diversificat, dezvoltat și de redus linia de producție sau serviciile oferite.

Avantajul competitiv ca concept se bazează pe mulți ani de studiere și rar cine îl folosesc și îl implementează în practică. De regulă doar companii mari înțeleg nu numai utilitatea, dar și beneficiile acestuia. Majoritatea companiilor se bazează pe avantajul competititv prin cost, dar acest concept este depășit și poate la momentul dat, cel mai pronunțat avantaj îl pot distinge firmele care inovează, mai ales, într-o societate modernă unde se cere tot timpul ceva mai nou.

Referințe

1. Amit, R.; Schoemaker, P. Strategic assets and organizational rents. In: Strategic Management Journal, Vol. 14 No. 1, 1993, pp. 33–46
2. Barney, J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. In: Journal of Management, Vol. 17 No. 1, 2001, pp. 99–120.
3. Ciocănel Bogdan, http://www.topbusiness.ro/romania/news/article 4 Management Forum (1994) , citat de Spătaru M., "Factorii competitivitătii naţionale", Uni-versitatea Petrol-Gaze, Ploieşti, format pdf, p.1
4. Laura Mariana Cismaș, Laura-Melinda Stan. Avantaj competitiv si performanta în contextul responsabilizarii sociale a companiilor. Romanian Journal of Economic Forecasting 13(35):149-174 March 2010
5. Porter, M. Competitive advantage. Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.
6. Powell, T. C. Competitive advantage: logical and philosophical considerations. In: Strategic Management Journal, Vol. 22 No. 9, 2001, pp. 875–888.
7. Simpson, M.; Taylor, N.; Barker, K. Environmental responsibility in SMEs: does it deliver competitive advantage?. In: Business strategy and the environment, 13(3), 2004, pp. 156-171.
8. Wang, W.-C. Types of competitive advantajes and analysis. In: International Journal of Business and Management, vol.6, nr. 5, may 2011.
9. SUSLENCO Alina, COMPETITIVITATEA PRIN INOVARE- UN PILON ÎN ATINGEREA SUSTENABILITĂȚII. INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE "30 YEARS OF ECONOMIC REFORMS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: ECONOMIC PROGRESS VIA INNOVATION AND COMPETITIVENESS", September 24-25, 2021, Chisinau, Republic of Moldova, p. 295 https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/1973/SUSLENCO%20Alina_Conf_September%2024th-25th_%202021_Vol_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
10. https://ru.scribd.com/document/379704173/Competitivitatea-si-avantajul-competitiv-docx