

DE NOUVELLES SOURCES D'AVANTAGE CONCURRENTIEL STRATEGIQUE POUR LES ENTREPRISES ROUMAINES

Lucreția Mariana CONSTANTINESCU¹, Adriana CÎRSTOIU²

Rezumat. *Competitivitatea internațională a unei companii obligă firma să înțeleagă și să stabilească natura potențialelor surse care îi susțin capacitatea sa de a se concentra asupra clienților și a celorlalți stakeholders, pe termen lung, pe piața internațională. Sursele avantajului competitiv strategic sunt numeroase și companiile trebuie să includă, cu precădere, acele surse cu relevanță pentru competitivitatea lor internațională, în dimensiunea sa strategică și de marketing. Soluția cea mai promițătoare pentru devansarea concurenților și aprecierea poziției competitive de piață rămâne **inovarea competitivă aplicată**. Modalitățile de realizare a inovației competitive pentru companiile românești sunt: planificarea vectorului care creează un avantaj competitiv strategic și crearea unui portofoliu de avantaje competitive strategice, prin utilizarea unui know-how deținut de alte firme, care plasează partenerii în situația strategică de tip «win-win», prin alegerea alianțelor strategice competitive, sau prin folosirea în avantajul propriu a punctelor slabe ale concurenților lor.*

Résumé. *La compétitivité internationale d'une entreprise oblige la compagnie à comprendre et d'établir la nature des sources potentielles qui soutiennent sa capacité de se concentrer vers ses clients et des autres partis prenants, à longterm, sur le marché international. Les sources d'avantage compétitif stratégique sont nombreuses et les entreprises doivent intégrer les sources révélatrices pour leur compétitivité internationale dans sa dimension stratégique et de marketing. La solution la plus prometteuse pour devancer leurs concurrents et pour optimiser la position compétitive de l'entreprise sur le marché reste **l'innovation compétitive appliquée**. Les modalités d'implémentation de l'innovation compétitive pour les entreprises roumaines sont la planification du vecteur d'avantage concurrentiel stratégique et la création du portefeuille d'avantages compétitifs stratégiques, en utilisant le «savoir-faire» des autres entreprises qui place les partenaires dans la situation stratégique de type «gagnant-gagnant» en choisissant des Alliances Compétitives Stratégiques, ou dans celle qui permet l'exploitation des faiblesses de leurs concurrents en son propre avantage.*

Mots-clés: planification stratégique, avantage concurrentiel stratégique, marketing compétitif stratégique, competitivité internationale

1. Introduction

La compétitivité internationale d'une entreprise consiste en sa capacité de faire de grands revenus à la suite de l'augmentation des ventes et/ou des marges de profit

¹ Ph D, Faculté des Sciences Economiques, Université Valahia de Târgoviște, Roumanie (maraluconstantinescu@yahoo.com).

² Ph D, Département: Génie des Matériaux, Mécatronique et Robotique, Université Valahia de Târgoviște, Roumanie (adriana_cirstoiu@yahoo.com).