ANGAJAMENTUL ASUMAT CA FACTOR AL OBȚINERII AVANTAJULUI COMPETITIV PRIN OAMENI

COMMITMENT ASSUMED AS A FACTOR OF ACHIEVING COMPETITIVE ADVANTAGE THROUGH PEOPLE

CZU: 005.32:331.101.3 **https://doi.org/10.59295/spd2024j.101**

Irina RAEVSKAIA,
ORCID: 0000-0002-7749-1237
e-mail: irinaraevskaia@gmail.com
Universitatea de Stat din Moldova

Rezumat: *Prezentul articol reprezintă o sinteză a principalelor abordări teoretice despre angajamentul asumat al personalului. Pentru atingerea scopului propus, s-au folosit următoarele metode de cercetare sinteza abordărilor conceptuale ale angajamentului asumat, comparația, generalizarea, deducția. Cercetarea a rezultat în formularea unor concluzii cu privirea la esența si semnificația angajamentului asumat pentru sporirea performanței organizațiilor.*

Cuvinte-cheie: *angajamentul asumat, angajați, factori motivaționali, organizație, recompense.*

Summary. *This article is a synthesis of the main theoretical approaches to employee commitment. To achieve the proposed goal, the following research methods were used: the synthesis of conceptual approaches to the assumed commitment, comparison, generalization, deduction. The research resulted in the formulation of some conclusions regarding the essence and significance of the assumed commitment to increase the performance the organizations.*

Keywords: *commitment, employees, motivational factors, organization, rewards.*

INTRODUCERE

Angajamentul asumat prezintă un subiect de mare interes în domeniile psihologiei organizaționale, managementului resurselor umane și sociologiei, datorită impactului său semnificativ asupra performanței organizaționale și bunăstării angajaților. Conceptul de angajament asumat se referă la nivelul de implicare și atașament al unei persoane față de o anumită activitate, organizație sau relație. Cercetările realizate asupra angajamentului asumat sunt vitale atât pentru înțelegerea comportamentului organizațional cât și pentru dezvoltarea practicilor de management care tind să îmbunătățească satisfacția angajaților și performanța organizațională în ansamblu.

MATERIALE ȘI METODE

În vederea realizării prezentei lucrări au fost utilizate următoarele metode: studierea și sistematizarea teoriilor privind conceptul „angajamentul asumat”, comparația,

sinteza unor lucrări în domeniului cercetat, generalizarea, deducția, concluzii. Cercetarea sa realizat în baza altor publicaţii care au servit drept surse informaționale specifice temei cercetate.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Angajamentul asumat al angajaților este un concept complex și important în domeniul managementului și managementului al resurselor umane, care în contextul studiilor academice și de cercetare a fost explorat și dezvoltat de-a lungul timpului de către mai mulți savanți din diferite domenii, inclusiv psihologie, management și științe sociale.

Edwin A. Locke și Gary P. Latham: Teoria stabilirii obiectivelor a lui Locke & Latham este una dintre cele mai eficiente teorii motivaționale. Locke și Latham au subliniat importanța stabilirii unor obiective specifice și provocatoare pentru a crește angajamentul și performanța angajaților, bazându-se pe cercetările practice efectuate pe parcursul a aproape patru decenii. Ei consideră că angajamentul crește atunci când angajații sunt implicați în stabilirea obiectivelor și au o înțelegere clară a modului în care contribuie la acestea. În timp ce teoria stabilirii obiectivelor este în general analizată și prezentată la nivel individual, principiile teoriei sunt considerate relevante și la nivel organizational [4, pag. 705-717].

Frederick Herzberg: Herzberg a contribuit la teoria motivației și satisfacției la locul de muncă, identificând factorii motivaționali *(conţinutul muncii, avansare, recunoaştere, responsabilitate, dezvoltare personală, promovarea)* și factorii de igienă (*strategia şi conducerea companiei, condiţiile de muncă, salariul şi avantajele, relaţiile cu şeful, relaţiile cu colegii, supravegherea şi statusul*). Teoria motivației a lui Frederick Herzberg ajută la descoperirea circumstanțelor în care un angajat se simte mulțumit sau nemulțumit de munca sa. Teoria ajută managerilor să aleagă o politică de companie adecvată, pentru a-i încuraja pe angajați să se dezvolte profesional. Principalul lucru este de a găsi o abordare pentru fiecare individ în parte potrivit teorie pentru a stimula angajamentul și satisfacția la locul de muncă [3, pag. 209].

William A. Kahn și Teoria Angajamentului în roluri: Kahn a introdus conceptul de „angajament în roluri” în care sublinia importanța pe care o are sentimentul de identitate și de împlinire a rolului în cadrul organizației pentru angajamentul angajaților. Angajații sunt mai angajați atunci când se simt valorizați și recunoscuți pentru contribuțiile lor în cadrul organizației.

În același sens, Kahn a afirmat că siguranța psihologică este o condiție necesară pentru ca oamenii să se simtă conectați și implicati în rolurile lor la locul de muncă. El a definit siguranta psihologică ca „sentimentul de a fi capabil să-ți arăți și să-ți utilizezi sinele fără teama de consecințe negative asupra imaginii de sine, statutului sau carierei” [7, pag. 204-207]. Ca rezultat siguranța psihologică facilitează contribuția activă a ideilor și acțiunilor în cadrul unei organizații sau echipe, iar aceasta ca urmare poate să se dezvolte și să prospere pe urma lor [2].

Daniel Pink: În lucrarea sa „Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us", Pink explorează conceptul de motivație intrinsecă în creșterea angajamentului. Pink argumentează că sistemul tradițional de recompense și pedepse (*pe care el îl numește „Motivația 2.0")* nu mai este eficient în contextul actual. În schimb, el propune un nou model, *„Motivația 3.0",* care se concentrează pe *autonomie, măiestrie și scop*. Pink detaliază cum *autonomia* – libertatea de a alege ce, cum și când să lucrăm – sporește performanța și satisfacția. *Măiestria*, sau dorința de a îmbunătăți într-o anumită disciplină, este un alt motor puternic al acțiunii umane. Ultimul element, *scopul*, subliniază nevoia de a avea munca conectată la un scop mai mare, transcendând interesele personale pentru binele comun. El argumentează că angajații devin mai implicați atunci când au oportunitatea de a-și gestiona propriile activități și de a contribui la un scop mai mare [6].

Teoria schimbului social lui Peter Blau: Peter M. Blau a dezvoltat Teoria schimbului social, unde a evidențiat relațiile reciproce dintre angajați și organizație. Angajații investesc în organizație prin munca lor intelectuală și fizică și așteaptă o recompensă echitabilă sub formă de beneficii, recunoaștere și oportunități de dezvoltare. Rezultat al acestui schimb social pozitiv între angajați și organizație, după Peter Blau, este angajamentul asumat [3, pag. 209].

Teoria angajamentului organizațional (Meyer și Allen): Meyer şi Allen au considerat că definiţiile angajamentului organizațional de până la acel moment reflectau ori un ataşament afectiv, ori o temă a unor costuri pe care le-ar avea de plătit angajaţii, ori o temă a unor obligaţii ale angajaţilor faţă de firmă și le-au ataşat denumirile de *angajament afectiv, angajament de continuitate şi angajament normativ* [5, pag. 538-551].

Una dintre cele mai influente teorii în domeniu descrie trei componente esențiale pentru înțelegerea angajamentului asumat al angajaților [8, pag.17-32] :

- *angajamentul afectiv* - persoanele prezintă toate caracteristicile ataşamentului faţă de organizaţie: se implică puternic, se identifică cu organizaţia şi resimt o mare plăcere în a fi membri ai acelei organizaţii (legătura emoțională față de organizație);
- *angajamentul continuu* - organizaţia oferă în mod tipic beneficii ce nu sunt asociate direct cu munca, de exemplu asigurări medicale, un anumit sistem de pensii, de promovare etc. Angajamentul devine astfel mai puţin afectiv şi mai mult calculativ, reflectând un cumul de interese ale angajaţilor recunoscute şi îndeplinite de organizaţie, care leagă persoana de organizaţie (determinarea de a rămâne în organizație) ;
- *angajamentul normativ* - se referă la un angajament bazat pe obligaţia sau pe credinţa morală a persoanei că este drept şi moral să rămână în organizaţie (simțul obligației morale față de organizație).

CONCLUZII

Angajamentul asumat al angajaților se referă la nivelul de implicare, loialitate și dedicare a angajaților față de locul lor de muncă, organizație și obiectivele acesteia.

Este o componentă crucială pentru competitivitatea și succesul unei companii și poate influența semnificativ performanța angajaților și rezultatele organizaționale. Prin investirea în angajamentul asumat al angajaților, organizațiile beneficiază de o forță de muncă mai calitativă și mai productivă, mai motivată și mai loială, ceea ce poate conduce la performanțe organizaționale superioare și la succes pe termen lung.

Analiza abordărilor teoretice ale mai multor savanți a contribuit la înțelegerea complexă a angajamentului asumat și la identificarea perspectivelor cadrului teoretic și empiric pentru manageri și lideri în dezvoltarea practicilor și politicilor care să sprijine angajamentul și performanța angajaților în diverse domenii și să contribuie la o productivitate mai mare, la reducerea ratei de fluctuație și la sporirea loialității față de organizație.

Ce ține de Republica Moldova, angajamentul asumat poate fi analizat din perspectiva specifică a caracteristicilor economice, sociale și culturale ale țării: *Valorile culturale, Economia și Sistemul Educațional, Practicile de management și stilurile de leadership, Sectoarele Industriale și Domeniile de Activitate, Cadrele legislative și reglementările guvernamentale relevante pentru piața muncii din Republica Moldova.*

REFERINȚE

1. Brudan, A., Rediscovering performance management: systems, learning and integration, Measuring Business Excellence, Vol. 14, No. 1, pp. 109-123. DOI: 10.1108/13683041011027490
2. CROITORIU, N., SIGURANȚA PSIHOLOGICĂ CA MODALITATE DE PREVENIRE A EPUIZĂRII PROFESIONALE ȘI STIMULARE A IMPLICĂRII ÎN MUNCĂ, STUDIA UNIVERSITATIS MOLDAVIAE Revista științifica a Universtității de Stat din Moldova, 2023, nr. 5(165), ISSN 1857-2103, În:https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/297-302_15.pdf
3. Filipescu, I., Bruno, Ș.,: Teoreticieni ai organizatiilor si managementului. Dicționar și crestomație. Published in: Editura Politehnica Press (2011): pp. 1-481. ISBN: 978-606-515-188-8
4. Locke, E., A. & Latham, G., P. (2002), Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation, American Psychologist, Vol. 57, No. 9, pp. 705 –717 DOI: 10.1037/0003-066X.57.9.705
5. Meyer, J.P., Allen, N.J., Smith, CA. (1993), „Commitment to Organizations andOccupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization”, Journal of Applied Psychology, vol. 78, pp. 538-551
6. Pink, D., Drive. Ce anume ne motiveaza cu adevarat. Editura-Publica, 2011, 264 pagini. ISBN: 978-973-1931-89-0
7. SAKS, A. M., GRUMAN, J. A. Manage employee engagement to manage performance. In: Industrial and Organizational Psychology. Nr. 4. 2011. 204-207 p.În: https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2011.01328.x
8. Stoica C.E. „Angajamentul organizaţional şi modalităţi de obţinere”, Revista de psihologie organizaţională, vol. II, nr. 2-3/2002, pp. 17-32.