

INTEGRATING SUSTAINABILITY INTO LONG-TERM BUSINESS STRATEGIES

INTEGRAREA DURABILITĂȚII ÎN STRATEGIILE DE AFACERI DE TERMEN LUNG

DOMBROVSCHI Livia, studentă, specialitatea: EMREI

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61,

www.ase.md

e-mail: dombrovschi.livia@ase.md

Abstract: The purpose of this research is to explore sustainable entrepreneurship and its crucial role in boosting competitive advantage through analysis of various sources and data on generational sustainability awareness and the number of B Corps per country, including research and examples highlighting how sustainable entrepreneurship benefits businesses and enhances their competitive advantage. By highlighting the reasons behind these impacts, we aim to provide useful information to entrepreneurs and policy makers, contributing to a deeper understanding of the impact of sustainability-focused entrepreneurship in the current business world. Sustainable entrepreneurship is therefore a source of competitive advantage for businesses by attracting investors, reducing costs, increasing sales and gaining consumer loyalty.

Keywords: Apple Inc., brand image, competitive advantage, entrepreneurship, sustainability.

JEL CLASSIFICATION: Q5, Q01, Q56, O32

INTRODUCERE

Într-o epocă marcată de o escaladare a preocupărilor legate de mediu, de extinderea așteptărilor societății și de intensificarea concurenței globale, peisajul antreprenoriatului cunoaște o transformare profundă. Tipul convențional de funcționare a afacerilor, condus în primul rând de maximizarea profitului, cedează locul unei noi abordări care leagă prosperitatea economică de responsabilitatea socială.

Antreprenoriatul durabil reprezintă o abordare holistică a inovării în afaceri și a creării de valoare, în care dimensiunile de mediu, sociale și economice sunt armonizate pentru a promova viabilitatea și rezistența pe termen lung. Acesta reprezintă un punct de plecare față de antreprenoriatul tradițional, depășind simpla căutare a câștigului financiar pentru a îmbrățișa un spectru mai larg de obiective, inclusiv conservarea mediului, echitatea socială și responsabilizarea comunității. În esență, antreprenoriatul sustenabil caută să combine imperativul profitabilității cu cel al sustenabilității, recunoscând interdependența dintre succesul afacerii și bunăstarea societății. Prin urmare, antreprenoriatul durabil recunoaște interconectarea diferitelor părți interesate, inclusiv a clienților, angajaților, comunităților și mediului.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Antreprenoriatul sustenabil este o tendință în creștere rapidă în care întreprinderile integrează responsabilitatea socială și de mediu în prioritățile lor de bază, această evoluție fiind determinată de doi factori- "Interesul crescut al consumatorilor" și "Schimbarea mediului de afaceri" ce sunt caracterizate de anumite trăsături specifice. Consumatorii sunt mai interesați de produsele și serviciile ecologice. Acest lucru se datorează faptului că le pasă de mediu, de etică și de sănătatea lor. Milenialii și generația Z sunt deosebit de predispuși să susțină mărcile sustenabile, ceea ce îi face o forță importantă pe piață, afișând cea mai mare considerație pentru sustenabilitate, cu 94% și, respectiv, 93%, comparativ cu 88% dintre cumpărătorii din generația X și 77% dintre cei din generația Baby Boomers [1].

Conștientizarea crescândă a problemelor de mediu, în special schimbările climatice, îi determină pe indivizi să caute alternative durabile. Abordarea unui stil de viață sănătos se intersectează cu sustenabilitatea, consumatorii optând pentru produse naturale și ecologice, recunoscând beneficiile pentru sănătate și mediu.

Întreprinderile realizează beneficiile sustenabilității, atât din punct de vedere financiar, cât și din punct de vedere al reputației. În primul rând, se pot realiza economii de costuri prin inițiative precum reducerea deșeurilor și eficiența energetică, ceea ce duce la avantaje financiare semnificative. În plus, companiile cu practici solide de sustenabilitate atrag adesea investitori responsabili din punct de vedere social care caută să își alinieze investițiile la considerente etice și de mediu. Întreprinderile beneficiază atât financiar, cât și în ceea ce privește reputația din adoptarea practicilor durabile. Acestea conduc la reduceri de costuri prin inițiative precum diminuarea deșeurilor și eficiența energetică. De asemenea, sustenabilitatea promovează loialitatea consumatorilor ecologici, consolidând relațiile cu clienții și extinzând cota de piață, atrag investitori social responsabili, aliniați cu considerentele etice și de mediu.

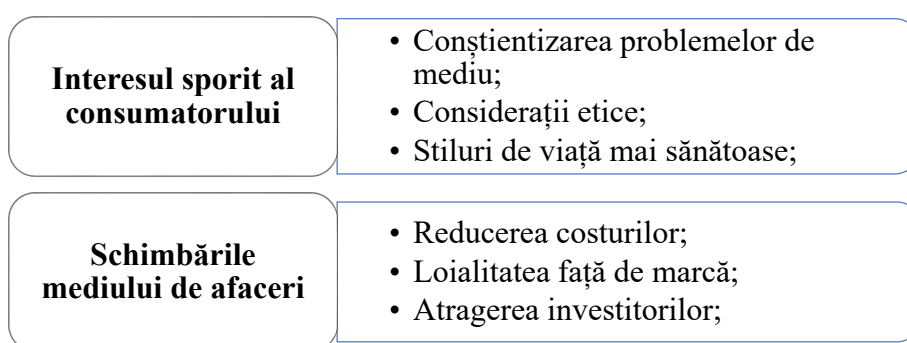


Figura 1: Factorii determinanți ai antreprenoriatului durabil

Sursa: Elaborat de către autor

Convergența cererii consumatorilor și a oportunităților de afaceri stimulează creșterea antreprenoriatului durabil, generând produse, servicii și modele de afaceri inovatoare, profitabile și responsabile. În plus, dincolo de interesul etic important, antreprenoriatul durabil este recunoscut din ce în ce mai mult ca o sursă potențială de avantaj competitiv pe piața hipercompetitivă de astăzi. Întreprinderile care integrează în mod proactiv practicile de durabilitate în modelele lor de afaceri și în operațiunile lor pot obține o multitudine de beneficii, de la o reputație puternică a mărcii și încrederea părților interesate până la economii de costuri, oportunități de inovare și acces la noi piețe.

Alinându-și strategiile la practicile durabile, aceste întreprinderi nu numai că reduc riscurile asociate cu perturbările sociale și de mediu, ci și valorifică tendințele emergente de pe piață și preferințele consumatorilor, poziționându-se ca lideri în industriile lor respective.

În continuare, pot fi analizate diferite perspective teoretice care explică legătura potențială dintre durabilitate și avantajul competitiv, printre care:

- Perspectiva bazată pe resurse;
- Analiza părților interesate;
- Cele cinci forțe ale lui Porter (rivalitatea concurențială, puterea furnizorului, puterea cumpărătorului, amenințarea de substituție, amenințarea intrării pe piață).

Perspectiva bazată pe resurse (RBV) analizează cum practicile durabile pot oferi avantaje unice unei companii, cum ar fi creșterea încrederii în marcă, îmbunătățirea operațiunilor și generarea de idei noi. Aceste avantaje sunt valoroase, rare și greu de imitat, permițând întreprinderilor să depășească concurența [2].

Teoria părților interesate subliniază importanța conexiunilor între companii și diferite grupuri, precum angajații, clienții și investitorii. Relațiile solide cu părțile interesate generează încredere și loialitate, conferind întreprinderii un avantaj competitiv pe termen lung [3].

Cele cinci forțe ale lui Porter oferă o modalitate de înțelegere a dinamicii concurenței într-o industrie. Sustenabilitatea poate influența fiecare dintre aceste forțe și modul în care companiile concurează. Prin practici durabile se reduc costurile și riscurile, îngreunând intrarea altor companii în industrie sau înlocuirea produselor existente, deschizând noi oportunități de vânzare pentru produsele ecologice [4].

Analizând puterea de sustenabilitate a întreprinderilor la nivel mondial, se poate lua în considerare numărul de corporații B certificate de B Lab pentru impactul lor social. Pentru a obține această certificare, o companie trebuie să îndeplinească mai multe criterii, inclusiv practici sociale și de mediu laudabile, respectarea standardelor de bază și transparență în raportarea performanței lor. La începutul lui februarie 2024, există aproximativ 8,250 de B Corporations certificate în 162 de industrii din 96 de țări [5]. (Tabelul 1)

Tabelul 1: Top 10 țări după numărul de Corporații B

Țara	SUA	MB	Canada	Australia	Brazilia	Franța	Chile	Italia	Argentina	Olanda
<i>Nr. de B-Corps</i>	1343	454	299	279	174	141	131	119	112	108

Sursa: Elaborată de către autor în baza [6]

Conform datelor referitoare la primele 10 țări în funcție de numărul de corporații B, observăm o concentrare de aproximativ 40% din totalul corporațiilor B în primele 10 țări, majoritatea dintre acestea fiind țări dezvoltate. În timp ce primele 10 țări dețin o cotă semnificativă din corporațiile B, țări emergente precum Brazilia, Chile și Argentina evidențiază o creștere în prezența lor, indicând un potențial de adoptare și creștere viitoare în aceste regiuni. SUA deține cel mai mare număr de astfel de întreprinderi. Compania Apple este un exemplu relevant în acest context. Analiza Apple Inc. ca o companie sustenabilă care a obținut un avantaj competitiv prin sustenabilitate necesită o examinare a diferitelor aspecte ale operațiunilor și practicilor sale, cum ar fi inițiativele de mediu, designul produselor și materialele utilizate, managementul lanțului de aprovizionare, reputația mărcii și poziția pe piață.

Prin concentrarea strategică asupra sustenabilității, Apple nu doar a redus impactul său asupra mediului, ci și s-a poziționat ca lider în responsabilitatea corporativă. Integrarea sustenabilității în modelul său de afaceri a adus un avantaj competitiv prin îmbunătățirea reputației mărcii, reducerea costurilor, gestionarea riscurilor și promovarea loialității clienților. Astfel, analiza SWOT este esențială pentru evaluarea eficacității Apple în acest domeniu, evidențiind atât punctele forte și slabe interne, cât și oportunitățile și amenințările externe [7] (figura 2).

Punctele forte ale Apple includ inovația și tehnologia avansată, susținute de cercetare și dezvoltare solidă, facilitând integrarea soluțiilor eficiente în utilizarea resurselor și practicilor de energie curată. Dependența de producătorii terți aduce riscuri, deoarece aplicarea standardelor de durabilitate depinde de aceștia. În plus, prețurile ridicate pot limita accesul unor consumatori la caracteristicile de sustenabilitate ale produselor Apple. În ciuda punctelor slabe, Apple poate exploata numeroase oportunități pentru a-și îmbunătăți eforturile de sustenabilitate.

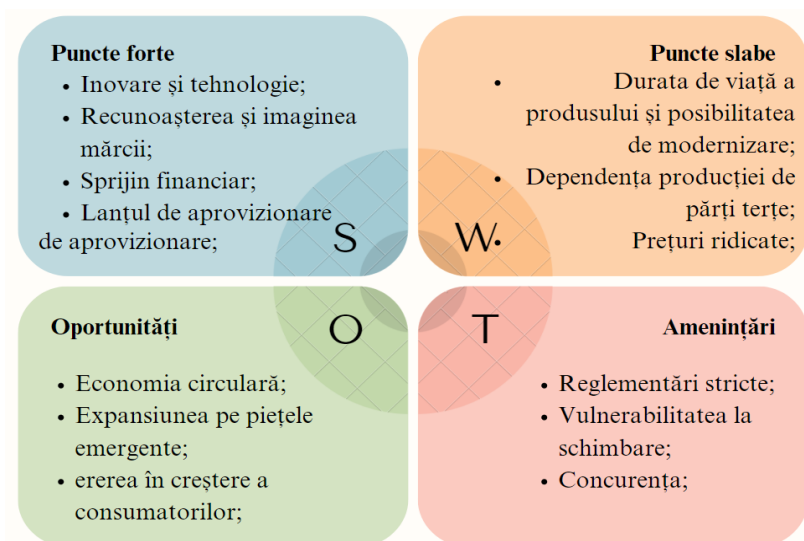


Figura 2: Analiza Swot a abordării unei strategii sustenabile de către Apple

Sursa: Elaborată de către autor

Cu toate acestea, Apple trebuie să fie vigilentă în fața amenințărilor, cum ar fi reglementările de mediu stricte, controversile legate de mediu și concurența din partea altor companii, care subliniază importanța îmbunătățirii continue a eforturilor de sustenabilitate.

CONCLUZII

Apple poate contura un viitor durabil, valorificând punctele forte, abordând punctele slabe, exploatarea oportunităților și atenuarea amenințărilor. Succesul antreprenoriatului sustenabil este evident în creșterea cererii pentru produse și servicii prietenoase mediului, iar companiile care integrează autentic sustenabilitatea în strategiile lor obțin un avantaj competitiv și oferă un exemplu pozitiv. Sustenabilitatea nu mai este un aspect de nișă, ci un factor esențial pentru succesul pe termen lung, reflectând evoluția cererii consumatorilor și a reglementărilor privind responsabilitatea socială și de mediu. Adoptarea practicilor durabile poate oferi întreprinderilor numeroase beneficii, printre care reducerea costurilor, îmbunătățirea reputației mărcii, o mai mare loialitate a clienților, accesul la noi piețe și atenuarea riscurilor asociate cu perturbările sociale și de mediu. Prin integrarea strategică a sustenabilității în operațiunile lor de bază, întreprinderile se pot diferenția de concurenți și pot obține un avantaj semnificativ pe piață.

BIBLIOGRAFIE:

1. Isatou, N. (18 mai 2023). Sustainability-conscious consumers leading value purchases – study. <https://www.just-style.com/news/sustainability-conscious-consumers-leading-value-purchases-study/>
2. Madhani, P. (2009). Resource based view: concepts and practices. ssrn-id1578704.pdf
3. Wright, T. (14 martie 2024). What is Stakeholder Theory? Benefits, challenges & application <https://www.cascade.app/blog/stakeholder-theory>
4. Gratton, P. (22 ianuarie 2024). Porter's Five Forces explained and how to use the model. <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp>
5. About B Corp Certifications. (6 octombrie 2023). <https://www.bcorporation.net/en-us/certification/>
6. The 10 countries with the most sustainable businesses. (7 ianuarie 2023). <https://smileymovement.org/news/sustainable-businesses>
7. Apple Inc. (2023). A first for Apple. <https://www.apple.com/environment/>

Coordonator științific: CIMPOIEȘ Liliana, dr., conf. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova,
Chișinău, str M. Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

Telefon: +373 79295721

e-mail: lcimpoies@ase.md