

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ
dedicată aniversării a 25 ani ai învățământului economic la USARB
**ASIGURAREA VIABILITĂȚII ECONOMICO-MANAGERIALE PENTRU DEZVOLTAREA
DURABILĂ A ECONOMIEI REGIONALE ÎN CONDIȚIILE INTEGRĂRII ÎN UE**

ANTREPRENORIATUL SOCIAL: PROVOCAREA AFACERILOR SUSTENABILE

GARBUZ Veronica

Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

Although the concept of social entrepreneurship has been approached in economic theory and practice for several decades, nevertheless there are different acceptances of it. The given article presents a synthesis of theoretical approaches to social entrepreneurship and the characteristics of a social entrepreneur.

Also, the article presents the legal framework of social enterprises in the Republic of Moldova, the main opportunities and constraints in this area.

The main idea presented in the theoretical approach refers to the sustainable character of social affairs, with an impact on people, nature and the business sphere.

Keywords: Social entrepreneurship, social entrepreneur, sustainability, Sustainable Development Goals.

Afacerile sociale și antreprenoriatul social sunt din ce în ce mai importante pentru politicile de dezvoltare economică, deoarece creează valori sociale și economice. Contribuția lor la dezvoltarea țărilor se bazează pe capacitatea lor de a crea locuri de muncă, în special pentru segmentele defavorizate ale societății, sau pe contribuția lor la inovare și la crearea de noi bunuri și servicii, adesea pentru nevoi sociale nesatisfăcute. În plus, acestea joacă un rol fundamental în realizarea obiectivelor de Dezvoltare Durabilă (ODD) promovate de Organizația Națiunilor Unite în Agenda sa 2030. Realizarea ODD-urilor necesită o colaborare între sectoare, organizații și persoane fizice. În acest context, întreprinderile sociale echilibrează durabilitatea și impactul, astfel încât acestea să fie sustenabile prin proiectare, iar cele mai multe se concentrează în special pe rezolvarea problemelor create de sistemul economic actual.

Deși este un concept relativ nou, antreprenoriatul social a cunoscut o dezvoltare vertiginoasă în ultimele decenii.

Dacin și colab. (2010) a indicat, că există o serie de abordări pentru a defini antreprenoriatul social, pornind de la Leadbeater (1997), Thomson (2000), Dees (2001) până în prezent. În același timp, o serie de studii au indicat că aceste definiții creează mai multă confuzie decât înțelegere (Masetti 2008; Dacin et al. 2010): savanții și practicienii au o viziune foarte diferită față de conținut și, prin urmare, față de modelele de afaceri ale afacerilor sociale (Zahra și colab. 2009; Grameen Creative Lab 2014). Caracteristicile principale ale antreprenoriatului social, așa cum sunt subliniate de cercetători și practicieni, sunt următoarele:

- 1) obiectivul său principal este de a stimula schimbări sociale importante (misiune socială);
- 2) aceasta implică exercitarea proceselor de afaceri și disciplină, inovație și determinare în căutarea de soluții de afaceri la problemele sociale;
- 3) implică urmărirea eficienței economice;
- 4) este motivat de o etică puternică;
- 5) implică crearea de valoare dincolo de resursele aflate în prezent sub controlul antreprenorului.

Sintetizând abordările cercetătorilor din domeniu, propunem următoarea definiție a antreprenorului social: „este un individ bazat pe misiune, care folosește un set de comportamente antreprenoriale pentru a oferi o valoare socială celor mai puțin privilegiați, totul printr-o entitate orientată antreprenorial, independentă financiar, autosuficientă sau durabilă”.

Deși utilizarea termenului de antreprenor social se dezvoltă vertiginos, domeniul antreprenoriatului social este lipsit de rigoare și este în fază incipientă în comparație cu domeniul mai larg al antreprenoriatului. Poveștile de succes ale persoanelor care creează soluții pentru probleme sociale complexe sunt folosite pentru a fundamenta domeniul antreprenoriatului social. De exemplu, în 2004, Universitatea Stanford a lansat Social E-Lab (socialelab.org) ca parte a cursului de abordare a problemelor sociale și de mediu.

Interesul pentru antreprenoriat social provine din rolul acestuia în abordarea problemelor sociale critice și din dezvoltarea pe care o manifestă în îmbunătățirea bunăstării societății [8].

Atunci când comparăm definițiile și caracteristicile antreprenorilor cu cele ale antreprenorilor sociali, vedem că scopul final al unui antreprenor este de a crea bogăție economică, în timp ce, pentru un antreprenor social, prioritatea este de a-și îndeplini misiunea socială. Antreprenorii sociali creează strategii generatoare de venituri pentru a servi direct misiunea lor de a livra valoare socială.

În continuare prezentăm câteva definiții ale antreprenorilor sociali (tabelul 1):

Tabelul 1. Definiții ale antreprenorilor sociali

Sursa	Defini	de bază
	Un antreprenor social este deschizător drumuri, idei noi, gândire vizionară, este creativ și dispus să producă schimbări.	- Lider misionar - Persistență
Thompson (2000)	Antreprenorii sociali sunt acele persoane care identifică problemele de natură socială nesoluționate de către instituțiile statului și găsesc resurse pentru elucidarea acestora.	- Creator
(2009)	Antreprenorul social este persoana care își asumă risc rațional în numele oamenilor pentru care activează.	- Lider de opinie

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ
dedicată aniversării a 25 ani ai învățământului economic la USARB
**ASIGURAREA VIABILITĂȚII ECONOMICO-MANAGERIALE PENTRU DEZVOLTAREA
DURABILĂ A ECONOMIEI REGIONALE ÎN CONDIȚIILE INTEGRĂRII ÎN UE**

Ashoka (2012)	Antreprenorul social este persoana cu soluții inovative pentru problemele societății	- Vizionar - Responsabil
---------------	--	-----------------------------

Sursa: elaborat de autor

Legătura dintre întreprinderile sociale și odd-uri. Diferența principală dintre un business clasic și un business sau o întreprindere socială este aceea că cea din urmă are ca scop rezolvarea unei probleme sociale. Aceste probleme sociale rezidă din cele 17 scopuri pentru dezvoltare sustenabilă [enunțate de ONU](#). Evident că un singur business nu le-ar putea rezolva pe toate sau nici măcar nu ar putea eradică o singură problemă însă, dacă mai multe business-uri ar lucra pentru aceste scopuri, ele ar putea fi diminuate. Acestea sunt: eradicarea sărăciei; eradicarea foamei; o bună sănătate și bunăstare; educație de calitate; egalitatea sexelor; apă curată și salubritate; energie curată și accesibilă; muncă decentă și creștere economică; industrii, inovare și infrastructură; inegalitate redusă; orașe și comunități sustenabile; consum și producție responsabilă; acțiune climatică; viață subacvatică; viață pe pământ; pace, justiție și instituții puternice; parteneriate pentru atingerea scopurilor.

Pentru ca o afacere să contribuie la rezolvarea uneia sau a mai multora dintre aceste probleme și să devină un business social este necesar să dezvolte un model de business sustenabil.

Modelul de business sustenabil este un instrument bazat pe clasicul Business Model Canvas care ia însă, în considerare și sustenabilitatea – altfel spus, ajută antreprenorul să vadă fiecare element din Business Model Canvas ca și elemente ce contribuie la sustenabilitatea afacerii:

- *Impactul pozitiv* – care sunt efectele pozitive ale produsului asupra societății, planetei și economiei organizației? Cum pot fi acestea maximizate?)
- *Impactul negativ* – Care sunt efectele negative și cum pot fi ele minimizate?
- *Parteneri sustenabili* – Cine sunt partenerii cu care întreprinderea poate deveni mai sustenabilă? Cum se poate îmbunătăți lanțul de producție pentru a-l face mai transparent și circular?
- *Creare de valoare sustenabilă* – Cum pot fi activitățile principale ajustate pentru a fi mai sustenabile? Există tehnologii ce pot fi folosite în acest sens?
- *Tehnologii și resurse sustenabile* – Ce fel de resurse sunt necesare? Naturale, tehnologice sau energetice? Pot fi înlocuite în vreun fel pentru a deveni sustenabile?
- *Propunere de valoare sustenabilă* – Ce problemă rezolvă întreprinderea și ce valoare creează pentru aceasta? Putem influența și nivelul de sustenabilitate în rândul consumatorilor?
- *Relația cu clienții sustenabilă* – Care dintre relațiile pe care întreprinderea le menține cu clienții îi satisfac mai mult pe aceștia și se dovedesc a fi sustenabile?
- *Canale sustenabile* – Cum poți face canalele de distribuție mai sustenabile? Cum poți comunica faptul că întreprinderea este sustenabilă?
- *Clienți responsabili* – Cum poți încuraja clienții să fie și ei sustenabili?
- *Ciclul de viață* – Ce se întâmplă cu produsul la sfârșitul ciclului său de viață? Cum poate fireciclat?
- *Costuri* – Care sunt costurile și investițiile necesare? Care resurse sunt cel mai puțin sustenabile? Pot fi înlocuite cu altele sustenabile?
- *Subvenționări* – Există taxe și subvenționări pentru activitatea desfășurată de întreprinderea socială?
- *Venituri și sustenabilitate* – Care sunt sursele de venituri? Sunt clienții dispuși să plătească în plus pentru un business sustenabil?

Aceste și multe alte întrebări creează diferența în abordarea antreprenoriatului clasic și a antreprenoriatului social. Sustenabilitatea este firul-roșu al unei activități sociale.

Antreprenoriatul social în republica moldova. În Republica Moldova, întreprinderile sociale au început să activeze înainte de a fi adoptată o lege în acest sens. În decembrie 2017, pornind de la inițiativele venite din România de a dezvolta sectorul, în Republica Moldova a fost adoptată Legea cu privire la antreprenoriat social. Modelul de business social aplicat în România se referă la conceptul de economie socială promovat de țări cu tradiție în domeniu, precum Italia, Franța, Spania, în timp ce Republica Moldova a urmat modelul Austriei, definind domeniul ca fiind antreprenoriat social [2]. În conformitate cu prevederile art. 361 activitatea de antreprenoriat social este desfășurată de întreprinderi sociale și întreprinderi sociale de inserție. Statutul de întreprindere socială sau statutul de întreprindere socială de inserție se atribuie de Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social, conform alin.3 al art. 362 al aceleiași legi. Ulterior, prin Hotărârea nr. 1165/28.11.2018, a fost aprobat Regulamentul de organizare și funcționare a Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social și a listei genurilor de activitate ce constituie activități de antreprenoriat social, ce prevede modul de organizare și funcționare a Comisiei, componența nominală a acesteia, modul de atribuire și de retragere a statutului de întreprindere socială sau de întreprindere socială de inserție ș.a. Sunt propuse 4 obiective specifice de dezvoltare a sectorului:

- 1) Dezvoltarea și promovarea unei culturi a antreprenoriatului social în rândul populației din Republica Moldova:
 - a) Promovarea impactului economic și social pe care îl generează întreprinderile sociale în comunitate;
 - b) Recunoașterea rolului pe care îl au întreprinderile sociale în crearea și păstrarea unor locuri de muncă de calitate, contribuind major la reușita Pilonului european al drepturilor sociale, implementarea Strategiei Naționale de Dezvoltare Moldova 2030 și a Agendei de Dezvoltare Durabilă 2030;
 - c) Colectarea anuală de date cu privire la impactul economic și social pe care îl au întreprinderile sociale și utilizarea acestora pentru cercetare, promovare și crearea unui cadru favorabil dezvoltării.

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ
dedicată aniversării a 25 ani ai învățământului economic la USARB
**ASIGURAREA VIABILITĂȚII ECONOMICO-MANAGERIALE PENTRU DEZVOLTAREA
DURABILĂ A ECONOMIEI REGIONALE ÎN CONDIȚIILE INTEGRĂRII ÎN UE**

2) Crearea unui cadru normativ favorabil antreprenoriatului social și valorificarea potențialului acestui sector în dezvoltarea economică și socială:

a) Întărirea rolului Comisiei Naționale de Antreprenoriat Social în ceea ce privește coordonarea strategică în dezvoltarea antreprenoriatului social în Republica Moldova;

b) Simplificarea procedurii de obținere a statutului de întreprindere socială;

c) Dezvoltarea unui pachet de facilități fiscale și non-fiscale de stimulare a sectorului de antreprenoriat social în valorificarea potențialului pe care îl au în dezvoltarea comunitară întreprinderile sociale.

3) Facilitarea accesului la piață și instrumente financiare specifice sectorului de antreprenoriat social din Republica Moldova:

a) Incluziunea întreprinderilor sociale ca entități eligibile în mecanismele și programele de finanțare legate de incluziunea socială, dezvoltarea economică, dezvoltarea rurală, inovare socială și ocuparea grupurilor vulnerabile;

b) Crearea de piețe rezervate pentru întreprinderile sociale conform art. 20 al Directivei 2014/24/UE a parlamentului european și a consiliului privind achizițiile publice.

4) Îmbunătățirea abilităților și competențelor profesionale în domeniul antreprenoriatului social:

a) Dezvoltarea de programe educaționale în domeniul antreprenoriatului social;

b) Dezvoltarea mecanismelor de monitorizare și evaluare a calității, inovației sociale și a relevanței sectorului de antreprenoriat social.

Pe parcursul anului 2021, Organizația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM) implementează Programul Național de Finanțare a Antreprenoriatului Social 2021-2025. Pentru implementarea acestui program național de finanțare și mentorat pentru start-upuri/întreprinderi sociale existente, este alocată din bugetul de stat, pentru cei 5 ani, suma de 36 milioane de lei, aproximativ 1,8 milioane de Euro, care va stimula înființarea a 50 de start-upuri în domeniu și dezvoltarea unui număr de 54 de întreprinderi sociale active pe piață.

O sursă importantă de finanțare pentru implementarea obiectivelor asumate prin prezentul program, va fi asigurată prin intermediul a trei proiecte finanțate de Comisia Europeană, care vor fi implementate în perioada 2021-2022 de către consorții de organizații publice și private din Republica Moldova și state membre UE. Acestea sunt:

- Proiectul „EU4Youth – Social Innovation Impact – a strategic partnership!” cu un buget alocat de 1.666.613 EUR, din care contribuția Uniunii Europene, reprezintă 1.499.951 Euro.

- Proiectul „EU4YOUTH – unlocking the potential of the young social entrepreneurs in Moldova and Ukraine” cu un buget alocat de 1.659.057 EUR, din care contribuția Uniunii Europene reprezintă 1.493.200 EUR.

- Proiectul „Cross-Border Partnership for the Development of Social Entrepreneurship”, finanțat prin programul operațional comun România – Republica Moldova 2014-2020 cu un buget alocat de 439.922 Euro din care contribuția Uniunii Europene, reprezintă 395.930 Euro.

Riscurile potențiale ale implementării programului național se referă la:

- coordonarea deficitară între ministere și autorități administrative responsabile în procesul de implementare a Programului național;

- înțelegerea și implicarea redusă a personalului din cadrul autorităților responsabile de implementarea Programului național, datorită lipsei de competențe în domeniul antreprenoriatului social;

- buget insuficient pentru implementarea unor măsuri care țin de promovarea și finanțarea antreprenoriatului social;

- dificultăți în introducerea de facilități fiscale și non-fiscale pentru dezvoltarea sectorului, datorate diferențelor de opinie a grupurilor parlamentare și a ministerelor de resort. De asemenea, riscul de a distorsiona concurența în piață, prin introducerea unui pachet de facilități fără instrumente de control și monitorizare;

- lipsa de date cu privire la sectorul antreprenoriatului social, datorită interesului redus a antreprenorilor sociali de a se autoriza ca întreprinderi sociale;

- interes scăzut al persoanelor din comunitate în a dezvolta afaceri sociale.

Antreprenoriatul social este un domeniu modern de cercetare academică și activitate practică, dar lipsa unei abordări comune a antreprenorului social împiedică cercetarea acestui subiect. În acest articol, am sintetizat unele surse bibliografice care definesc antreprenoriatul social și caracteristicile antreprenorului social.

Beneficiile antreprenoriatului social se răsfrâng, înainte de toate, asupra sferei sociale, în special asupra păturilor social-vulnerabile, dar și a asupra dezvoltării economice la nivel local, regional și național.

Eforturile autorităților publice trebuie să fie concentrate pe susținerea și dezvoltarea acestui domeniu, prin crearea afacerilor sociale sustenabile, cu impact asupra oamenilor, naturii și sferei de afaceri.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. ABU-SAIFAN, S., *Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries*. Technology Innovation Management Review. February 2012: 22-27.

2. ACHIȚEI, A., *Dimensiuni ale antreprenoriatului social în România și Republica Moldova*, Economie Socială, Nr. 1/2021, p. 4-13.

3. DACIN, P., DACIN, M., MATEAR, M., [*Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here*](#). *Academy of Management Perspectives*, 2010, 38-57.

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ
dedicată aniversării a 25 ani ai învățământului economic la USARB
**ASIGURAREA VIABILITĂȚII ECONOMICO-MANAGERIALE PENTRU DEZVOLTAREA
DURABILĂ A ECONOMIEI REGIONALE ÎN CONDIȚIILE INTEGRĂRII ÎN UE**

4. GRAMEEN CREATIVE LAB, 2014, Retrieved on December 16th.
<http://www.grameencreativelab.com/a-concept-to-eradicate-poverty/7-principles.html>.
5. LEADBEATER, C., *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos, 1997.
6. SVIRINA, A., ZABBAROVA, A., OGANISJANA, K., *Implementing open innovation concept in social business*, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, ISSN 2199-8531, Springer, Heidelberg, 2016, Vol. 2, Iss. 20, pp. 1-10.
7. THOMPSON, J. *The world of the social entrepreneur*. *International Journal of Public Sector Management*, 2002, [15\(5\), 412-431](#).
8. ZAHRA, S., GEDAJLOVIC, E., NEUBAUM, D., SCHULMAN, J., *A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges*. Journal of Business Venturing, 2009, 24(5), 519–532.