

# Provocările și perspectivele antreprenoriatului social în Moldova

STUDIU

**Autor:**  
Bucos Tatiana, dr., conf. univ.

Chișinău, 2024



## CUPRINS:

Lista abrevierilor	3
Metodologie	4
Introducere	6
<b>Capitolul 1: Antreprenoriatul social: percepția publicului din Moldova</b>	<b>7</b>
Antreprenoriatul social – componentă a economiei sociale	7
Atractivitatea întreprinderilor sociale comparativ cu alte structuri ale economiei sociale	9
Afaceri clasice cu programe de responsabilitate socială vs. afaceri sociale	12
Studiu de caz 1: Atitudinea antreprenorilor și tinerilor din Republica Moldova față de antreprenoriatul social.	13
Studiu de caz 2: Calitatea ecosistemului antreprenoriatului social: viziunea antreprenorilor sociali	27
<b>Capitolul 2: Cadrul legal în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova</b>	<b>40</b>
Analiza cadrului legislativ din Republica Moldova	40
Politici de susținere a antreprenoriatului social	46
<b>Capitolul 3: Stakeholderii antreprenoriatului social în Republica Moldova</b>	<b>53</b>
Impactul stakeholderilor asupra antreprenoriatului social	53
Cartografierea stakeholderilor	56
<b>Capitolul 4: Strategia de dezvoltare a antreprenoriatului social în Republica Moldova</b>	<b>73</b>
Analiza SWOT a ecosistemului antreprenoriatului social în Republica Moldova	73
Directii strategice de dezvoltare a antreprenoriatului social in Republica Moldova	74
<b>Referințe bibliografice</b>	<b>77</b>



## Lista abrevierilor:

**ODA** - Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului

**DANIDA** - Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei

**SRL** - Societate cu Răspundere Limitată

**APL** - Administrațiile Publice Locale

**PNUD** - Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare

**ENI** - Instrumentul European de Vecinătate

**ÎS** - Întreprindere Socială

**ÎSI** - Întreprindere Socială de Inserție

**UE** - Uniunea Europeană



## Metodologie

Studiul privind antreprenoriatul social din Republica Moldova a fost realizat printr-o abordare metodologică mixtă, care a combinat cercetarea din oficiu cu metode cantitative și calitative pentru a oferi o imagine cuprinzătoare asupra stării actuale a sectorului și a percepțiilor publicului.

### 1. Cercetarea din oficiu

În prima etapă a studiului, s-a realizat o amplă cercetare din oficiu, axată pe următoarele elemente:

- ✓ **Analiza actelor legislative:** S-au analizat principalele acte normative care reglementează antreprenoriatul social în Republica Moldova, inclusiv Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenorat și întreprindere, cu accent pe Capitolul VI1, care introduce reglementările specifice pentru întreprinderile sociale și de inserție. S-au examinat, de asemenea, propunerile de îmbunătățire legislative relevante pentru acest sector.
- ✓ **Studii și literatură de specialitate:** Au fost analizate studii dedicate antreprenoriatului social, atât la nivel național, cât și internațional. Printre acestea, s-a utilizat „Raportul de analiză a situației actuale și a provocărilor în ceea ce privește dezvoltarea antreprenoriatului social în R. Moldova” realizat de GIZ Moldova și „A map of social enterprises and their eco-systems in Europe” de ICF Consulting Services.
- ✓ **Analiza platformelor online și a paginilor web:** S-au studiat paginile web și platformele online care susțin antreprenoriatul social în Moldova, cum ar fi cele administrate de Asociațiile Obstesti Ecovisio și EcoRazeni, Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA) și alte organizații implicate în promovarea acestui sector. De asemenea, s-au analizat paginile web și de Facebook ale unor întreprinderi sociale relevante pentru a înțelege modul în care acestea își promovează activitatea și interacționează cu comunitatea.

### 2. Culegerea datelor cantitative

Datele cantitative din studiu se bazează pe rezultatele a trei sondaje distincte, fiecare adresat unui segment specific al publicului:

#### Sondajul 1: „Atitudinea antreprenorilor față de antreprenoriatul social”

- ✓ **Perioada de intervievare:** Iunie – August 2024.
- ✓ **Număr de respondenți:** 71 de fondatori și manageri de top ai afacerilor clasice din Moldova.
- ✓ **Principii de construire a chestionarului:** Chestionarul a fost construit pentru a evalua cunoștințele și atitudinile antreprenorilor față de antreprenoriatul social, implicarea acestora în inițiative sociale și percepția asupra colaborării cu întreprinderile sociale.

#### Sondajul 2: „Ce cred tinerii despre antreprenoriatul social”

- ✓ **Perioada de intervievare:** Iunie – August 2024.
- ✓ **Număr de respondenți:** 305 tineri din diverse regiuni ale Republicii Moldova.
- ✓ **Principii de construire a chestionarului:** Chestionarul a fost conceput pentru a explora interesul tinerilor pentru antreprenorat în general și pentru antreprenoriatul social în particular, cunoștințele lor despre acest domeniu și disponibilitatea de a se implica în inițiative sociale.



### Sondajul 3: „Calitatea ecosistemului antreprenoriatului social: viziunea antreprenorilor sociali”

- ✓ **Perioada de intervievare:** Iulie – August 2024.
- ✓ **Număr de respondenți:** 12 antreprenori sociali activi în Republica Moldova.
- ✓ **Principii de construire a chestionarului:** Acest chestionar a fost orientat către evaluarea percepțiilor antreprenorilor sociali cu privire la cadrul legal, politicile de suport, implicarea societății civile și accesul la resurse. S-au colectat, de asemenea, informații despre motivațiile personale și dificultățile întâmpinate în activitatea lor.

### 3. Prelucrarea și analiza datelor

Datele colectate au fost prelucrate și analizate utilizând metode statistice descriptive pentru a identifica tendințele și corelațiile relevante. Rezultatele sondajelor au fost interpretate în contextul informațiilor colectate prin cercetarea din oficiu, oferind o imagine holistică asupra stării actuale și a perspectivelor antreprenoriatului social în Republica Moldova.

Metodologia acestui studiu asigură o bază solidă pentru concluziile și recomandările prezentate, oferind o înțelegere profundă a provocărilor și oportunităților existente în sectorul antreprenoriatului social din Moldova.



## Introducere

Antreprenoriatul social a devenit o componentă esențială în realitățile economice și sociale contemporane, jucând un rol crucial în abordarea provocărilor sociale prin mijloace inovatoare și sustenabile. În Republica Moldova, acest domeniu capătă o relevanță sporită, fiind recunoscut nu doar ca o alternativă la modelul tradițional de afaceri, dar și ca un instrument puternic de dezvoltare social-economică.

Actualitatea antreprenoriatului social în Moldova este subliniată de nevoia de a găsi soluții durabile pentru problemele sociale și economice pe care le întâmpină societatea, cum ar fi excluziunea socială, șomajul și inegalitățile economice. Prin concentrarea asupra impactului social, întreprinderile sociale nu doar contribuie la bunăstarea comunității, dar și creează locuri de muncă și susțin dezvoltarea economică pe termen lung. Importanța acestui sector este reflectată și de sprijinul financiar și politic acordat de Uniunea Europeană și alte organizații internaționale, care recunosc potențialul antreprenoriatului social de a genera schimbări pozitive în societate.

Studiul de față, realizat în cadrul proiectului "Dezvoltare mai bună prin antreprenorat social", sprijinit de Uniunea Europeană, Ministerul de Externe al Lituaniei și Agenția Centrală pentru Managementul Proiectelor, gestionat de Junior Achievement Europa, își propune să exploreze percepțiile publicului din Moldova asupra antreprenoriatului social, să analizeze cadrul legal existent și să evalueze rolul stakeholderilor în dezvoltarea acestui sector. Studiul include și o cartografiere a principalelor entități implicate în economia socială, oferind astfel o imagine cuprinzătoare a ecosistemului antreprenoriatului social din Moldova.

Prin această cercetare, se urmărește nu doar o evaluare a stării actuale a antreprenoriatului social, dar și identificarea unor direcții de dezvoltare și oportunități pentru consolidarea acestui sector vital pentru progresul social-economic al Republicii Moldova.



# Capitolul 1. Antreprenoriatul social: percepția publicului din Moldova

Antreprenoriatul social joacă un rol crucial în dezvoltarea societății, prin abordarea provocărilor sociale și economice într-un mod sustenabil și inovator. Unul dintre factorii esențiali pentru creșterea acestui sector este conștientizarea publicului cu privire la importanța sa și deschiderea către dezvoltarea unor astfel de inițiative. În acest capitol, vom explora conceptul de antreprenorat social, rolul său în societate și percepțiile antreprenorilor și tinerilor din Moldova asupra acestui domeniu.

## Antreprenoriatul social – componentă a economiei sociale

Antreprenoriatul social a apărut ca fenomen în ultimele decenii, fiind parte integrantă a unui model distinct de economie – „economia socială”, numită și „economia solidară”. Această economie include nu doar întreprinderile sociale, ci și alte tipuri de entități, care, fiind diferite ca esență și mod de funcționare, împărtășesc același scop: îmbunătățirea bunăstării sociale și economice prin activități sustenabile (vezi figura 1.1).

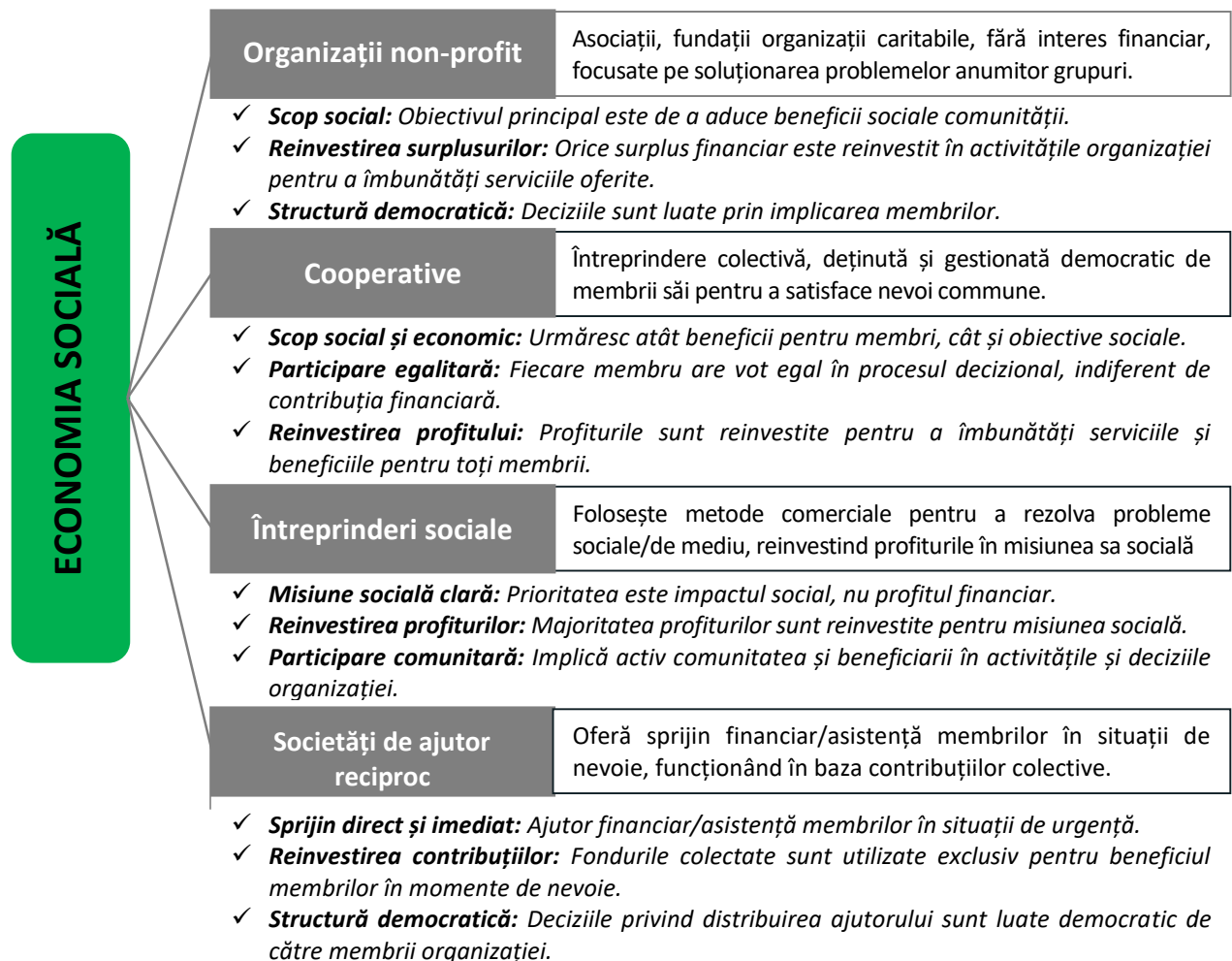
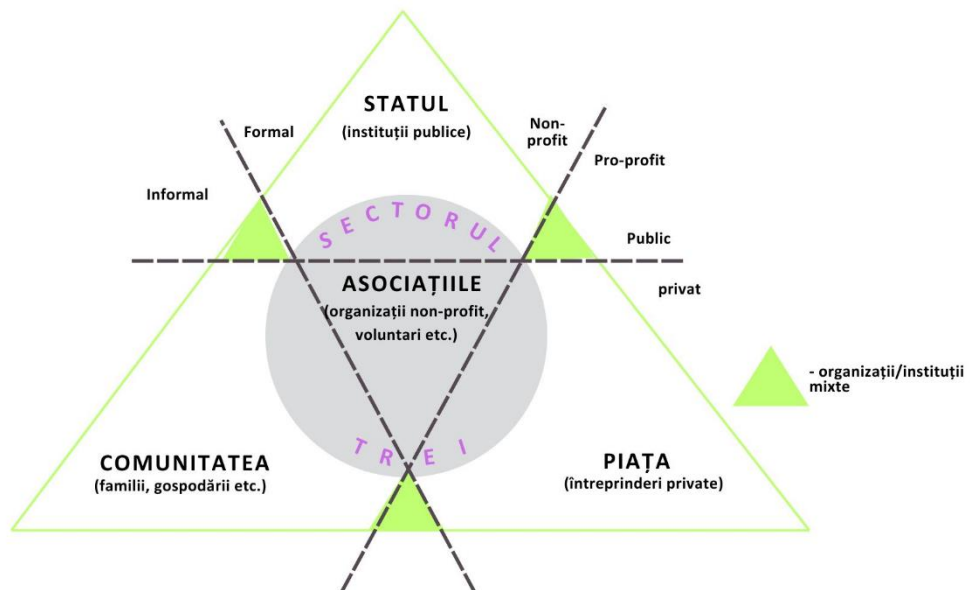


Figura 1.1. Componenta instituțională a economiei sociale

Entitățile care formează economia socială (cooperativele, întreprinderile sociale, societățile de ajutor reciproc și organizațiile non-guvernamentale) au în comun misiunea de a răspunde unor nevoi sociale și economice, prioritizând beneficiul comunității și al membrilor, în locul profitului. Toate operează pe principii de solidaritate și gestionare democratică, reinvestindu-și resursele în scopuri sociale. Totuși, ele se deosebesc prin structura și funcționarea lor: cooperativele sunt deținute de membri pentru nevoi comune, întreprinderile sociale folosesc metode comerciale pentru a rezolva probleme sociale, societățile de ajutor reciproc oferă sprijin financiar membrilor, iar ONG-urile se concentrează pe activități de advocacy, caritate și servicii comunitare.

În literatura de specialitate, economia socială este considerată ca fiind al treilea sector al economiei, plasându-se în zona de interferență a sectoarelor privat, public și comunitar (vezi figura 1.2).



**Figura 1.2. Triunghiul lui Pestoff care arată logica economiei sociale (al treilea sector)**

Sursă: Thompson, Matthew. (2020). *Social Economy and Social Enterprise. International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)*. 10.1016/B978-0-08-102295-5.10702-4.

Amplasarea economiei sociale în zona de interferență dintre stat, piață și comunitate, este datorată faptului că deține caracteristici, preluate de la cele 3 sectoare.

#### **Caracteristici preluate de la sectorul privat**

- ✓ **Eficiența și productivitatea:**  
Economia socială își propune să fie eficientă și productivă, utilizând resursele disponibile în mod optim pentru a atinge obiectivele sociale.
- ✓ **Inovație și flexibilitate:**  
Organizațiile de economie socială adoptă practici inovatoare și sunt flexibile, adaptându-se rapid la schimbările din mediu și la nevoile comunității.

#### **Caracteristici preluate de la sectorul public**

- ✓ **Orientare către serviciile publice și binele comun:**  
Economia socială se concentrează pe furnizarea de servicii publice și pe asigurarea bunăstării comunității.
- ✓ **Reglementare și responsabilitate socială:**





Organizațiile de economie socială respectă reglementările și standardele impuse pentru a proteja interesul public și pentru a asigura transparența și responsabilitatea.

#### Caracteristici preluate de la sectorul comunitar

✓ **Participare și democrație:**

Deciziile în cadrul organizațiilor de economie socială sunt luate democratic, implicând activ membrii și comunitatea în procesele decizionale.

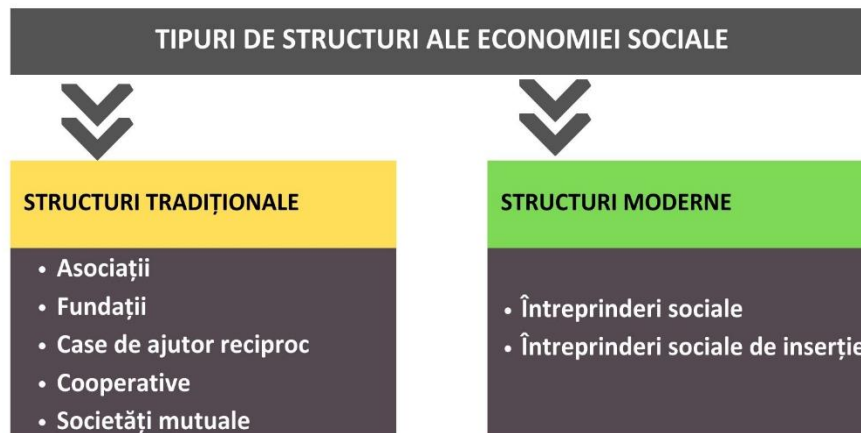
✓ **Solidaritate și ajutor reciproc:**

Economia socială promovează valori de solidaritate și ajutor reciproc, susținându-i pe cei aflați în nevoie și întărind coeziunea socială.

Această combinație de caracteristici face ca economia socială să fie un model economic unic și valoros, care contribuie semnificativ la dezvoltarea durabilă și la coeziunea socială în cadrul comunităților. În același timp, economia socială joacă un rol important în economie, atât prin locurile de muncă create, cât și prin contribuția la PIB. Conform unui studiu al Comitetului Economic și Social European, în Uniunea Europeană există 2,8 milioane de întreprinderi și organizații ale economiei sociale, care angajează 13,6 milioane de persoane (6,3% din totalul locurilor de muncă) și produc 8% din PIB-ul UE<sup>1</sup>.

### Atractivitatea întreprinderilor sociale comparativ cu alte structuri ale economiei sociale

Chiar dacă contribuie la atingerea aceluiași obiective (eliminarea excluziunii sociale și economice), structurile economiei sociale sunt diferite după forma de organizare, operare, unii autori propunând chiar divizarea acestora în 2 categorii distincte (vezi figura 1.3).



**Figura 1.3. Tipuri de structuri ale economiei sociale**

Sursă: Elaborat în baza „Raport de analiză a situației actuale și a provocărilor în ceea ce privește dezvoltarea antreprenoriatul social în R. Moldova”, GIZ Moldova

Gruparea structurilor economiei sociale în tradiționale și moderne reflectă atât evoluția istorică a acestui sector, cât și adaptarea sa la nevoile contemporane.

- **Structurile tradiționale** - s-au dezvoltat în principal din necesitatea de a oferi sprijin comunitar, solidaritate și gestionarea comună a resurselor. Aceste structuri sunt fundamentate pe valori precum altruismul, voluntariatul și cooperarea, fiind esențiale pentru crearea unui cadru social stabil în comunitățile în care activează.

<sup>1</sup> The 2023 Activity Report of Social Economy Europe, <https://www.socialeconomy.eu.org/wp-content/uploads/2024/07/4.-Activity-report-2023.pdf>



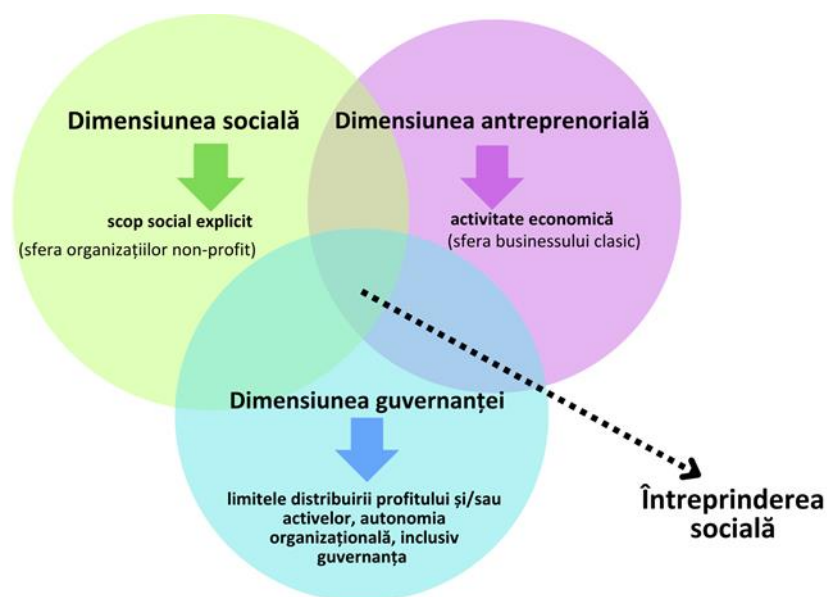
➤ **Structurile moderne** - au apărut ca răspuns la provocările contemporane, cum ar fi șomajul, excluziunea socială și inegalitățile economice. Acestea combină obiectivele sociale cu metode antreprenoriale și inovație, oferind soluții sustenabile și eficiente pentru problemele societății. Structurile tradiționale și moderne nu sunt opuse, ci complementare, fiecare jucând un rol specific în dezvoltarea socială și economică. Această grupare permite o analiză mai nuanțată și o abordare mai eficientă a politicilor publice, adaptate la nevoile și potențialul fiecărui tip de structură.

Având în vedere rolul crucial al întreprinderilor sociale în abordarea provocărilor contemporane, cum ar fi integrarea socială și dezvoltarea economică sustenabilă, analiza din continuare este focusată pe aceste structuri. Analiza întreprinderilor sociale este esențială pentru a înțelege modul în care economia socială se adaptează și inovează pentru a răspunde nevoilor actuale ale societății.

Practica țărilor care dezvoltă antreprenoriatul social, permite distingerea a 2 structuri caracteristice antreprenoriului social:

- ✓ **întreprinderea socială** - organizație care urmărește să rezolve probleme sociale sau de mediu prin activități economice sustenabile, reinvestind profitul pentru a maximiza impactul social.
- ✓ **întreprinderea socială de inserție** - tip de întreprindere socială care se concentrează pe integrarea în câmpul muncii a persoanelor aflate în dificultate sau în risc de excluziune socială. Întreprinderea socială de inserție păstrează toate caracteristicile întreprinderii sociale, având în plus misiunea de a facilita accesul pe piața muncii pentru persoanele vulnerabile.

Studiul „ICF Consulting Services, A map of social enterprises and their eco-systems in Europe”, realizat pe un eșantion de 29 de țări europene, a ajuns la concluzia că întreprinderea socială conține în sine 3 dimensiuni: socială, antreprenorială și de guvernanță (figura 1.4):



**Figura 1.4. Catacterul tridimensional al întreprinderii sociale**

Sursă: ICF Consulting Services, A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, European Commission

Cele 3 dimensiuni caracteristice întreprinderii sociale fac ca această să fie diferită atât de întreprinderile clasice, cât și de organizațiile non-profit:

- ✓ **dimensiunea antreprenorială** – implicarea într-o activitate economică continuă, care distinge întreprinderile sociale de organizațiile tradiționale non-profit/entitățile din economia socială



(care urmăresc un scop social și generează o formă de autofinanțare, dar nu neapărat prin activități comerciale regulate);

- ✓ **dimensiunea socială** – urmărirea unui scop social primar și explicit, care distinge întreprinderile sociale de întreprinderile convenționale (cu scop lucrativ);
- ✓ **dimensiunea guvernancei** - existența unor mecanisme care asigură menținerea obiectivelor sociale ale organizației. Această dimensiune evidențiază diferența dintre întreprinderile sociale și întreprinderile convenționale, precum și organizațiile tradiționale non-profit sau entitățile din economia socială, prin faptul că întreprinderile sociale au structuri de guvernare care prioritizează constant misiunea lor socială.

Fiecare dintre aceste dimensiuni a determinat dezvoltarea unui set de criterii de bază, care reprezintă condițiile minime pe care o organizație trebuie să le îndeplinească pentru a fi clasificată ca întreprindere socială<sup>2</sup>:

- Organizația trebuie să desfășoare o activitate economică continuă, adică să producă și/sau să comercializeze bunuri și/sau servicii.
- Trebuie să urmărească un scop social primar și explicit, care să aducă beneficii societății.
- Trebuie să aibă limite în distribuirea profiturilor și/sau activelor, pentru a prioritiza scopul social în fața obținerii de profit.
- Trebuie să fie independentă, adică să aibă autonomie organizațională față de stat și de alte organizații tradiționale cu scop lucrativ.
- Trebuie să aibă o guvernare incluzivă, caracterizată prin procese decizionale participative și/sau democratice.

Prezența dimensiunii antreprenoriale în esența întreprinderii sociale permite ca aceasta să ofere soluții eficiente pentru soluționarea problemelor sociale. Întreprinderile sociale au un nivel de performanță și sustenabilitate evident mai înalt comparativ cu ceilalți subiecți ai economiei sociale, grație principiilor comerciale pe care se bazează:

- ✓ **Orientarea către piață:** Întreprinderile sociale își desfășoară activitatea pe piețe competitive, la fel ca orice altă afacere. Ele trebuie să fie sensibile la cerințele și preferințele consumatorilor, să adapteze produsele și serviciile lor pentru a răspunde cerințelor pieței și să identifice oportunități de creștere și dezvoltare.
- ✓ **Eficiența operațională:** Pentru a rămâne sustenabile și competitive, întreprinderile sociale trebuie să fie eficiente din punct de vedere operațional. Acestea implementează practici de management și strategii de reducere a costurilor similare cu cele din sectorul privat, asigurând astfel utilizarea optimă a resurselor.
- ✓ **Flexibilitate și adaptabilitate:** Întreprinderile sociale sunt flexibile și capabile să se adapteze rapid la schimbările din mediul economic și social. Capacitatea de a inova și de a răspunde prompt la noile tendințe și provocări le permite să își mențină relevanța și competitivitatea pe piață.
- ✓ **Sustenabilitatea financiară:** Prin generarea de venituri din activități comerciale, întreprinderile sociale pot să își finanțeze activitățile sociale și să devină mai puțin dependente de donații și granturi. Această sustenabilitate financiară le permite să își planifice și să își extindă impactul pe termen lung.

<sup>2</sup> A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Synthesis Report, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/b556d0e5-8907-11e5-b8b7-01aa75ed71a1/language-en>



- ✓ **Inovație continuă:** Pentru a rămâne competitive, întreprinderile sociale investesc în inovație și dezvoltare. Acestea explorează noi idei, tehnologii și modele de afaceri pentru a îmbunătăți produsele și serviciile oferite.

Aceste caracteristici ale întreprinderilor sociale face ca acestea să dețină o cotă importantă în structura economiei sociale. Conform studiilor recente, în Uniunea Europeană există aproximativ 425.000 de întreprinderi sociale, constituind aproximativ 15% din numărul de subiecți ai economiei sociale. Numărul și cota întreprinderilor sociale în structura economiei sociale este în permanentă creștere.

## Afaceri clasice cu programe de responsabilitate socială vs. afaceri sociale

Pentru publicul larg frecvent apar confuzii între conceptul de antreprenoriat social și afacerile clasice care implementează proiecte de responsabilitate socială (CSR). Deși ambele tipuri de entități urmăresc să genereze impact pozitiv asupra societății, există diferențe fundamentale în modul în care operează și în obiectivele lor principale. Catalogarea greșită a afacerilor cu CSR drept afaceri sociale poate duce la neînțelegeri privind adevăratul scop și mecanismele de funcționare ale antreprenoriatului social.

### 1. Scopul urmărit:

- ✓ **Afaceri sociale:** Scopul principal al unei afaceri sociale este de a aborda probleme sociale sau de mediu prin activitățile sale de bază. Profitul este reinvestit în întreprindere sau în proiecte sociale, și nu distribuit acționarilor.
- ✓ **Afaceri cu CSR:** Scopul principal al unei afaceri clasice este de a genera profit pentru acționari. Programele de responsabilitate socială sunt adăugate ca inițiative secundare, menite să îmbunătățească imaginea companiei și să contribuie la comunitate.

### 2. Modelul de afaceri:

- ✓ **Afaceri Sociale:** Întreprinderile sociale își modelează toate operațiunile și strategia de afaceri în jurul misiunii lor sociale. Ele operează în mod sustenabil, cu accent pe generarea de impact social pozitiv.
- ✓ **Afaceri cu CSR:** Companiile clasice implementează programe de CSR ca parte a strategiei lor de afaceri, dar activitățile lor principale rămân orientate spre maximizarea profitului. CSR-ul este adesea gestionat ca un departament separat sau ca inițiative punctuale.

### 3. Utilizarea Profitului:

- ✓ **Afaceri sociale:** Profiturile sunt în mare parte reinvestite în întreprinderea socială sau în proiecte care susțin misiunea socială a acesteia.
- ✓ **Afaceri cu CSR:** Profiturile sunt distribuite acționarilor, iar doar o parte din aceste profituri este destinată programelor de CSR.

### 4. Măsurarea succesului:

- ✓ **Afaceri sociale:** Succesul este măsurat prin impactul social creat, alături de performanța financiară. Indicatorii cheie includ numărul de beneficiari, îmbunătățiri în calitatea vieții și progresul în rezolvarea problemelor sociale vizate.
- ✓ **Afaceri cu CSR:** Succesul este măsurat în principal prin performanța financiară și secundar prin impactul programelor de CSR. Indicatorii cheie includ profitabilitatea, satisfacția acționarilor și rezultatele CSR.

În concluzie, deși întreprinderile care implementează proiecte de responsabilitate socială (CSR) nu sunt întreprinderi sociale și nu fac parte din economia socială, ele joacă un rol crucial în educarea publicului și în conștientizarea importanței implicării în soluționarea problemelor sociale. Aceste companii contribuie la promovarea conceptului de afaceri sociale prin exemplul pe care îl oferă și prin impactul pozitiv asupra comunității. Este esențial, totuși, ca aceste două tipuri de entități să nu fie



confundate. Întreprinderile sociale își modelează întreaga activitate în jurul misiunii lor sociale și reinvestesc profiturile pentru a susține această misiune, în timp ce afacerile cu CSR adaugă inițiative sociale ca activități secundare, menținându-și obiectivul principal de a genera profit pentru acționari.

Afacerile cu CSR dedică eforturi relativ mici cauzelor sociale, iar contribuția lor la soluționarea problemelor sociale este limitată și ocazională. În contrast, întreprinderile sociale abordează problemele sociale ca misiune centrală a afacerii lor, angajându-se permanent în activități care generează impact pozitiv. Acestea au nevoie de suport din partea guvernului și a comunității pentru a-și atinge potențialul maxim. Sprijinul legislativ, facilitățile fiscale și accesul la finanțare sunt esențiale pentru dezvoltarea și sustenabilitatea lor. Implicarea comunității ajută la consolidarea bazei sociale și la promovarea valorilor de solidaritate și cooperare.

## Studiu de caz 1: Atitudinea antreprenorilor și tinerilor din Republica Moldova față de antreprenoriatul social.

În contextul dezvoltării economiei sociale, este esențială atitudinea diferitelor grupuri față de antreprenoriatul social. Acest studiu de caz analizează percepțiile antreprenorilor și tinerilor din Moldova asupra antreprenoriatului social, bazându-se pe două sondaje distincte realizate în perioada iunie-august 2024.

Primul sondaj, intitulat "Atitudinea antreprenorilor față de antreprenoriatul social," a implicat 71 de respondenți, fondatori și manageri de top ai afacerilor clasice. Pe lângă întrebările legate de antreprenoriatul social, sondajul a inclus și întrebări despre inițiativele de responsabilitate socială ale companiilor lor, având în vedere implicarea acestor lideri în sectorul afacerilor tradiționale.

Al doilea sondaj, "Ce cred tinerii despre antreprenoriatul social," a implicat 305 tineri. Scopul acestui sondaj a fost de a determina disponibilitatea tinerilor pentru antreprenoriat în general și pentru antreprenoriatul social în particular. Prin această abordare, s-a urmărit obținerea unei imagini clare asupra motivațiilor, așteptărilor și provocărilor percepute de tineri în ceea ce privește implicarea în inițiative sociale și de afaceri.

Ambele sondaje au fost organizate online, permițând o colectare eficientă a datelor și asigurând o diversitate a participanților. Rezultatele obținute oferă perspective valoroase asupra percepției antreprenoriatului social în Moldova, evidențiind atât provocările, cât și oportunitățile existente pentru dezvoltarea acestui sector important.

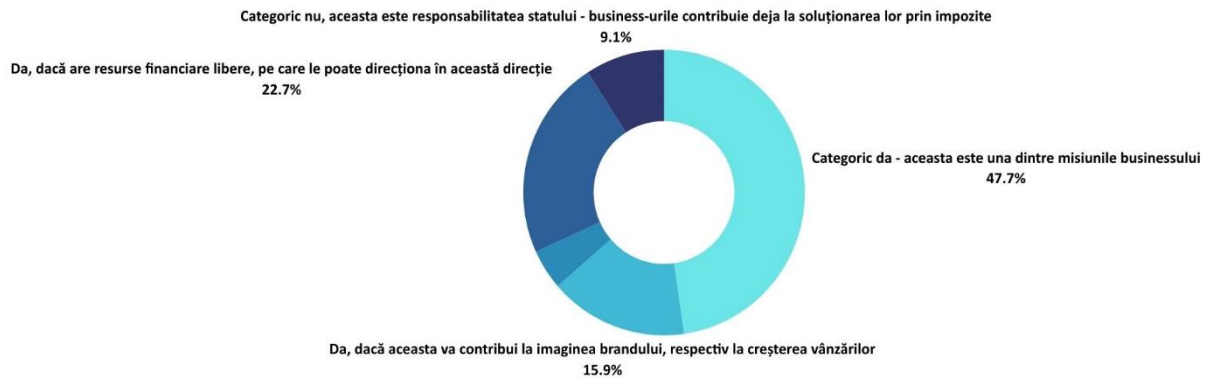
## SONDAJUL: Atitudinea antreprenorilor din Moldova față de antreprenoriatul social

### Caracteristicile demografice ale participanților la sondaj

La sondaj au participat 71 de respondenți, 45% dintre care sunt încadrați în categoria de vârstă 31-40 ani, categoriile de vârstă cu cea mai mică reprezentanță sunt: peste 50 ani – 14% și până la 20 ani – 6%. Majoritatea respondenților au studii superioare: Licență 37% și Master 47%. Mai mult de jumătate dintre participanți au experiență în afaceri de peste 6 ani (58%), 71% sunt fondatori de afaceri. După profilul afacerilor în care sunt implicați respondenții: servicii – 45%; producție – 24%, comerț – 12%, tehnologii informaționale – 10%. În același timp, în funcție de dimensiunile business-urilor, prevalează reprezentanții afacerilor micro, 61% dintre respondenți au declarat că au sau activează în afaceri cu un număr de angajați până la 9 persoane; 22% afaceri au între 10 și 49 angajați; 8% - între 50 și 250 și 10% - peste 250 angajați.

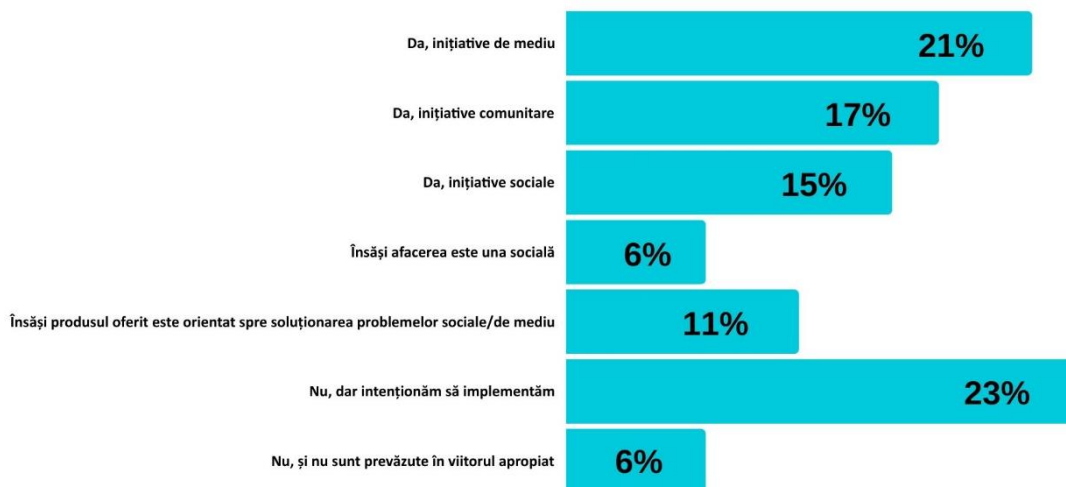
## Analiza răspunsurilor din compartimentul "Experiențe de implicare în cauze sociale/comunitare/de mediu"

Fiind întrebați despre părerea lor cu referire la implicarea afacerilor în soluționarea problemelor sociale, majoritatea au răspuns afirmativ, doar că sunt abordate diferit motivul acestei implicări – 47,7% dintre respondenți au menționat că aceasta este una dintre misiunile bussines-ului, iar 15,9% au menționat că businessul trebuie să o facă, dacă aceasta îi aduce beneficii, 22,7% ar susține astfel de inițiative doar dacă businessul are resurse financiare libere, iar alte 9,1% consideră că businessul susține deja cauzele sociale prin plata de taxe, în baza căror statul se ocupă de soluționarea problemelor sociale (vezi figura 1.5).



**Figura 1.5. Răspuns la întrebarea „Considerați că businessurile trebuie să contribuie la soluționarea problemelor sociale, de mediu, comunitare?”**

În același timp, dintre cei 47 de respondenți care au răspuns la întrebarea „**Ați implementat/implementați inițiative sociale/de mediu/comunitare?**”, 33 menționează că afacerile lor sunt implicate în inițiative sociale: 21% dintre antreprenori susțin că au implementat inițiative de mediu; 17% au inițiat proiecte comunitare, inclusiv sponsorizări și activități de voluntariat; 15% au desfășurat programe de susținere a categoriilor vulnerabile; 11% dintre respondenți au afirmat că produsele sau serviciile oferite sunt orientate spre soluționarea problemelor sociale și/sau de mediu; 6% susțin că afacerea lor este una socială, majoritatea profiturilor fiind direcționate spre soluționarea problemelor sociale sau de mediu (vezi figura 1.6).



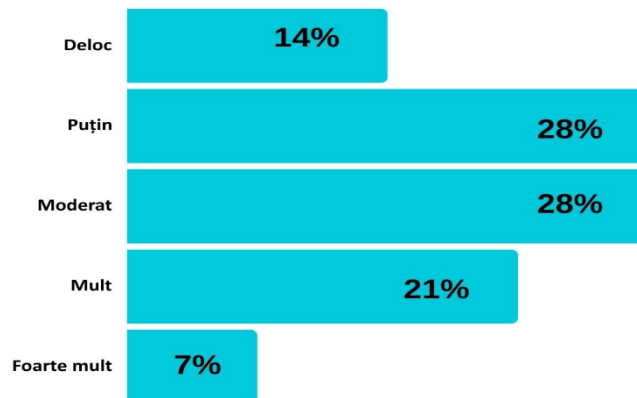
**Figura 1.6. Răspuns la întrebarea „Ați implementat/implementați inițiative sociale/de mediu/comunitare etc.?”**



Conform figurii 1.6, 23% dintre respondenți intenționează să implementeze inițiative sociale în viitor, iar 6% nu au implementat și nu planifică să implementeze astfel de inițiative în viitorul apropiat

Conform sondajului, tipurile de inițiative susținute de către antreprenori sunt diverse. Inițiativele de mediu se refera la proiecte de reciclare, de reducere a amprentei de carbon, de utilizare a energiei regenerabile, participarea la acțiuni de înverzire a teritoriilor. În domeniul inițiativelor comunitare au fost menționate sponsorizările, activitățile de voluntariat, iar în domeniul inițiativelor sociale cel mai frecvent sunt menționate crearea locurilor de muncă pentru persoane vulnerabile, desfășurarea programelor de susținere economică a grupurilor vulnerabile, sponsorizările și parteneriatele cu organizațiile non-profit.

Fiind întrebați "În ce măsură inițiativele de mediu, comunitare, sociale au avut impact pozitiv asupra afacerii?", 70% dintre respondenți au menționat impactul scăzut al acestor inițiative asupra business-ului: 14% au menționat că afacerea nu a fost influențată "Deloc", 28% au indicat că inițiativele au influență "Puțin" afacerea, iar alte 28% au constatat că impactul a fost "Moderat". Doar 28% au menționat că afacerile lor au fost impactate semnificativ în urma implementării inițiativelor de mediu, comunitare, sociale: 21% au selectat răspunsul "Mult" și 7% - "Foarte mult" (vezi figura 1.7).



**Figura 1.7. Răspuns la întrebarea "În ce măsură inițiativele de mediu, comunitare, sociale au avut impact pozitiv asupra afacerii?"**

Conform figurii 1.7, majoritatea respondenților consideră că inițiativele de mediu, comunitare și sociale au avut un impact pozitiv moderat sau scăzut asupra afacerilor lor, ceea ce poate indica o percepție limitată asupra beneficiilor directe pe care aceste inițiative le pot aduce.

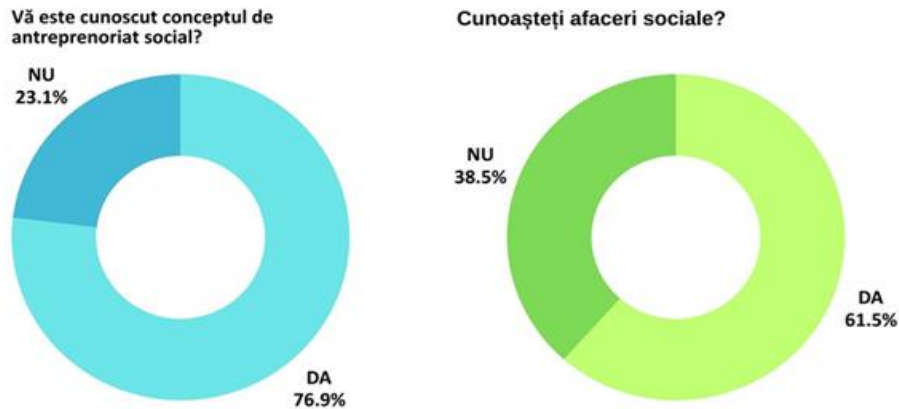
Chiar dacă consideră că impactul inițiativelor sociale, comunitare, de mediu asupra afacerii este destul de scăzut, majoritatea antreprenorilor susțin că le implementează deoarece acestea reflectă valorile și principiile afacerilor (64%).

În același timp, 15% dintre respondenți au menționat că prin aceste inițiative intenționează să obțină loialitatea clienților și angajaților iar 7% dintre respondenți o fac din motiv că statul nu își exercită suficient funcțiile.

## **Analiza răspunsurilor din compartimentul "Atitudinea față de antreprenoriatul social"**

În acest compartiment au fost adresate întrebări prin care s-a intenționat să se determine în ce măsură afacerile clasice sunt deschise spre colaborare cu afacerile sociale, dar să se determine disponibilitatea acestor antreprenori de a dezvolta afaceri sociale.

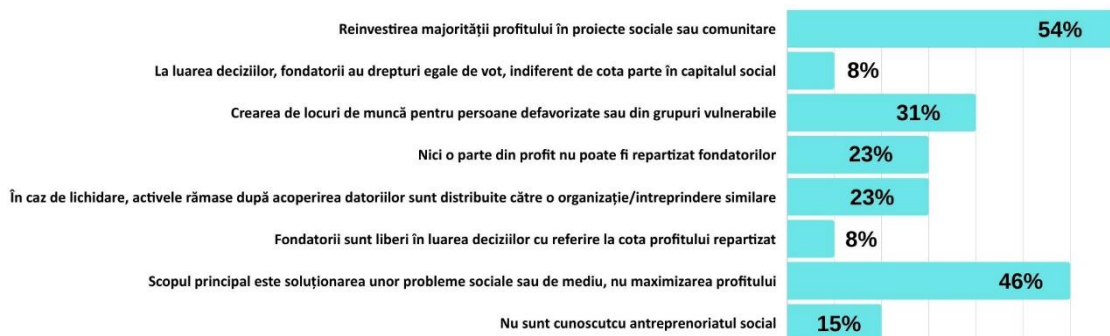
Fiind întrebați dacă sunt cunoscuți cu conceptul de antreprenoriat social, 76,9% dintre respondenți au răspuns "DA", în timp ce 23,1% au răspuns "NU". În același timp, nu toți cei care cunosc conceptul de antreprenoriat social, cunosc și afaceri sociale propriu-zise (vezi figura 1.8).



**Figura 1.8. Răspuns la întrebările "Vă este cunoscut conceptul de antreprenoriat social?" și "Cunoașteți afaceri sociale?"**

Numărul de antreprenori ce cunosc afaceri sociale este mai scăzut decât a celor ce cunosc conceptul de afaceri sociale (61,5% comparativ cu 76,9%). În același timp, doar 45% dintre respondenții ce au menționat că cunosc afaceri sociale au dat exemple de afaceri. Printre afacerile sociale mai des menționate de către respondenți se regăesc compania Floare de cireș Catering și EduJoc, care sunt destul de active în mediul online și offline. În calitate de exemplu a fost adusă și entitatea Ecovisio, care nu-i întreprindere, dar ONG, dar este foarte activă în promovarea antreprenoriatului social.

Chiar dacă o cota impunătoare de respondenți declară că cunosc conceptul de antreprenoriat social, sondajul a arătat că percepția lor asupra acestui gen de activitate este incompletă. Astfel, răspunsurile date la întrebarea "Care dintre următoarele caracteristici sunt valabile pentru întreprinderile sociale?", 46% au menționat că "Scopul principal este soluționarea unor probleme sociale sau de mediu, nu maximizarea profitului", ceilalți considerând ca și în cazul afacerii clasice, activitatea este focusată pe profit. În același timp, antreprenorii dau răspunsuri contradictorii în ceea ce privește distribuie profitului afacerilor sociale: 54% dintre respondenți consideră drept caracteristică a afacerii sociale "Reinvestirea majorității profitului în proiecte sociale sau comunitare", 23% consideră că "Nici o parte din profit nu poate fi repartizată fondatorilor", iar 8% consideră că antreprenorii social sunt liberi în luarea deciziei cu referire la cota de profit ce poate fi distribuit, între profitul întreprinderii sociale poate fi distribuit. În același timp, doar 15% dintre respondenți cunosc că "În caz de lichidare, activele rămase după acoperirea datoriilor sunt distribuite către o organizație/întreprindere similară", și doar 8% au menționat că la luarea deciziilor nu sunt luate în calcul cota de participațiune a fondatorilor în capitalul social (vezi figura 1.9).



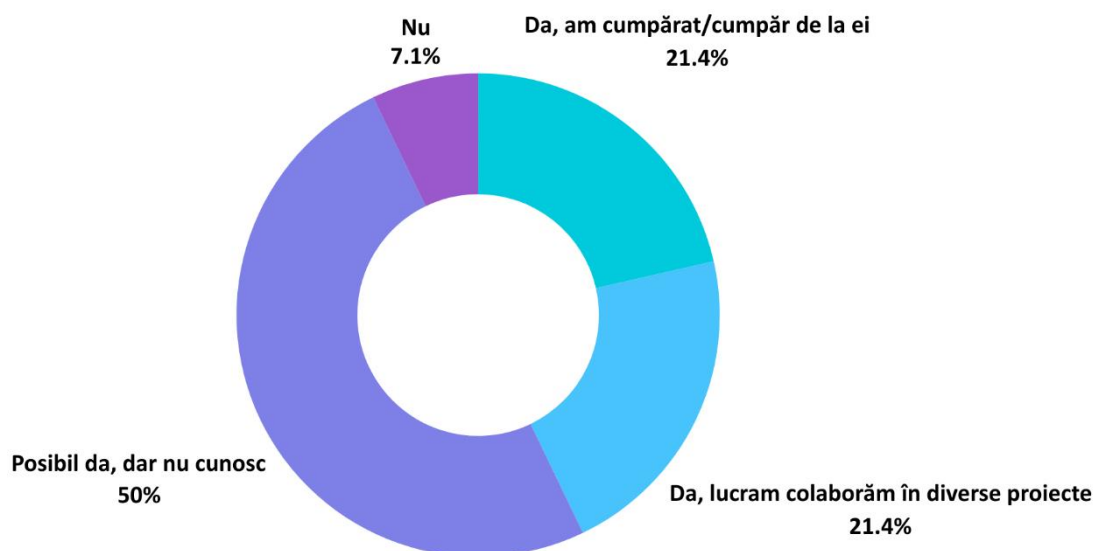
**Figura 1.9. Răspuns la întrebarea "Parerea Dvs., care dintre cele menționate mai jos, sunt caracteristici întreprinderilor sociale?"**





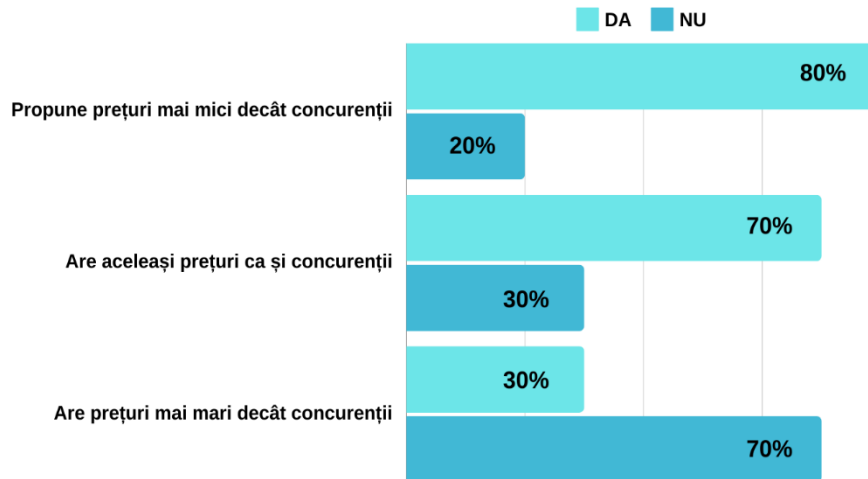
În baza răspunsurilor date de respondenți la întrebarea deschisă "În opinia Dvs, care sunt factorii ce-i motivează pe unii antreprenori să deschidă afaceri sociale?", se poate de constatat că antreprenorii clasici consideră că motivația antreprenorilor sociali provine în principal din valorile și principiile personale. Ei cred că acești antreprenori sunt ghidați de dorința de a contribui pozitiv societatea și de a rezolva problemele care îi afectează fie personal, fie pe membrii comunității lor. Empatia, implicarea socială, și grija față de mediu sunt văzute ca factori esențiali care îi motivează să acționeze. De asemenea, personalitatea fondatorilor joacă un rol important, aceștia având un interes autentic în promovarea unor cauze și dorința de a face lumea din jurul lor mai bună. Astfel, antreprenorii sociali sunt percepuți ca fiind motivați de un puternic sentiment de responsabilitate socială și de dorința de a fi utili societății.

Fiind întrebați "Dvs. ca persoană sau afacerea Dvs ați interacționat/interacționați cu afaceri sociale?", 50% dintre respondenți au răspuns "Posibil da, dar nu cunosc", 21,4% au răspuns "Da, am cumpărat/cumpăr de la ei", 21,4% au spus "Da, lucrez colaborăm în diverse proiecte", și 7,1% au răspuns "Nu" (vezi figura 1.10). În baza răspunsurilor se poate de constatat că interacțiunea cu afacerile sociale este variată, însă există o incertitudine semnificativă, reflectată prin faptul că jumătate dintre respondenți nu sunt siguri dacă au interacționat cu astfel de afaceri.



**Figura 1.10. Răspuns la întrebarea " Dvs. ca persoană sau afacerea Dvs ați interacționat/interacționați cu afaceri sociale?"**

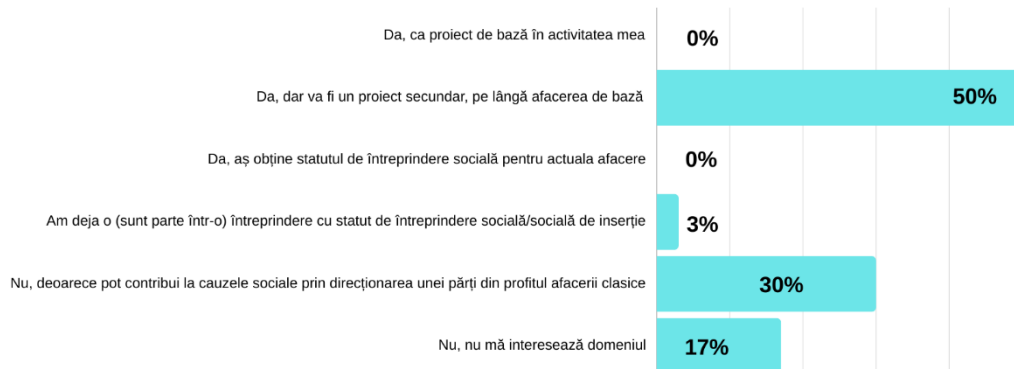
Chiar dacă nu sunt siguri despre interacțiunea cu afacerile sociale, răspunsurile date de către antreprenori la întrebarea "În luarea deciziilor de business ați da prioritate unui furnizor - afacere socială care oferă aceleași condiții de livrare și calitate ca și concurenții, DAR:", 80% dintre respondenți ar prioritiza un furnizor social care propune prețuri mai mici, 70% ar prioritiza un furnizor social cu aceleași prețuri, iar 30% ar da prioritate unui furnizor social chiar dacă are prețuri mai mari (vezi figura 1.11).



**Figura 1.11. Răspuns la întrebarea "În luarea deciziilor de business ați da prioritate unui furnizor - afacere socială care oferă aceleași condiții de livrare și calitate ca și concurenții, DAR:"**

În baza datelor din figura 1.11 se poate constata că respondenții sunt dispuși să sprijine afacerile sociale, mai ales dacă oferă prețuri competitive, dar și o parte considerabilă ar alege un furnizor social chiar dacă prețurile sunt mai mari, indicând un angajament față de valorile sociale.

Fiind întrebați "Dvs personal, ați deschide o întreprindere socială sau socială de inserție?", 50% au răspuns "Da, ca proiect de secundar în activitatea mea", 3% au menționat că au deja o afacere socială, 30% dintre respondenți au răspuns "Nu, deoarece pot contribui la cauzele sociale prin direcționarea unei părți din profitul afacerii clasice", 17% au spus "Nu, nu mă interesează domeniul". Chiar dacă 50% de respondenți au menționat că ar deschide o astfel de afacere, nici unul dintre respondenți nu a ales opțiunea de a dezvolta o afacere socială ca proiect de bază în activitatea sa.



**Figura 1.12. Răspuns la întrebarea "Dvs personal, ați deschide o întreprindere socială sau socială de inserție?"**

Antreprenorii care au răspuns "DA" la întrebarea referitoare la deschiderea unei afaceri sociale își motivează decizia printr-un set de valori și principii personale. Ei sunt ghidați de dorința de a contribui pozitiv la societate și de a ajuta oamenii sau mediul înconjurător. Acestea le oferă o satisfacție morală și un sentiment de utilitate, reflectând o implicare civică puternică și un angajament față de prosperitatea comunității lor.

Pe de altă parte, cei care au răspuns "NU" au adus argumente precum lipsa interesului pentru domeniul afacerilor sociale sau neînțelegerea modului în care acestea funcționează. Unii au menționat că nu doresc să se implice sau că nu consideră că este momentul potrivit pentru a deschide o astfel de afacere. Aceste răspunsuri indică o lipsă de interes sau de claritate cu privire la beneficiile și funcționarea afacerilor sociale.



## Unele concluzii în baza analizei rezultatelor sondajului

1. **Implicarea afacerilor în cauze sociale:** Majoritatea antreprenorilor consideră că implicarea în soluționarea problemelor sociale este importantă, dar motivațiile lor variază. Unii văd aceasta ca o misiune esențială a business-ului, în timp ce alții sunt dispuși să se implice doar dacă există resurse financiare libere sau beneficii directe.
2. **Diversitatea inițiativelor sociale:** Inițiativele sociale implementate de antreprenori sunt diverse, variind de la proiecte de mediu, cum ar fi reciclarea și reducerea amprentei de carbon, până la inițiative comunitare și sociale, cum ar fi crearea de locuri de muncă pentru persoane vulnerabile.
3. **Impactul perceput asupra afacerii:** Deși majoritatea antreprenorilor consideră că inițiativele sociale, comunitare și de mediu au un impact pozitiv, acesta este adesea văzut ca moderat sau scăzut. Doar o minoritate consideră că aceste inițiative au avut un impact semnificativ asupra afacerii lor.
4. **Cunoașterea antreprenoriatului social:** Deși mulți antreprenori sunt familiarizați cu conceptul de antreprenoriat social, percepția lor asupra acestui tip de activitate este incompletă. Există confuzii privind distribuirea profitului și alte caracteristici esențiale ale întreprinderilor sociale.
5. **Disponibilitatea pentru colaborare:** Antreprenorii sunt dispuși să sprijine afacerile sociale, mai ales dacă acestea oferă prețuri competitive. Un procent considerabil ar prioritiza un furnizor social chiar și în condiții de prețuri mai mari, ceea ce indică un angajament față de valorile sociale.
6. **Interesul pentru dezvoltarea afacerilor sociale:** Deși 50% dintre respondenți ar deschide o afacere socială, aceasta ar fi un proiect secundar, nu unul principal. Aceasta sugerează că, deși există interes, antreprenorii clasici nu văd antreprenoriatul social ca o prioritate principală.
7. **Lipsa de interes și claritate:** Cei care nu ar deschide o afacere socială indică o lipsă de interes pentru domeniu sau neînțelegerea funcționării acestuia, reflectând nevoia de mai multă educație și informare în acest sens.

## SONDAJUL: Ce cred tinerii din Moldova despre antreprenoriatul social Caracteristicile demografice ale participanților la sondaj

La sondaj au participat 305 tineri cu următorul profil: participanții la sondaj au fost predominant tineri, 44% dintre aceștia având sub 18 ani și 39% având între 18 și 25 de ani. Ceilalți participanți au fost mai puțin numeroși, doar 6% având vârste între 26 și 35 de ani, iar 11% fiind peste 35 de ani. În ceea ce privește educația, 14% dintre respondenți au finalizat gimnaziul, iar 23% au educație liceală. Un procent semnificativ, 29%, deține o formare superioară incompletă, în timp ce 22% au obținut diploma de licență. De asemenea, 8% au urmat studii de masterat, iar 3% au finalizat un doctorat. În ceea ce privește activitatea curentă, majoritatea respondenților sunt elevi (34%) sau studenți (38%), în timp ce 22% sunt angajați. Un număr mic de participanți, 2%, sunt antreprenori, iar 4% nu au o activitate concretă.

## Analiza răspunsurilor din compartimentul "Disponibilitatea tinerilor pentru activitate antreprenorială"

Din cei 305 tineri care au răspuns la întrebarea „Ai dori să fii antreprenor?”, 88,5% au răspuns "Da", în timp ce doar 11,5% au răspuns "Nu" (vezi figura 1.13).

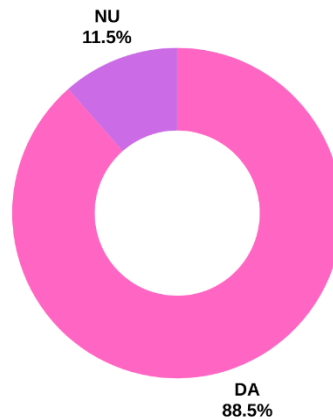


Figura 1.13. Răspuns la întrebarea „Ai dori să fii antreprenor?”

Respectiv, majoritatea tinerilor doresc să devină antreprenori, ceea ce indică un interes ridicat pentru acest domeniu, ceea ce sugerează un potențial mare pentru dezvoltarea antreprenoriatului în rândul tinerilor.

Printre **factorii care îi motivează pe tineri să facă antreprenoriat** sunt: libertatea de a urma propriile idei și visuri (65%); posibilitatea de a câștiga mai mulți bani decât la un job obișnuit (62%); să fii propriul șef și să îți faci propriul program (57%). Cote mai mici în răspunsuri au opțiunile: să faci o diferență în lume și în comunitatea ta (24%) și să rezolvi probleme reale și să aduci soluții inovatoare (46%).

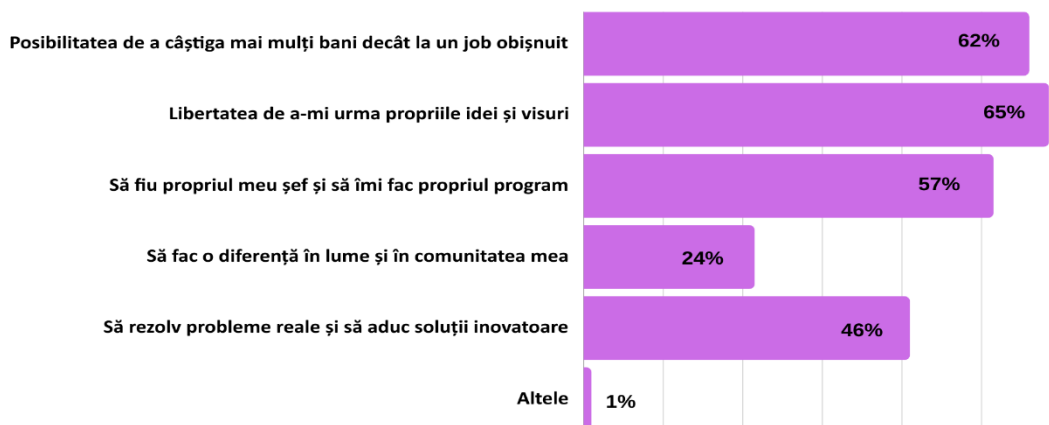
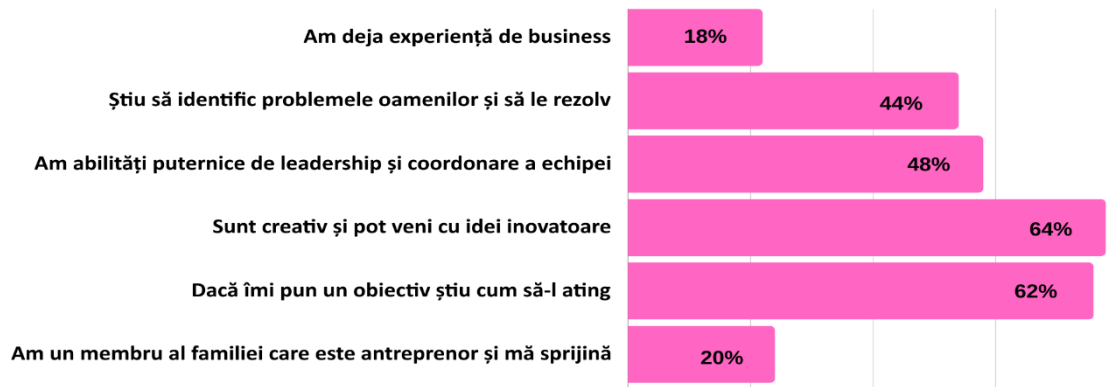


Figura 1.14. Răspuns la întrebarea " Ce te inspiră cel mai mult să devii antreprenor?"

Când au fost întrebați **“Ce te face să crezi că ai putea să fii antreprenor?”**, cele mai frecvente răspunsuri au evidențiat încrederea tinerilor în creativitatea lor, 64% dintre respondenți afirmând că sunt capabili să vină cu idei inovatoare. De asemenea, 62% consideră că pot atinge obiectivele pe care și le propun, reflectând o puternică orientare spre realizări concrete. Abilitățile de leadership și coordonare a echipei sunt, de asemenea, percepute ca puncte forte de 48% dintre tineri, iar 44% au menționat capacitatea lor de a identifica problemele oamenilor și de a le rezolva. Aceste date indică o percepție pozitivă asupra competențelor personale necesare pentru a deveni antreprenori, sugerând că tinerii au o viziune optimistă asupra potențialului lor antreprenorial, bazată pe creativitate, determinare și abilități de leadership. (vezi figura 1.15).



**Figura 1.15. Răspuns la întrebarea "Ce te face să crezi că ai putea să fii antreprenor?"**

Analizând răspunsurile tinerilor la întrebarea deschisă despre exemplele de afaceri și oameni de afaceri care îi inspiră, se observă că sunt menționate personalități și afaceri din diverse domenii, atât locale, cât și internaționale.

#### Tipuri de personalități și afaceri menționate de tineri:

- ✓ **Lideri în inovație și tehnologie:** Elon Musk (Tesla, SpaceX), Steve Jobs (Apple), Jeff Bezos (Amazon). Acești antreprenori sunt admirați pentru capacitatea lor de a revoluționa industrii și de a aduce inovații semnificative pe piață, ceea ce reflectă interesul tinerilor pentru creativitate și inovare, similar cu răspunsurile lor anterioare unde 64% au menționat creativitatea ca un factor esențial pentru a deveni antreprenori.
- ✓ **Antreprenori locali de succes:** Ion Sturza (Fribourg Capital), Anatol Stati (Ascom Group), Alexandru Comerzan. Acești lideri sunt recunoscuți pentru abilitatea lor de a dezvolta afaceri de succes în Republica Moldova, subliniind importanța determinării și a capacității de a depăși obstacolele - o calitate menționată de 62% dintre respondenți ca fiind crucială pentru succesul antreprenorial.
- ✓ **Afaceri de familie și business-uri locale:** Surorile Fortuna (casă de modă), Maria Angheluș (Covoare Ungheni), Dan Mesina (patiserie). Aceste exemple demonstrează aprecierea tinerilor pentru afacerile care oferă stabilitate, tradiție și o conexiune personală, legându-se de dorința de a avea un control puternic asupra afacerii și a modului în care aceasta evoluează.
- ✓ **Personalități inspiratoare prin valorile lor:** Lilu Ojovan (promotoare ECO), Oprah Winfrey, Sara Blakely (Spanx). Aceste personalități sunt admirate pentru autenticitatea lor și pentru angajamentul față de cauze sociale sau pentru capacitatea de a transforma dificultățile personale în succese antreprenoriale.
- ✓ **Afaceri și branduri cunoscute:** Tucano Coffee, Moldcell, Maib. Aceste branduri sunt apreciate pentru imaginea lor pozitivă și succesul în afaceri, tinerii fiind inspirați de modul în care aceste companii își mențin relevanța pe piață.

Tinerii sunt inspirați de personalități și afaceri care demonstrează creativitate, inovație, determinare și abilitatea de a depăși provocările. Aceste caracteristici sunt în concordanță cu abilitățile pe care tinerii le-au identificat anterior ca fiind esențiale pentru a deveni antreprenori, indicând o viziune clară asupra tipului de lideri și afaceri care îi motivează.

Cei care **nu se gândesc la antreprenori**, explică poziția sa prin: preferința pentru un job stabil și sigur (27%); necunoașterea pașilor de început (31%); riscul și nesiguranța (18%). De asemeni respondenții



au menționat lipsa sprijinului sau a resurselor suficiente (47%), nesiguranța în privința succesului ideilor proprii (24%) și dorința de a evita stresul și preferința pentru un job cu program fix (5%).

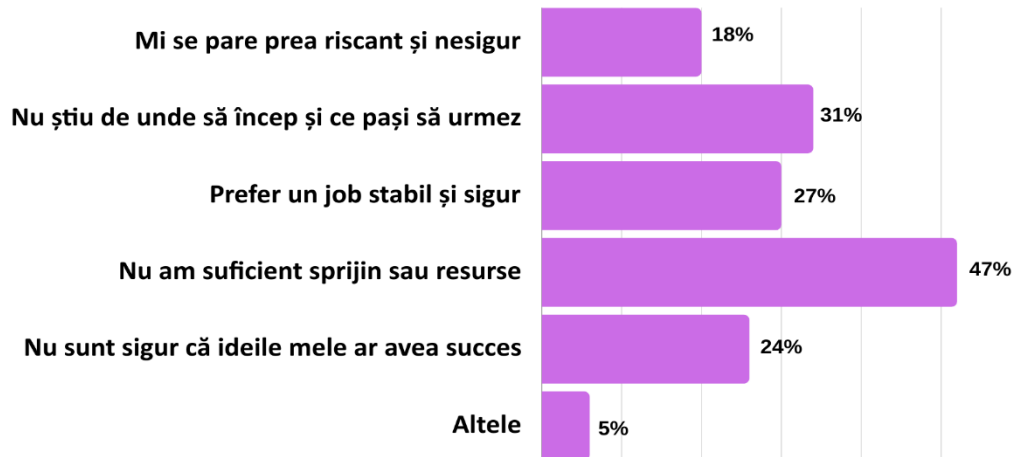


Figura 1.16. Răspuns la întrebarea "Ce te oprește să te gândești la antreprenoriat?"

### Analiza răspunsurilor din compartimentul "Cunoștințe despre antreprenoriatul social și atitudini personale"

Răspunsurile date la întrebarea "Îți este cunoscut termenul „afaceri sociale?” demonstrează că majoritatea tinerilor (56,1%) sunt familiarizați cu conceptul de afaceri sociale (vezi figura 1.16), ceea ce reflectă o conștientizare în creștere a acestui domeniu. Totuși, există încă o parte semnificativă care nu cunoaște acest termen (43,9%), indicând o posibilă nevoie de informare suplimentară.

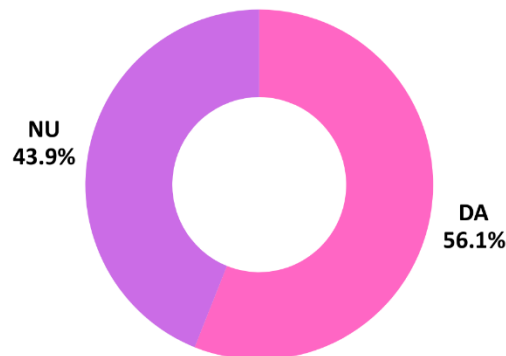
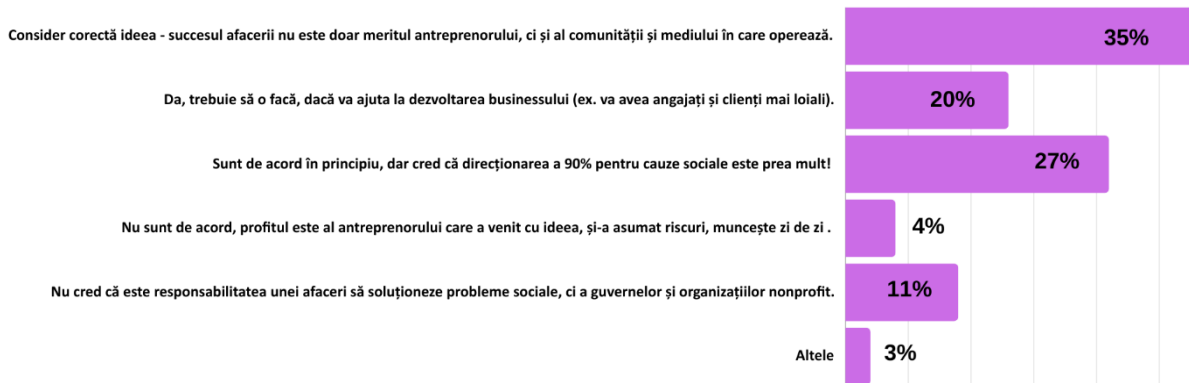


Figura 1.17. Răspuns la întrebarea "Îți este cunoscut termenul „afaceri sociale”?"

Răspunsurile date de tineri la întrebarea legată de prevederea legislative ce presupune reinvestirea a 90% din profitul afacerii sociale spre realizarea obiectivelor sociale urmărite, arată că majoritatea tinerilor recunosc importanța implicării sociale a afacerilor, dar au păreri diferite cu privire la modul în care ar trebui gestionat profitul (vezi figura 1.18). 35% dintre respondenți susțin ideea că profitul afacerilor sociale ar trebui să fie utilizat pentru a soluționa probleme sociale și de mediu, recunoscând astfel rolul comunității în succesul afacerii. Alți 27% sunt de acord în principiu cu această abordare, dar consideră că antreprenorii ar trebui să aibă și ei un beneficiu din profit. În același timp, există și o parte semnificativă (20%) care susține utilizarea profitului în scopuri sociale doar dacă aceasta contribuie la dezvoltarea afacerii. Totuși, un segment mai mic (15%) nu este de acord cu această direcționare a profitului, fie considerând că antreprenorul ar trebui să fie principalul beneficiar, fie că soluționarea problemelor sociale este responsabilitatea guvernelor și ONG-urilor. Această diversitate de opinii reflectă un echilibru între viziunea tradițională a profitului ca recompensă a antreprenorului și o nouă abordare care recunoaște responsabilitatea socială a afacerilor.



**Figura 1.18. Răspuns la întrebarea „Cum vezi ideea ca profitul afacerii să nu fie direcționat în buzunarul antreprenorului, ci să fie utilizat pentru soluționarea problemelor sociale/de mediu?”**

Fiind întrebați dacă cunosc afaceri ce soluționează probleme cu caracter social, de mediu, 53 de respondenți au răspuns „Da”, însă doar 4 au adus exemple de afaceri sociale. Afacerile menționate de respondenți sunt Edujoc, Vibe Academy, Edukasa, EcoVisio, Floare de Cireș Catering. Afacerile menționate întradevăr sunt afaceri sociale, cu excepția EcoVisio, care este o Asociație Obștească, implicată activ în promovarea antreprenoriatului social.

Analizând răspunsurile la întrebarea "Ce îi motivează pe unii antreprenori să fondeze afaceri sociale?", se observă că motivațiile predominante sunt altruiste și orientate spre impactul social (vezi figura 1.19). Majoritatea respondenților consideră că antreprenorii sunt motivați în principal de dorința de a aduce un impact pozitiv în societate, cu 68% menționând rezolvarea problemelor sociale sau de mediu ca principală motivație. Totuși, aspectele financiare, precum accesul la finanțări specifice (44%), și dorința de a obține recunoaștere în comunitate (42%) joacă, de asemenea, un rol important. Experiențele personale și misiunea de a face o diferență în lume completează motivațiile, sugerând că antreprenoriatul social este perceput nu doar ca un mijloc de a aborda problemele sociale, ci și ca o oportunitate de a beneficia de resurse și de a câștiga respectul comunității.



**Figura 1.19. Răspuns la întrebarea “Ce îi motivează pe unii antreprenori să fondeze afaceri sociale?”**

Pentru a identifica care este atitudinea tinerilor față de afacerile sociale, a fost pusă întrebarea: "În calitate de consumator, dacă ai avea de ales între produsele unei afaceri sociale și ale unei afaceri clasice (condițiile de acces la produs și calitatea fiind identice), ai da prioritate produsului afacerii sociale dacă...?". Răspunsurile au arătat că tinerii sunt dispuși să susțină afacerile sociale prin achiziția produselor oferite de aceste afaceri (vezi figura 1.20): 80% dintre tineri ar alege produsul unei afaceri sociale dacă acesta ar avea prețuri mai mici decât concurenții, 73% ar prefera produsul social dacă prețurile ar fi identice, iar doar 43% ar opta pentru un produs social dacă acesta ar avea prețuri mai

mari. Aceste date sugerează că, deși tinerii sunt dispuși să sprijine afacerile sociale, prețul rămâne un factor decisiv în alegerea lor de consum, ceea ce indică necesitatea ca afacerile sociale să ofere produse la prețuri competitive pentru a atrage și menține interesul tinerilor.

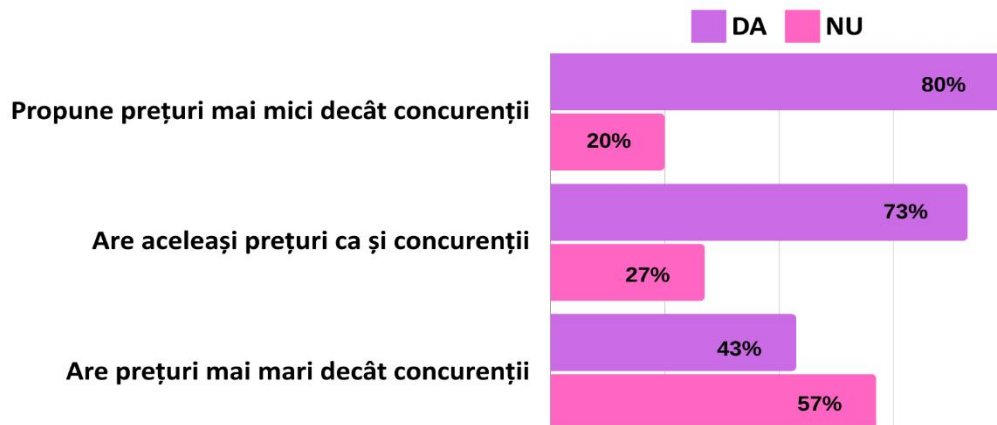


Figura 1.20. Răspuns la întrebarea "În calitate de consumator, dacă ai avea de ales între produsele unei afaceri sociale și ale unei afaceri clasice (condițiile de acces la produs și calitatea fiind identice), ai da prioritate produsului afacerii sociale dacă?"

### Analiza răspunsurilor din compartimentul "Disponibilitatea de a lansa afaceri sociale"

Răspunsurile la întrebarea din chestionar "Dacă ai avea posibilitatea, ai lansa o afacere socială?" arată că 59% dintre tineri ar fi dispuși să lanseze o afacere socială, în timp ce 41% nu ar face acest pas (vezi figura 1.21).

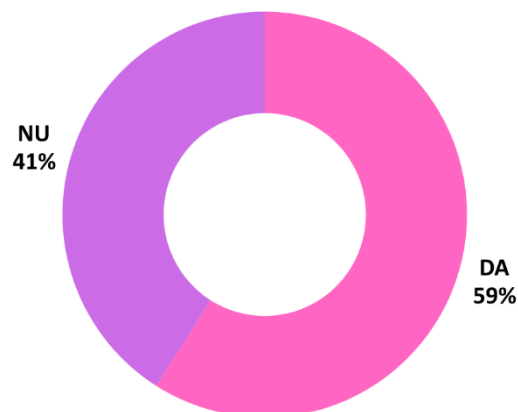


Figura 1.21. Răspuns la întrebarea "Dacă ai avea posibilitatea, ai deschide o afacere socială?"

Conform sondajului, majoritatea tinerilor manifestă un interes pozitiv față de antreprenoriatul social, ceea ce sugerează o deschidere către ideea de a îmbina succesul economic cu impactul social. Această atitudine reflectă o conștientizare crescută a problemelor sociale și o dorință de a contribui la soluționarea acestora prin intermediul afacerilor. Totuși, un procent semnificativ de 41% rămâne reticent, ceea ce poate indica preocupări legate de riscurile și dificultățile asociate cu lansarea unei afaceri sociale, cum ar fi profitabilitatea mai redusă sau complexitatea gestionării unui astfel de business.

Fiind rugați să argumenteze răspunsul la întrebarea "Dacă ai avea posibilitatea, ai deschide o afacere socială?", tinerii au oferit motive diverse, care pot fi împărțite în două categorii principale. Pe de o parte, cei care ar opta pentru deschiderea unei afaceri sociale au subliniat impactul pozitiv semnificativ asupra comunității și contribuția la îmbunătățirea vieții copiilor din familii vulnerabile. Acești tineri, adesea cu experiență în voluntariat, văd antreprenoriatul social ca o modalitate de a continua să ajute pe cei





nevoiași, răspunzând astfel unei nevoi reale de sprijin în comunitate. De asemenea, unii au menționat că, fiind puține afaceri de acest tip, există oportunități de a face o diferență.

Pe de altă parte, tinerii care au declarat că nu ar deschide o afacere socială și-au exprimat reticențele legate de lipsa unei motivații personale puternice sau de riscurile asociate. Acești respondenți consideră că, în momentul de față, nu există ceva care să îi motiveze suficient de mult să se angajeze în acest tip de antreprenoriat sau percep riscurile ca fiind prea mari.

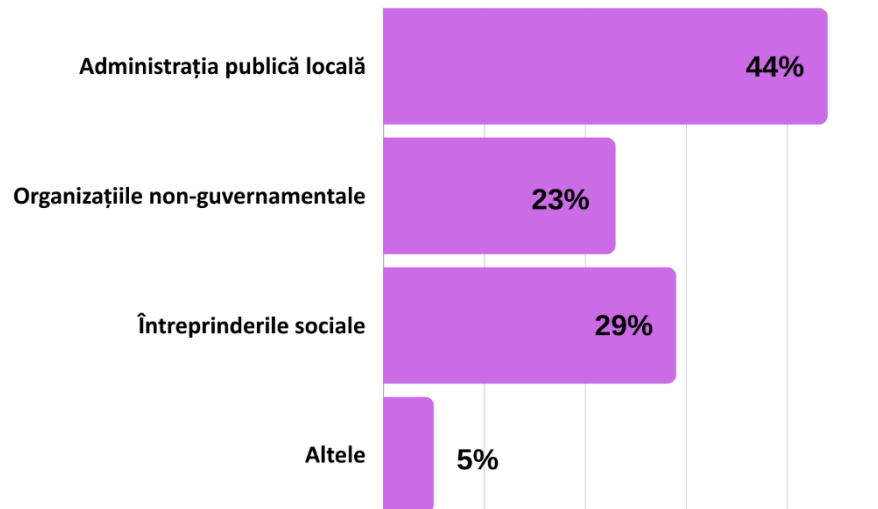
Tinerii au fost întrebați dacă au observat probleme în comunitatea lor care ar putea fi soluționate de afaceri sociale - aproximativ jumătate dintre tinerii respondenți au declarat că nu au observat probleme în comunitatea lor, cealaltă jumătate a tinerilor a identificat diverse probleme sociale și de mediu.

#### Probleme mai des menționate:

1. **Acces limitat la educație:** Tinerii au identificat faptul că mulți copii din familii defavorizate nu au acces la resurse educaționale sau la activități extracurriculare. Aceasta include lipsa echipamentelor și a tehnologiei necesare pentru a participa la educație de calitate.
2. **Probleme de mediu:** Gestionarea ineficientă a deșeurilor, poluarea și lipsa reciclării adecvate sunt frecvent menționate ca probleme majore care ar putea fi soluționate prin afaceri sociale.
3. **Probleme sociale și de sănătate:** Bullying-ul în școli, traumele psihologice și necesitatea accesului la consiliere psihologică sunt alte aspecte des întâlnite, alături de abuzul de alcool și neglijarea persoanelor vulnerabile, precum cei din familii defavorizate.
4. **Sprijin pentru grupuri vulnerabile:** Tinerii au menționat necesitatea sprijinirii persoanelor cu deficiențe mintale, vârstnicilor, copiilor orfani, și altor grupuri vulnerabile prin inițiative sociale care să le îmbunătățească condițiile de trai și integrarea în societate.

Cei care au identificat astfel de probleme au evidențiat necesitatea unor soluții în domenii cheie precum educația, protecția mediului și sprijinul pentru persoanele vulnerabile. Aceste observații reflectă o percepție clară a nevoilor comunității de către tineri.

După ce au fost identificate problemele din comunitate, tinerii au fost întrebați care dintre subiecții din comunitate ar putea să soluționeze cel mai bine problemele pe care le-au observat (vezi figura 1.22). Conform rezultatelor, 44% dintre respondenți consideră că administrația publică locală ar fi cea mai potrivită pentru a rezolva aceste probleme, subliniind încrederea majorității în capacitatea și responsabilitatea instituțiilor publice de a gestiona provocările comunității. Întreprinderile sociale sunt văzute ca soluția potrivită de către 29% dintre tineri, ceea ce indică un interes semnificativ pentru implicarea sectorului privat cu orientare socială în rezolvarea problemelor locale. Organizațiile non-guvernamentale (ONG-uri) sunt selectate de 23% dintre tineri, ceea ce sugerează o percepție limitată a rolului acestora în comparație cu administrația publică și întreprinderile sociale. În plus, 5% dintre respondenți au indicat alte entități sau nu au specificat o preferință clară, ceea ce poate reflecta o incertitudine sau o diversitate de opinii cu privire la cei mai potriviți actori pentru a interveni.



**Figura 1.22. Răspuns la întrebarea “Dacă ai identificat o anumită problemă, cum crezi, care dintre următorii subiecți ar soluționa cel mai bine problema pe care ai observat-o?”**

Aceste date arată că tinerii tind să aibă încredere în soluțiile instituționale tradiționale, cum ar fi administrația publică locală, pentru rezolvarea problemelor comunitare. Totuși, peste un sfert dintre respondenți recunosc rolul important pe care îl pot juca întreprinderile sociale, ceea ce indică o deschidere către soluții inovative și orientate către impactul social. Percepția mai scăzută față de ONG-uri sugerează fie o lipsă de vizibilitate a acestora în comunitate, fie o percepție că nu dispun de resursele necesare pentru a aborda problemele la scară largă. Aceste rezultate pot indica direcții importante pentru politicile locale, care ar trebui să includă atât susținerea întreprinderilor sociale, cât și un rol mai clar și mai vizibil pentru ONG-uri în rezolvarea problemelor comunitare.

### Unele concluzii în baza analizei rezultatelor sondajului

În rezultatul sondajului pot fi concluzionate următoarele cu referire la tinerii față de antreprenoriatul social:

1. **Interes ridicat pentru antreprenoriat în general:** 88,5% dintre tineri doresc să devină antreprenori, ceea ce sugerează un potențial mare pentru dezvoltarea antreprenoriatului în rândul tinerilor. Motivațiile principale includ dorința de libertate și posibilitatea de a câștiga mai mult decât la un job obișnuit.
2. **Încrederea în abilitățile personale:** 64% dintre tineri se consideră creativi și capabili să vină cu idei inovatoare, iar 62% cred că pot atinge obiectivele pe care și le propun. Această încredere în propriile competențe subliniază o viziune optimistă asupra potențialului lor antreprenorial.
3. **Disponibilitatea pentru antreprenoriatul social:** 59% dintre tineri ar fi dispuși să lanseze o afacere socială, demonstrând un interes semnificativ pentru integrarea obiectivelor sociale în activitatea antreprenorială. Totuși, 41% rămân reticenți, indicând preocupări legate de riscuri și dificultăți.
4. **Conștientizarea antreprenoriatului social:** 56,1% dintre tineri sunt familiarizați cu termenul „afaceri sociale,” reflectând o creștere a conștientizării acestui domeniu. Totuși, aproape jumătate dintre tineri nu cunosc conceptul, ceea ce subliniază necesitatea unei informări mai ample.
5. **Motivațiile pentru antreprenoriatul social:** Dorința de a aduce un impact pozitiv în societate este cea mai puternică motivație pentru antreprenoriatul social, cu 68% dintre tineri



considerând că rezolvarea problemelor sociale sau de mediu este esențială. Aspectele financiare și recunoașterea în comunitate sunt, de asemenea, factori motivaționali importanți.

6. **Preferințe de consum orientate spre afaceri sociale:** 80% dintre tineri ar alege produse de la afaceri sociale dacă prețurile ar fi mai mici, iar 73% dacă prețurile ar fi egale cu cele ale concurenței. Aceste date sugerează că prețul rămâne un factor decisiv în susținerea afacerilor sociale.
7. **Rolul întreprinderilor sociale în soluționarea problemelor comunitare:** 23% dintre tineri consideră că întreprinderile sociale sunt adecvate pentru a rezolva problemele comunitare, arătând o deschidere către soluții inovative și orientate spre impactul social. Aceasta reflectă o încredere în capacitatea acestor afaceri de a contribui la binele comun.

## Studiu de caz 2: Calitatea ecosistemului antreprenoriatului social: viziunea antreprenorilor sociali

Pe măsură ce mediul economic continuă să evolueze, calitatea ecosistemului antreprenorial devine un factor crucial pentru succesul și sustenabilitatea afacerilor sociale. Acest studiu de caz se concentrează pe percepțiile antreprenorilor sociali din Republica Moldova privind ecosistemul antreprenoriatului social, folosind rezultatele unui sondaj detaliat realizat în perioada iulie-august 2024.

Sondajul a implicat 12 antreprenori sociali, care activează în diverse regiuni ale țării și care reprezintă entități cu scopuri sociale variate. Datele au fost colectate printr-un sondaj online, iar afacerile sociale au fost contactate telefonic și prin email sau messenger pentru a asigura o participare cât mai diversificată și relevantă.

Scopul principal al acestui sondaj a fost de a evalua cum percep acești antreprenori cadrul legal, politicile de suport, implicarea societății civile și accesul la resursele necesare pentru dezvoltarea afacerilor sociale. În același timp, în sondaj a fost pus accent și pe motivațiile personale ale fondatorilor de afaceri sociale, dar și unele aspect legate de activitatea afacerilor sociale din Moldova.

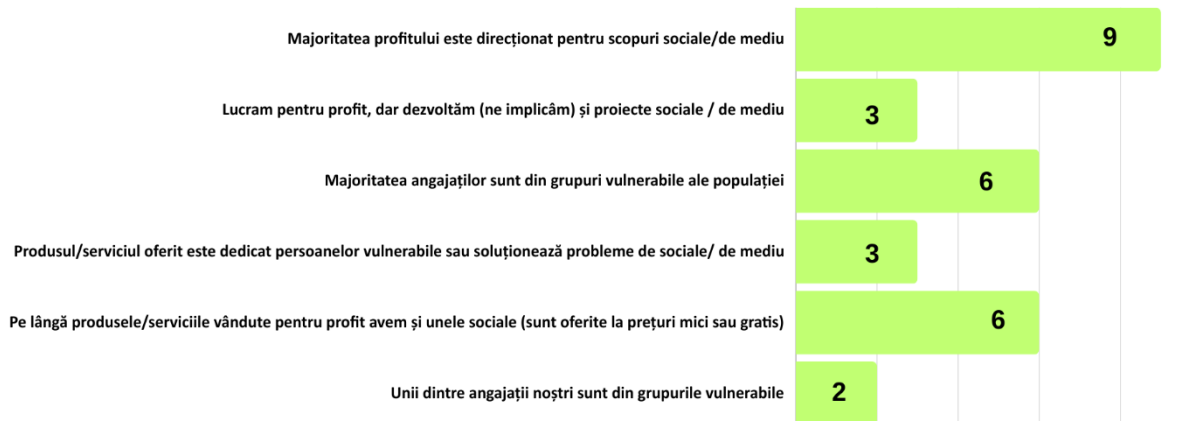
Aceste date sunt esențiale pentru a înțelege în profunzime nu doar dificultățile, ci și potențialele oportunități pe care le prezintă ecosistemul actual pentru dezvoltarea antreprenoriatului social în Moldova. Rezultatele oferă o bază solidă pentru discuții ulterioare privind îmbunătățirea ecosistemului și crearea unor condiții mai favorabile pentru antreprenorii care doresc să genereze impact social pozitiv.

### Caracteristicile demografice ale participanților la sondaj

Întreprinderile sociale participante la sondaj reprezintă un grup diversificat din punct de vedere al vechimii, localizării geografice și statutului juridic. Acestea au o vechime în activitate care variază între 2,5 și 12 ani. Din punct de vedere geografic, 3 dintre aceste întreprinderi sunt localizate în municipiul Chișinău, 2 în municipiul Bălți, iar celelalte sunt distribuite în raioanele Ialoveni, Căușeni, Criuleni, Rîșcani, Rezina și Șoldănești, fiecare cu câte o întreprindere.

În ceea ce privește statutul juridic, 8 dintre aceste întreprinderi funcționează ca Societăți cu Răspundere Limitată (SRL), 2 sunt Întreprinderi Individuale, iar alte 2 sunt Organizații ale Societății Civile (OSC). Fondatorii acestor entități sunt împărțiți egal între organizații ale societății civile (5 întreprinderi) și persoane fizice (5 întreprinderi), iar 2 dintre întreprinderi au o combinație de fondatori din ambele categorii.

Profilul social al afacerilor este determinat în primul rând de faptul că majoritatea profitului este direcționat pentru scopuri sociale (9 respondenți), dar și de faptul că afacerile respective pun accent pe angajarea persoanelor vulnerabile (6 respondenți) și pe oferirea unor produse, servicii gratuite persoanelor din grupurile țintă (6 respondenți).



**Figura 1.23. Răspuns la întrebarea "Care aspecte din activitatea entității Dvs. permit să constatați că faceți antreprenoriat social?"**

În ceea ce privește recunoașterea oficială, 8 dintre întreprinderile care au completat chestionarul au statutul de Întreprindere Socială sau Întreprindere Socială de Inserție, în timp ce 4 nu au obținut acest statut, fie din cauza neîndeplinirii cerințelor impuse de Comisia Națională pentru Antreprenoriatul Social (CNAS), fie din lipsa unor beneficii clare asociate acestei recunoașteri.

### **Analiza răspunsurilor din compartimentul " Rolul și motivațiile antreprenorilor sociali"**

Chestionarul a fost completat de 12 reprezentanți ai afacerilor sociale, 7 dintre care sunt fondatori, 4 administratori, 3 sunt manageri de proiecte în cadrul întreprinderilor.

Pe baza răspunsurilor la întrebarea deschisă „Cum ați ajuns în domeniul antreprenoriatului social și ce vă motivează să activați aici?”, se conturează o imagine clară a motivațiilor care stau la baza implicării antreprenorilor sociali în proiecte cu impact asupra comunității.

Printre răspunsurile respondenților se menționează: „antreprenoriatul social rezolvă unele probleme ale comunității, cum ar fi adăpostul pentru oameni ai străzii și ajutorarea victimelor violențelor în familie”; „Am făcut mulți ani voluntariat, iar antreprenoriatul social a venit ca un următorul pas spre dezvoltare, astfel îmi realizez inițiativele sociale într-un mod independent și sustenabil”; „Activitatea desfășurată în cadrul ONG-ului și implicarea în diverse proiecte, dorința de a susține și valorifica resursele comunitare de a mobiliza segmentul antreprenorial din localitate.”

Concluzionând, motivațiile pentru implicarea în antreprenoriatul social sunt strâns legate de dorința de a genera un impact pozitiv asupra comunității, de a sprijini grupurile vulnerabile și de a utiliza antreprenoriatul ca un instrument pentru dezvoltarea durabilă. Fie că este vorba de experiențe anterioare în voluntariat, dorința de a rezolva probleme specifice ale comunității sau de a contribui la dezvoltarea locală, toți antreprenorii intervievați împărtășesc o viziune comună: aceea de a transforma inițiativele lor în agenți de schimbare socială.

În analiza răspunsurilor date de 9 respondenți la întrebarea „În ce măsură considerați că următoarele aspecte ale succesului afacerilor clasice sunt valabile și pentru afacerile sociale?”, se observă o diversitate de opinii privind aplicabilitatea acestor aspecte la afacerile sociale (vezi figura 1.24).

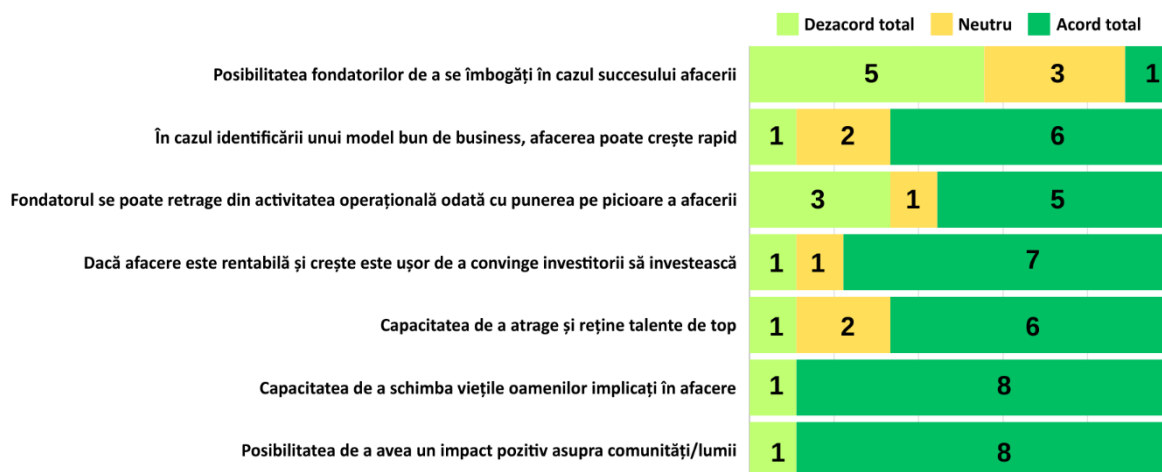
- 1. Posibilitatea fondatorilor de a se îmbogăți în cazul succesului afacerii:** Din răspunsurile oferite, 5 antreprenori au exprimat un dezacord total cu ideea că fondatorii de afaceri sociale se pot îmbogăți în același mod ca în afacerile clasice. Acest lucru indică faptul că majoritatea antreprenorilor sociali percep aceste afaceri ca având un scop predominant social, mai degrabă decât profitabil.
- 2. În cazul identificării unui model bun de business, afacerea poate crește rapid:** 6 respondenți au fost de acord cu această afirmație, ceea ce sugerează că antreprenorii sociali recunosc



importanța unui model de afaceri eficient și cred că, odată identificat, acesta poate conduce la o creștere rapidă, similar cu afacerile clasice.

3. **Fondatorul se poate retrage din activitatea operațională odată cu punerea pe picioare a afacerii:** 5 respondenți au fost neutri, în timp ce 3 au fost de acord cu această idee. Acest lucru arată o incertitudine sau o diversitate de opinie cu privire la posibilitatea fondatorilor de afaceri sociale de a se retrage după stabilirea afacerii, sugerând că poate fi mai dificil în sectorul social să își permită o astfel de retragere.
4. **Dacă afacerea este rentabilă și crește, este ușor de a convinge investitorii să investească:** 7 respondenți au fost de acord cu această afirmație, indicând faptul că, similar cu afacerile clasice, succesul financiar este perceput ca un factor crucial pentru atragerea investitorilor în afacerile sociale.
5. **Capacitatea de a atrage și reține talente de top:** 6 respondenți au fost de acord cu această afirmație, sugerând că antreprenorii sociali consideră că afacerile sociale pot atrage și reține talente de top, la fel ca afacerile clasice, poate datorită valorilor sociale și impactului pozitiv pe care îl au.
6. **Capacitatea de a schimba viețile oamenilor implicați în afacere:** 8 dintre respondenți au fost de acord, ceea ce reflectă convingerea puternică a antreprenorilor sociali că afacerile lor pot avea un impact semnificativ asupra vieții angajaților și beneficiarilor, acesta fiind unul dintre principalele obiective ale acestor afaceri.
7. **Posibilitatea de a avea un impact pozitiv asupra comunității/lumii:** Toți cei 8 respondenți au fost de acord că afacerile sociale au un impact pozitiv asupra comunității și, implicit, asupra lumii. Acest lucru subliniază rolul esențial al afacerilor sociale în generarea de beneficii nu doar pentru indivizi, ci și pentru comunitatea largă.

În concluzie, deși există anumite aspecte ale succesului afacerilor clasice care sunt considerate valabile și pentru afacerile sociale, cum ar fi creșterea rapidă în cazul unui model bun de business și capacitatea de a atrage investitori și talente de top, există și diferențe semnificative, în special în ceea ce privește scopul final al acestor afaceri. Antreprenorii sociali par să pună un accent mai mare pe impactul social și pe sustenabilitatea pe termen lung, mai degrabă decât pe profitabilitatea personală.



**Figura 1.24. Răspuns la întrebarea “În ce măsură considerați că următoarele aspecte ale succesului afacerilor clasice sunt valabile și pentru afacerile sociale?”**



## Analiza răspunsurilor din compartimentul " Detalii activitatea entității"

Pe baza a 5 răspunsuri la întrebarea deschisă „**Enumerați produsele/serviciile comerciale pe care le oferă entitatea pe care o reprezentați (din care obțineți venit/profit)**” se conturează o diversitate semnificativă în ceea ce privește activitățile comerciale ale întreprinderilor sociale participante:

- ✓ servicii sociale de plasament și îngrijire pentru persoane vârstnice și adulți cu dizabilități, servicii de înot pentru copii și adulți;
- ✓ confecționarea hainelor specifice portului tradițional decorate cu broderie, uniforme școlare, HoReCa, personalizarea prin broderie a diferitor produse, și servicii de reparație și retușare a articolelor vestimentare;
- ✓ servicii de vizită în cadrul atelierului EduJoc și producerea și comercializarea jucăriilor și jocurilor educative;
- ✓ produse apicole;
- ✓ servicii de catering, mese de sărbătoare (cumetrii, nunți, aniversări, pomeniri), și vânzări de produse de panificație (plăcinte, copturi, biscuiți, etc.) la diverse evenimente, târguri.

Întreprinderile sociale participante la sondaj oferă o gamă variată de produse și servicii comerciale, care variază de la servicii sociale și de îngrijire, confecționarea de haine și produse personalizate, până la servicii educative, produse apicole și servicii de catering. Această diversitate nu numai că reflectă adaptabilitatea și creativitatea acestor întreprinderi în răspunsul la diferite nevoi ale comunității, dar și potențialul lor de a genera venituri sustenabile, contribuind totodată la dezvoltarea economică și socială a comunităților în care operează.

La întrebarea deschisă „**Enumerați produsele/serviciile/proiectele sociale pe care le implementează entitatea DVS?**”, la care au răspuns 7 respondenți, au fost evidențiate diverse inițiative și servicii sociale implementate de întreprinderile sociale participante:

### **Servicii de îngrijire și sprijin pentru persoanele cu dizabilități și vârstnici**

- ✓ Serviciul social „Centrul de zi pentru copii cu dizabilități „Phoenix” și Programul de incluziune socială a tinerilor cu dizabilități, axate pe integrarea acestor persoane în comunitate și sprijin specializat.
- ✓ Serviciul „Intervenție timpurie și reabilitare pentru copii” și Serviciul social „Centrul de plasament pentru persoane vârstnice și cu dizabilități „Casa Phoenix”, care asigură îngrijire și reabilitare pentru beneficiari.
- ✓ Bazinul hidroterapeutic, care oferă terapii pentru persoanele cu nevoi speciale.
- ✓ Cantina de ajutor social din Răzeni și alte servicii de catering, care asigură mese pentru persoane vulnerabile și contribuie la combaterea sărăciei alimentare.

### **Adăposturi și servicii pentru persoane vulnerabile**

- ✓ Adăpost pe timp de noapte pentru oamenii străzii, incluzând două mese calde pe zi.
- ✓ Adăpost pentru victimele violenței domestice, oferind condiții de siguranță și confort pentru persoanele afectate.
- ✓ Serviciul de retușare a articolelor vestimentare din garderoba socială, oferit gratuit categoriilor defavorizate.

### **Activități educative și creative**

- ✓ Ateliere de joacă și ateliere creative pentru copii și familii, susținând dezvoltarea creativității și abilităților sociale.
- ✓ Evenimente pentru familii cu copii, dotarea ludotecilor și crearea de jocuri de masă, promovând învățarea prin joc.



- ✓ Proiecte de reciclare și reutilizare a materialelor, cum ar fi cartonul și lemnul, și ateliere de upcycling.
- ✓ Producerea vizierelor pentru doctori și puzzle-uri pentru copiii refugiați din Ucraina.

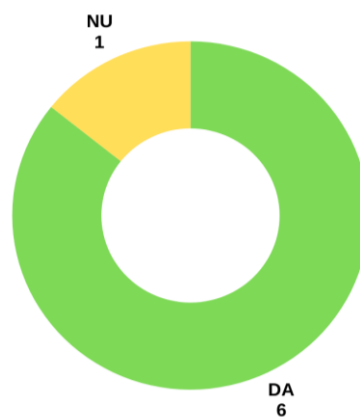
#### **Proiecte de instruire și integrare pe piața muncii**

- ✓ Serviciul de instruire la locul de muncă pentru tinerii cu dizabilități și din alte categorii defavorizate, facilitând integrarea acestora în societate.
- ✓ Crearea și menținerea locurilor de muncă pentru persoanele din categoriile defavorizate, asigurându-le o sursă stabilă de venit și o viață mai independentă.

#### **Proiecte de mediu și sustenabilitate:**

- ✓ Proiecte precum MEGA Game, MEGA Impact Championship, the Codru Quest, ClimateLaunchpad Moldova, și GreenTech Rangers, care promovează protecția mediului și dezvoltarea durabilă prin educație și implicare comunitară.

Răspunsurile oferite permit constatarea faptului ca întreprinderile sociale participante la sondaj implementează o varietate de proiecte și servicii sociale, care acoperă o gamă largă de nevoi comunitare. Aceste inițiative variază de la îngrijirea și sprijinirea persoanelor vulnerabile, la educație și dezvoltare creativă, integrarea pe piața muncii, și până la proiecte de sustenabilitate și protecție a mediului. Această diversitate reflectă angajamentul acestor organizații de a aduce schimbări pozitive și de a sprijini comunitățile prin soluții inovatoare și sustenabile. Pe lângă proiectele cu impact social și de mediu implementate, întreprinderile sociale, în majoritatea cazurilor, se focusează pe crearea de locuri de muncă pentru categoriile defavorizate ale populației (vezi figura 1.25). Dintre cele 7 întreprinderi care au răspuns la întrebarea “În cadrul entității aveți angajate persoane din grupuri vulnerabile?”, 6 au dat răspunsul “Da”.

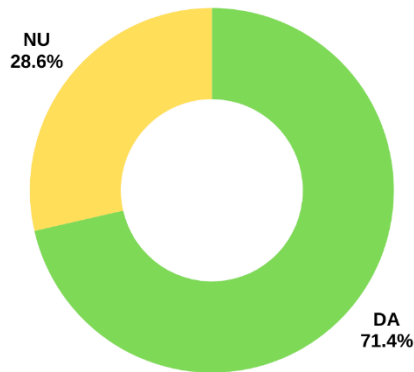


**Figura 1.25. Răspuns la întrebarea “În cadrul entității aveți angajate persoane din grupuri vulnerabile”**

Întrebarea legată de provocările întâmpinate de întreprinderile sociale care creează locuri de muncă pentru persoanele defavorizate a scos la iveală diverse dificultăți. Printre acestea se numără acomodarea locului de muncă și asigurarea transportului zilnic, precum și lipsa de studii și abilități practice a angajaților. De asemenea, un respondent a menționat că 60% dintre angajați sunt persoane pensionate care trebuie să se adapteze la noile tehnologii.

Cu toate acestea, unii respondenți nu au întâmpinat dificultăți semnificative sau au văzut aceste provocări ca oportunități, angajând personal specializat pentru a le gestiona.

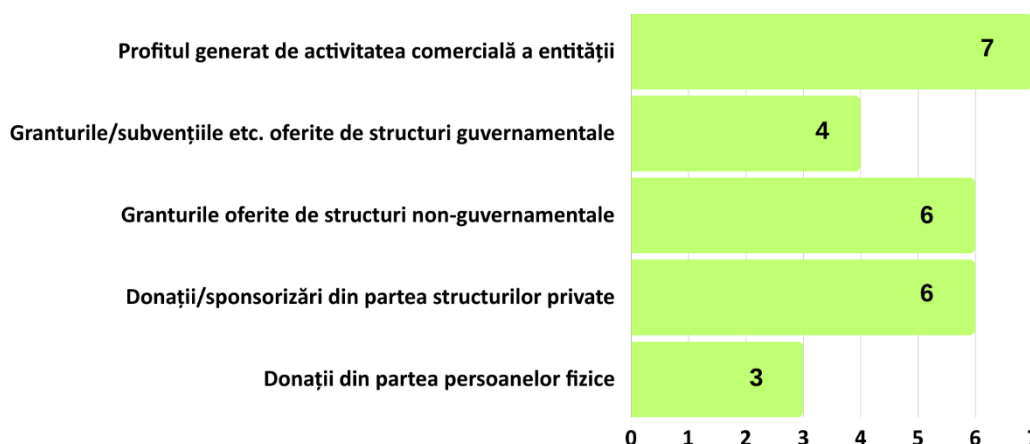
Fiind întrebați despre rezultatele financiare ale activității desfășurate de întreprinderile sociale, 5 din 7 întreprinderi care au răspuns la această întrebare am menționat că au avut perioade fiscale încheiate cu profit (vezi figura 1.26).



**Figura 1.26. Răspuns la întrebarea “Pe durata activității entității, ați avut perioade fiscale în care entitatea le-a încheiat cu profit?”**

Răspunsurile privind utilizarea profiturilor obținute din activitatea comercială arată că întreprinderile sociale își reinvestesc majoritatea sau chiar întregul profit în dezvoltarea și susținerea activităților lor sociale și economice. Mai exact: profitul a fost utilizat pentru procurarea de materiale și utilaje specifice, menite să faciliteze munca atelierelor și să genereze profituri viitoare; o parte semnificativă a acestor fonduri a fost alocată și pentru acoperirea cheltuielilor comunale ale centrelor sociale și procurarea de pachete alimentare și bunuri casnice necesare beneficiarilor acestor centre; reinvestirea a 100% din profit pentru dezvoltarea afacerii și inițiativelor sociale sau în servicii destinate persoanelor cu dizabilități. De asemenea, unele întreprinderi au folosit profitul pentru experimente de dezvoltare a produselor noi, subliniind o abordare orientată spre inovare și creștere sustenabilă.

Fiind rugați să indice **sursele de finanțare a proiectelor sociale**, toți respondenții care au răspuns la această întrebare, au menționat profitul generat de activitatea comercială, în același timp 6 respondenți au menționat granturile oferite de structuri non-guvernamentale și donațiile/sponsorizările din partea structurilor private. Întreprinderile sociale folosesc și finanțările oferite de structuri guvernamentale (4 întreprinderi sociale), dar și de finanțările din partea persoanelor fizice sub formă de donații (3 respondenți). În concluzie, întreprinderile sociale din sondaj demonstrează o diversificare a surselor de finanțare, cu un accent deosebit pe veniturile proprii și pe granturile non-guvernamentale, reflectând astfel adaptabilitatea și reziliența lor în asigurarea resurselor necesare pentru a-și continua misiunea social (vezi figura 1.27).



**Figura 1.27. Răspuns la întrebarea “Selectați sursele de finanțare pe care le folosiți pentru finanțarea proiectelor sociale implementate și/sau în curs de desfășurare”**

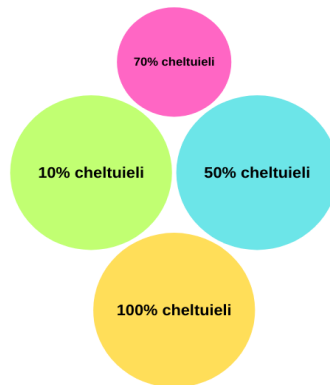
În cadrul sondajului, participanții au fost întrebați despre cota din cheltuielile legate de implementarea proiectelor sociale ce este acoperita in baza veniturilor generate de activitatea



comerciala. Din cei 7 respondenți, răspunsurile au variat considerabil, cotele variind de la 10 la 100% (vezi figura 1.28).

Răspunsurile celor 7 respondenți ce au răspuns la această întrebare au fost repartizate astfel: 2 întreprinderi au indicat ca 10% dintre cheltuieli sunt acoperite din profituri; 2 întreprinderi - 50%; 1 întreprindere - 70% și 2 întreprinderi - 100%.

Răspunsurile variate ale întreprinderilor sociale privind cota din cheltuielile legate de proiectele sociale acoperite din profiturile generate de activitatea comercială reflectă diversitatea strategiilor financiare adoptate de aceste organizații. În timp ce unele întreprinderi reușesc să acopere doar 10% din aceste cheltuieli prin profituri, altele acoperă până la 50%, 70%, sau chiar 100%.



**Figura 1.28. Răspuns la întrebarea “Indicati cota cheltuielilor legate de implementarea proiectelor sociale ce este finantata din profituri”**

În continuarea analizei resurselor ce sunt folosite pentru desfășurarea activității întreprinderilor sociale, respondenții au fost întrebați “Ați primit (primit) suport din partea administrației publice locale și/sau a businessul local?”, din 7 întreprinderi care au răspuns la această întrebare, 5 au dat răspuns afirmativ. La întrebarea deschisă „**Dacă ați afirmat că ați primit suport, menționați ce fel de suport ați primit,**” respondenții au indicat diverse forme de sprijin din partea diferitelor instituții și organizații. ANOFM a oferit subvenționarea locului de muncă pentru persoanele cu dizabilități locomotorii, un exemplu clar de sprijin specific pentru integrarea persoanelor cu nevoi speciale pe piața muncii. APL Cobîlea a contribuit cu suport financiar pentru Cantina Socială și Banca de Alimente cu produse, oferind astfel resurse esențiale pentru susținerea activităților sociale.

Suportul din partea sectorului privat a fost menționat prin sponsorizări din partea companiilor locale, evidențiind colaborarea dintre întreprinderile sociale și mediul de afaceri. De asemenea, Primăria Răzeni a oferit reduceri la taxele locale și chirie redusă pentru spațiile oferite în locațiune, iar Consiliul raional Ialoveni și APC au achiziționat servicii de catering, demonstrând un sprijin concret în facilitarea activităților economice și sociale ale întreprinderilor.

În baza răspunsurilor oferite de respondenți se poate constata că întreprinderile sociale au beneficiat de o varietate de forme de suport, de la subvenții și sprijin financiar, până la sponsorizări și facilități oferite de autoritățile locale. Aceste forme de sprijin sunt esențiale pentru susținerea și dezvoltarea întreprinderilor sociale, permițându-le să își continue misiunea socială și să contribuie eficient la comunitate.

Fiind rugați să aprecieze în ce măsură entitatea reușește să atingă obiectivul social urmărit, respondenții au dat note de la 7 la 10, pe o scala de la 1 la 10 (vezi figura 1.29). Din cele prezentate în figură, se constată că 2 întreprinderi sociale apreciază rezultatele obținute cu nota 6, 2 întreprinderi au apreciat rezultatele companiei cu nota 9, iar 3 au apreciat rezultatele activității cu nota 10.

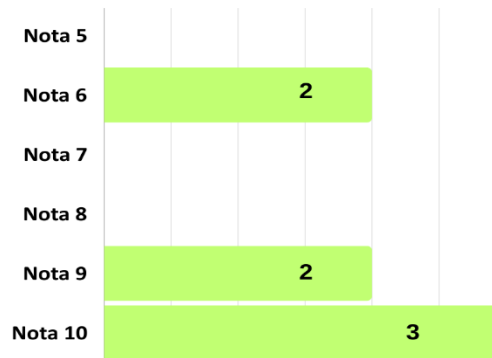


Figura 1.29. Răspuns la întrebarea "Pe o scală de la 1 la 10, apreciați în ce măsură entitatea pe care o reprezentați reușește să atingă obiectivul social pe care și l-a propus"

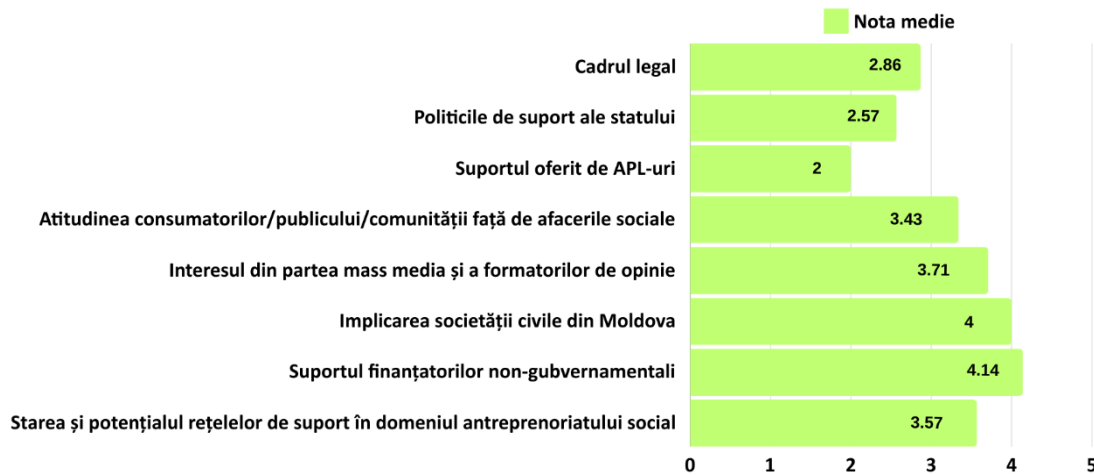
### Analiza răspunsurilor din compartimentul "Viziuni asupra posibilităților de dezvoltare a antreprenoriatului social"

Un loc aparte în chestionar a fost dedicat aprecierii ecosistemului în care se dezvoltă afacerile sociale. Respondenții au fost rugați să aprecieze cu note de la 1 la 5, în ce măsură diverse aspecte legate de ecosistemul antreprenorial sunt benefice dezvoltării antreprenoriatului social în Moldova. Analizând răspunsurile la această întrebare, se observă percepțiile variate ale respondenților cu privire la impactul diferitelor elemente ale ecosistemului antreprenorial asupra dezvoltării antreprenoriatului social în Moldova (vezi figura 1.30).

Cel mai apreciat aspect de către respondent a fost suportul finanțatorilor non-guvernamentali, cu o notă medie de 4,14 din 5, ceea ce indică un sprijin considerabil din partea acestor entități. Implicarea societății civile din Moldova a primit, de asemenea, o evaluare pozitivă, cu o notă medie de 4, subliniind rolul activ al societății civile în susținerea inițiativelor de antreprenoriat social. Interesul mass media și al formatorilor de opinie a fost evaluat la 3,71, ceea ce sugerează o vizibilitate rezonabilă a antreprenoriatului social în spațiul public.

În schimb, suportul oferit de autoritățile publice locale (APL) și politicile de suport ale statului au primit evaluări mai scăzute, cu note medii de 2 și respectiv 2,57, reflectând nemulțumiri legate de sprijinul insuficient sau ineficient din partea autorităților publice. Cadrul legal a fost evaluat cu o notă medie de 2,86, ceea ce indică faptul că legislația actuală nu este percepută ca fiind pe deplin favorabilă dezvoltării antreprenoriatului social.

În concluzie, rezultatele sugerează că, în timp ce suportul din partea finanțatorilor non-guvernamentali și implicarea societății civile sunt considerate aspecte puternic pozitive pentru dezvoltarea antreprenoriatului social în Moldova, există preocupări semnificative legate de eficiența suportului guvernamental și de cadrul legal existent. Aceste rezultate indică necesitatea unor reforme și îmbunătățiri în politicile publice și în cadrul legislativ pentru a crea un mediu mai favorabil pentru antreprenoriatul social.



**Figura 1.30. Răspuns la întrebarea “Apreciați cu note de la 1 la 5, în ce măsură următoarele aspecte legate de ecosistemul antreprenorial sunt benefice dezvoltării antreprenoriatului social în Moldova.”**

Respondenții au fost rugați să comenteze notele sub 3 pe care le-au acordat în evaluarea ecosistemului antreprenorial pentru dezvoltarea antreprenoriatului social în Moldova. Criticile aduse de antreprenorii sociali s-au concentrat pe mai multe aspecte esențiale:

1. **Cadrul legal insuficient de favorabil:** Unul dintre respondenți a subliniat că cadrul legal actual nu permite dezvoltarea tuturor serviciilor sociale necesare comunității, ceea ce limitează capacitatea întreprinderilor sociale de a se extinde și de a răspunde nevoilor societății.
2. **Lipsa de suport continuu din partea autorităților publice locale (APL):** Mai mulți respondenți au evidențiat faptul că APL-urile nu doar că nu oferă sprijin pentru dezvoltarea proiectelor sociale, dar în unele cazuri chiar împiedică inițiativele întreprinderilor sociale.
3. **Tratarea întreprinderilor sociale ca afaceri clasice:** Deși unele întreprinderi au statut de întreprindere socială de inserție, statul continuă să le trateze ca pe afaceri clasice, fără a le acorda prioritate la licitații, scutiri de taxe sau alte beneficii specifice sectorului social. Aceasta evidențiază o problemă semnificativă în recunoașterea și sprijinirea întreprinderilor sociale.
4. **Necesitatea îmbunătățirii capacităților instituționale:** Un alt aspect criticat este capacitatea instituțiilor de a sprijini efectiv dezvoltarea antreprenoriatului social. Este evidentă necesitatea unor reforme și îmbunătățiri instituționale pentru a crea un mediu mai favorabil pentru aceste întreprinderi.

Criticile aduse de antreprenorii sociali evidențiază lacune semnificative în cadrul legal, în sprijinul oferit de autoritățile locale și în recunoașterea specificității întreprinderilor sociale. Aceste aspecte trebuie abordate pentru a îmbunătăți ecosistemul antreprenorial din Moldova și pentru a permite dezvoltarea sustenabilă a antreprenoriatului social.

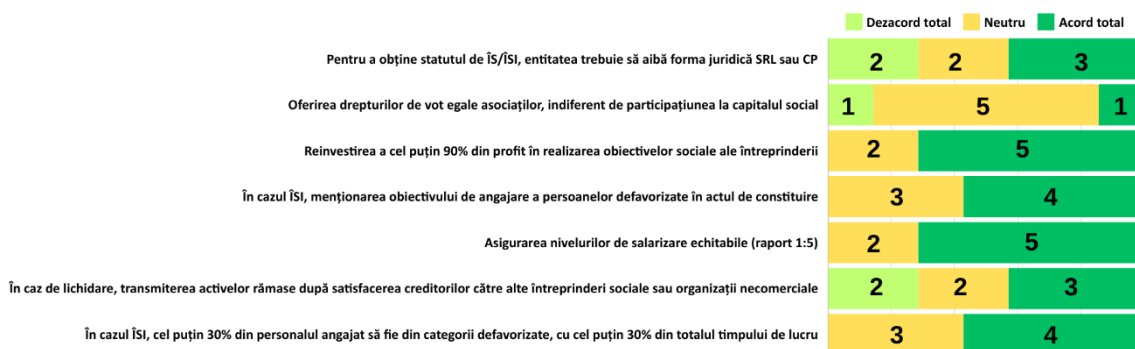
Respondenții au fost rugați să răspundă la întrebarea „În ce măsură sunteți de acord cu următoarele prevederi legislative cu referire la întreprinderile sociale/sociale de inserție?”. Analizând rezultatele, se observă variații semnificative în percepțiile antreprenorilor sociali cu privire la aceste prevederi legislative.

1. **Pentru a obține statutul de ÎS/ÎSI, entitatea trebuie să aibă forma juridică SRL sau CP:** Opiniile au fost împărțite, cu 2 respondenți în dezacord total, 2 neutri, și 3 în acord total. Această diversitate de opinii sugerează că nu toți antreprenorii sunt de acord cu restricționarea formei juridice pentru obținerea statutului de întreprindere socială.



2. **Oferirea drepturilor de vot egale asociațiilor, indiferent de participațiunea la capitalul social:** Majoritatea respondenților (5) au fost neutri, cu 1 dezacord total și 1 acord total. Aceasta arată o incertitudine sau o lipsă de consens cu privire la echitatea acestei prevederi legislative.
3. **Reinvestirea a cel puțin 90% din profit în realizarea obiectivelor sociale ale întreprinderii:** Răspunsurile au fost din nou împărțite, cu 2 respondenți în dezacord total, 2 neutri, și 3 în acord total, indicând o variabilitate în modul în care antreprenorii percep această cerință de reinvestire.
4. **În cazul ÎSI, menționarea obiectivului de angajare a persoanelor defavorizate în actul de constituire:** Această prevedere a primit un sprijin mai larg, cu 5 respondenți în acord total și 2 neutri, ceea ce sugerează că majoritatea antreprenorilor sociali consideră această cerință ca fiind necesară și adecvată.
5. **Asigurarea nivelurilor de salarizare echitabile (raport 1:5):** 3 respondenți au fost în dezacord total, 1 neutru, și 4 în acord total, ceea ce reflectă o percepție mixtă asupra acestei prevederi legate de echitatea salarială în cadrul întreprinderilor sociale.
6. **În caz de lichidare, transmiterea activelor rămase după satisfacerea creditorilor către alte întreprinderi sociale sau organizații necomerciale:** Această prevedere a fost bine primită, cu 2 respondenți neutri și 5 în acord total, indicând un consens larg asupra utilității acestei măsuri pentru protejarea activelor sociale.
7. **În cazul ÎSI, cel puțin 30% din personalul angajat să fie din categorii defavorizate, cu cel puțin 30% din totalul timpului de lucru:** 4 respondenți au fost de acord total, iar 3 neutri, ceea ce sugerează un sprijin majoritar pentru această cerință.

Percepțiile antreprenorilor sociali asupra prevederilor legislative variază considerabil. În timp ce unele prevederi, precum menționarea obiectivului de angajare a persoanelor defavorizate și transmiterea activelor în caz de lichidare, au primit un sprijin larg, altele, cum ar fi forma juridică necesară pentru obținerea statutului de ÎS/ÎSI și cerințele de reinvestire, au generat opinii mixte. Aceste rezultate sugerează necesitatea unei analize și eventuale revizuri ale legislației pentru a reflecta mai bine nevoile și realitățile întreprinderilor sociale din Moldova.



**Figura 1.31. Răspuns la întrebarea “În ce măsură sunteți de acord cu următoarele prevederi legislative cu referire la întreprinderile sociale/sociale de inserție?”**

Pe finalul sondajului respondenții au fost rugați să-și exprime părerea cu privire la motivele pentru care numărul întreprinderilor sociale și al întreprinderilor sociale de inserție înregistrate oficial de către Comisia Națională pentru Antreprenoriatul Social este atât de mic. La data de 4 mai 2024, erau înregistrate doar 12 astfel de întreprinderi.

Răspunsurile oferite de respondenți arată că există mai multe bariere și provocări care contribuie la numărul redus de întreprinderi înregistrate:



1. **Impedimentele birocratice și condițiile de funcționare:** Antreprenorii sociali consideră că procesul de obținere a statutului este complex și birocratic, ceea ce îi descurajează să inițieze sau să finalizeze procedura de înregistrare.
2. **Lipsa de avantaje clare:** Mulți antreprenori nu percep beneficii tangibile sau scutiri fiscale care să justifice efortul de a obține acest statut. Ei subliniază că sprijinul din partea statului este insuficient, iar dificultatea de a lucra cu persoane din categorii defavorizate, din cauza lipsei de cunoștințe și aptitudini, adaugă un strat suplimentar de dificultate.
3. **Schimbări minime în activitate după obținerea statutului:** Un alt motiv menționat este că obținerea statutului de ÎS/ÎSI nu aduce schimbări semnificative în modul de operare al afacerii, ceea ce îi face pe antreprenori să se întrebe dacă merită efortul.
4. **Lipsa de informații veridice și clare:** Unii antreprenori semnalează că nu există suficiente informații corecte și accesibile despre procedura de obținere a statutului și despre oportunitățile pe care le oferă acesta, contribuind astfel la reticența lor.
5. **Timpul îndelungat necesar pentru înregistrare:** Procesul de înregistrare este perceput ca fiind de lungă durată, ceea ce descurajează antreprenorii, mai ales pe cei aflați la început de drum sau cu resurse limitate.

Conform respondenților, demotivarea antreprenorilor sociali de a solicita statutul de ÎS/ÎSI este determinată de o combinație de obstacole birocratice, lipsa de avantaje clare, și insuficiența informațiilor despre beneficiile acestui statut. Pentru a încuraja mai multe afaceri sociale să obțină acest statut, ar fi necesare simplificarea procedurilor, creșterea transparenței și informarea adecvată, precum și oferirea unor avantaje concrete și suport activ din partea statului.

### Unele concluzii în baza analizei rezultatelor sondajului

În urma chestionării antreprenorilor sociali pot fi formulate următoarele concluzii:

1. **Diversitatea motivelor pentru implicarea în antreprenoriatul social:** Antreprenorii sociali sunt motivați de dorința de a genera un impact pozitiv asupra comunității, de a sprijini grupurile vulnerabile și de a valorifica resursele locale. Experiențele anterioare în voluntariat și dorința de a rezolva probleme specifice ale comunității sunt factori esențiali care îi determină să se implice în acest sector.
2. **Diferențe între antreprenoriatul social și afacerile clasice:** Antreprenorii sociali percep afacerile sociale ca având un scop predominant social, mai degrabă decât profitabil, și pun accent pe impactul social și sustenabilitatea pe termen lung. Deși aspecte precum creșterea rapidă și atragerea investitorilor sunt comune ambelor tipuri de afaceri, scopul final al antreprenoriatului social rămâne orientat către beneficii comunitare.
3. **Calitatea ecosistemului antreprenorial:** Suportul oferit de finanțatorii non-guvernamentali și implicarea societății civile sunt aspectele cel mai bine apreciate de antreprenorii sociali, indicând un sprijin considerabil din aceste zone. Cu toate acestea, suportul guvernamental și cadrul legal actual sunt percepute ca fiind insuficiente și necesită reforme pentru a crea un mediu mai favorabil antreprenoriatului social.
4. **Critici asupra cadrului legal și suportului din partea APL:** Antreprenorii sociali au criticat cadrul legal actual pentru că nu permite dezvoltarea tuturor serviciilor sociale necesare și pentru că tratează întreprinderile sociale similar cu afacerile clasice, fără a oferi beneficii specifice. De asemenea, suportul din partea autorităților publice locale (APL) este considerat insuficient, cu unele cazuri în care APL-urile împiedică inițiativele sociale.



5. **Provocări în crearea locurilor de muncă pentru grupurile vulnerabile:** Întreprinderile sociale întâmpină dificultăți în acomodarea locurilor de muncă, asigurarea transportului zilnic și integrarea persoanelor din categorii defavorizate, care adesea nu au cunoștințele sau abilitățile necesare.
6. **Utilizarea profitului în întreprinderile sociale:** Majoritatea întreprinderilor sociale își reinvestesc profitul în activitățile lor sociale și economice. Acest lucru reflectă un angajament puternic față de misiunea lor socială și o orientare spre inovare și creștere sustenabilă.
7. **Diversificarea surselor de finanțare:** Întreprinderile sociale demonstrează o capacitate de adaptare prin utilizarea unei game variate de surse de finanțare, inclusiv profituri din activitatea comercială, granturi non-guvernamentale și donații private. Această diversificare le permite să își continue misiunea socială și să contribuie eficient la comunitate.
8. **Demotivarea pentru obținerea statutului de ÎS/ÎSI:** Obstacolele birocratice, lipsa de avantaje clare și informațiile insuficiente despre beneficiile acestui statut sunt principalele motive care descurajează antreprenorii sociali să solicite statutul de ÎS/ÎSI. Simplificarea procedurilor și creșterea transparenței ar putea încuraja mai multe întreprinderi să obțină acest statut.

## Concluzii capitolul 1.

Antreprenoriatul social demonstrează un potențial remarcabil pentru a aborda problemele sociale și de mediu într-un mod sustenabil și inovator. Analizele realizate pe parcursul capitolului 1, permit formularea următoarelor concluzii:

1. **Rolul crucial al antreprenoriului social:** Antreprenoriatul social este prezentat ca un pilon esențial pentru dezvoltarea societății, abordând provocările sociale și economice într-un mod sustenabil și inovator.
2. **Diferențierea de alte structuri economice:** Întreprinderile sociale se diferențiază de afacerile clasice prin obiectivele lor sociale primare și prin modul în care reinvestesc profitul în scopuri sociale, în contrast cu companiile clasice care prioritizează profitul.
3. **Impactul și sustenabilitatea întreprinderilor sociale:** Întreprinderile sociale sunt recunoscute pentru capacitatea lor de a genera impact social durabil, combinând inovația și flexibilitatea cu practici economice eficiente.
4. **Percepția antreprenorilor clasici față de antreprenoriatul social:** În Republica Moldova, deși mulți antreprenori clasici cunosc conceptul de antreprenoriat social, percepția lor asupra acestuia este adesea incompletă, existând confuzii privind modul de funcționare și distribuirea profiturilor.
5. **Disponibilitatea pentru colaborare:** Antreprenorii clasici sunt deschiși să colaboreze cu afaceri sociale, în special atunci când acestea oferă prețuri competitive, indicând un angajament față de valorile sociale.
6. **Interesul tinerilor pentru antreprenoriat:** Majoritatea tinerilor din Moldova manifestă un interes ridicat pentru antreprenoriat, fiind motivați de dorința de libertate, de a câștiga mai mult și de a-și urma propriile idei.
7. **Conștientizarea și deschiderea față de antreprenoriatul social:** Deși există o conștientizare în creștere a conceptului de antreprenoriat social în rândul tinerilor, există încă o nevoie semnificativă de informare suplimentară.
8. **Motivațiile pentru fondarea afacerilor sociale:** Motivațiile antreprenorilor sociali sunt adesea altruiste, bazate pe dorința de a aduce un impact pozitiv în societate și de a rezolva problemele sociale sau de mediu, dar sunt influențate și de aspecte financiare și recunoaștere în comunitate.



9. **Ecosistemul antreprenoriatului social în Moldova este considerat limitativ de către antreprenorii sociali:** Antreprenorii sociali din Republica Moldova percep cadrul legal și politicile de suport ca fiind insuficiente pentru a facilita dezvoltarea și sustenabilitatea afacerilor sociale. Aceștia resimt o nevoie acută de îmbunătățire a accesului la resurse, finanțare și sprijin din partea autorităților, ceea ce indică un ecosistem încă în formare și necesitatea unor politici mai bine conturate pentru a sprijini acest sector.
10. **Implicarea comunității și a societății civile este esențială pentru succesul afacerilor sociale:** Rezultatele chestionării antreprenorilor social arată că implicarea comunității și suportul din partea organizațiilor societății civile sunt factori critici pentru dezvoltarea antreprenoriatului social în Moldova. Deși antreprenorii sociali au o motivație puternică de a genera impact social, lipsa unui ecosistem robust, care să includă parteneriate eficiente și recunoaștere formală, limitează potențialul de creștere și extindere al acestor afaceri.



## Capitolul 2. Cadrul legal în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova

Prin funcțiile pe care le exercită și modul în care funcționează, antreprenoriatul social are un rol esențial în societate. Prin esența sa, antreprenoriatul social preia o parte din funcțiile și responsabilitățile care, în mod normal, revin statului și societății civile, și le soluționează mult mai eficient, aplicând principiile comerciale în organizarea proceselor.

Dată fiind importanța pe care o are antreprenoriatul social în soluționarea problemelor cu care se confruntă societatea, dar și caracteristicile lui specifice, care îl diferențiază de businessul clasic, apare necesitatea unui cadru regulatoriu și de suport, prin care statul ar susține, dar și reglementa, monitoriza activitatea acestuia. Existența unui cadru regulatoriu dedicat antreprenoriatului social poate fi justificată prin multiple argumente:

- ✓ *Recunoaștere și susținere:* Un cadru legal clar oferă recunoaștere oficială antreprenorilor sociali, facilitând accesul acestora la resurse financiare și la alte forme de sprijin necesare pentru dezvoltarea și scalarea proiectelor lor.
- ✓ *Transparență și credibilitate:* Reglementările specifice asigură transparența activităților antreprenorilor sociali și contribuie la creșterea credibilității acestora în fața investitorilor, donatorilor și a publicului larg.
- ✓ *Măsuri fiscale:* Politicile statului pot include măsuri fiscale avantajoase pentru antreprenorii sociali, cum ar fi scutiri de taxe sau facilități fiscale, stimulând astfel dezvoltarea acestui sector.
- ✓ *Acces la finanțare:* Un cadru legal adecvat poate facilita accesul antreprenorilor sociali la fonduri publice și private, subvenții, granturi și alte forme de finanțare.
- ✓ *Colaborare și parteneriate:* Politicile statului pot încuraja colaborarea dintre sectorul public, privat și antreprenorii sociali, creând parteneriate care să maximizeze impactul social și economic al proiectelor.

În acest scop, multe țări își ajustează cadrul legal, adoptând acte legislative dedicate antreprenoriatului social (precum Legea nr. 219 privind economia socială, adoptată în 2015 în România sau Legea cu privire la antreprenoriatul social, adoptată în anul 2022 în Republica Serbia) sau intervenind cu modificări în cadrul legislativ dedicat activității antreprenoriale și/sau a organizațiilor non-profit (spre exemplu, în Estonia activitatea întreprinderilor sociale este reglementată prin Actul asociațiilor non-profit).

### Analiza cadrului legal din Republica Moldova

În Republica Moldova antreprenoriatul social este reglementat prin 3 acte legislative (vezi tabelul 2.1).

**Tabelul 2.1. Acte legislative în domeniul antreprenoriatului social Republica Moldova**

Actul legislativ	Aspectele reglementate	Data adoptării
<b>Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi</b>	Definește conceptul de antreprenoriat social și stabilește cadrul general de activitate a întreprinderilor sociale/sociale de inserție	Legea Nr. 223 din 02-11-2017 privind modificarea și completarea unor acte legislative





Regulamentul de organizare și funcționare a Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social	Stabilește procedura de atribuire și retragere a statutului de întreprindere socială/ socială de inserție	Hotărârea de Guvern Nr. 1165 din 28.11.2018
<b>Lista genurilor de activitate ce constituie activități de antreprenoriat social</b>	Stabilește domeniile de activitate premise, dar și cele intezise întreprinderilor sociale/sociale de inserție	Hotărârea de Guvern Nr. 1165 din 28.11.2018

Sursă: Elaborat în baza <https://www.legis.md>

Analiza cadrului legislativ arată că în Republica Moldova, pentru a reglementa activitatea legată de antreprenoriatul social, nu a fost emisă o lege separată. În schimb, au fost făcute ajustări la cadrul legislativ existent, prin modificarea și completarea Legii cu privire la antreprenoriat și prin adoptarea unor hotărâri de guvern care detaliază aspectele specifice ale acestui domeniu.

Astfel, cadrul general referitor la antreprenoriatul social este stabilit prin Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere, ca urmare a modificărilor întreprinse prin Legea Nr. 223 din 02-11-2017 privind modificarea și completarea unor acte legislative. În urma acestei modificări, a fost adăugat un capitol separat dedicat antreprenoriatului social: Capitolul VI<sup>1</sup> ANTREPRENORIATUL SOCIAL ȘI ÎNTREPRINDEREA SOCIALĂ. Aspectele specifice legate de antreprenoriatul social, precum procedura de atribuire a statutului de întreprindere socială și lista de activități admise pentru întreprinderile sociale și sociale de inserție, sunt reglementate de alte două documente, aprobate prin Hotărâre de Guvern.

## Prevederile Capitolului VI<sup>1</sup> din Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprindere

Capitolul VI<sup>1</sup> din Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere reglementează funcționarea întreprinderilor sociale prin următoarele măsuri: definirea antreprenoriatului social, determinarea tipurilor de entități eligibile pentru desfășurarea acestei activități, stabilirea condițiilor necesare pentru obținerea statutului de întreprindere socială și socială de inserție, specificarea procedurilor pentru dobândirea și retragerea acestui statut, precum și conturarea facilităților și sprijinului oferite de stat.

Astfel, în conformitate cu Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere, „*antreprenoriatul social este o activitate de antreprenoriat al cărei scop principal este soluționarea unor probleme sociale în interesul comunității*”<sup>3</sup> și poate fi desfășurat de către de întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție, create conform prevederilor legale. Specificul activității întreprinderilor sociale este prezentat în tabelul 2.2.

**Tabelul 2.2. Scopul, subiecții și activitățile caracteristice antreprenoriatului social**

<b>Scopul antreprenoriatului social:</b>	Activitatea antreprenorială este orientată spre îmbunătățirea condițiilor de viață și oferirea de oportunități persoanelor din categoriile defavorizate ale populației prin consolidarea coeziunii economice și sociale, inclusiv la nivelul colectivităților locale, prin ocuparea forței de muncă, prin dezvoltarea serviciilor sociale în interesul comunității, prin creșterea incluziunii sociale.
--	---

<sup>3</sup> Art. 362, Legea RM Nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprindere [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=17094&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=17094&lang=ro)



<p><b>Domenii de activități atribuite antreprenoriatului social<sup>4</sup>:</b></p>	<p><b>Crearea locurilor de muncă, incluziunea persoanelor defavorizate și protecția drepturilor persoanelor cu dizabilități</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crearea locurilor de muncă și încadrarea, în mod prioritar, a persoanelor din categoriile defavorizate ale populației;</li> <li>• Promovarea posibilităților de încadrare a persoanelor din categoriile defavorizate ale populației prin realizarea serviciilor de intermediere a muncii, de informare și consiliere profesională, de orientare și formare profesională, de consultanță și asistență la inițierea unei activități de întreprinzător;</li> <li>• Protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu dizabilități și ale familiilor lor în scopul incluziunii sociale a acestora;</li> </ul> <p><b>Dezvoltarea regională și susținerea administrației publice locale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizarea activităților care să contribuie la implementarea politicilor publice de dezvoltare regională, inclusiv reducerea dezechilibrelor dintre nivelurile de dezvoltare social-economică în regiuni și în interiorul lor, consolidarea oportunităților financiare, instituționale și umane pentru dezvoltarea social-economică a regiunilor, susținerea activității autorităților administrației publice locale și a colectivităților locale, orientată spre dezvoltarea social-economică a localităților și coordonarea interacțiunii lor cu strategiile și programele naționale, de sector și regionale de dezvoltare;</li> </ul> <p><b>Prestarea și dezvoltarea serviciilor sociale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestarea și dezvoltarea serviciilor sociale, precum și asigurarea sustenabilității financiare în vederea dezvoltării și extinderii serviciilor sociale;</li> </ul> <p><b>Protecția mediului și gestionarea deșeurilor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promovarea activităților de protecție a mediului;</li> <li>• Gestionarea deșeurilor în scopul reducerii acestora și reintroducerii lor maxime în circuitul economic, precum și în scopul prevenirii poluării mediului;</li> </ul> <p><b>Protecția patrimoniului național și activități recreative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promovarea activităților de protecție a patrimoniului național;</li> <li>• Realizarea activităților de turism și sport în scopul recreerii și al socializării;</li> </ul> <p><b>Activități educative și culturale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizarea activităților extrașcolare;</li> <li>• Realizarea activităților din domeniile educației, culturii, ocrotirii sănătății, protecției și asistenței sociale, a celor ce țin de creșterea bunăstării și dezvoltarea comunitară, dacă aceste activități sînt îndreptate exclusiv spre consolidarea coeziunii economice și sociale și creșterea incluziunii sociale.</li> </ul>
<p><b>Entitățile ce desfășoară antreprenoriat social:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Întreprinderi sociale</b> – desfășoară activități de antreprenoriat social în vederea soluționării unor probleme sociale de interes comunitar.</li> <li>• <b>Întreprinderi sociale de inserție</b> - întreprinderi sociale care au ca scop crearea locurilor de muncă și încadrarea, în mod prioritar, a persoanelor din categoriile defavorizate ale populației.</li> </ul>

Sursă: Elaborat în baza Legii RM Nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi [https://www.leqis.md/cautare/getResults?doc\\_id=17094&lang=ro](https://www.leqis.md/cautare/getResults?doc_id=17094&lang=ro)

Legea introduce statutul de întreprindere socială și întreprindere socială de inserție, ce poate fi atribuit entităților cu forma organizatorico-juridică Societate cu responsabilitate limitată sau

<sup>4</sup> Lista genurilor de activitate acceptabile pentru antreprenoriatul social este stabilită prin Hotărârea de Guvern RM Nr. 1165/2018, cu privire la aprobarea Regulamentului de organizare și funcționare a Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social și a listei genurilor de activitate ce constituie activități de antreprenoriat social [https://www.leqis.md/cautare/getResults?doc\\_id=109970&lang=ro](https://www.leqis.md/cautare/getResults?doc_id=109970&lang=ro)



Cooperativă de producție, acționează pe principii comerciale, în același timp au caracteristici care le diferențiază și întreprinderile clasice (vezi tabelul 2.3).

**Tabelul 2.3. Caracteristicile întreprinderilor sociale și sociale de inserție comparativ cu întreprinderile clasice**

Caracteristică	Întreprindere socială	Întreprindere socială de inserție	Întreprindere clasică
<b>Forma juridică</b>	Societate cu răspundere limitată sau Cooperativă de producție	Societate cu răspundere limitată sau Cooperativă de producție	Diverse forme juridice: SRL, SA, ÎI, etc.
<b>Domenii de activitate</b>	Desfășoară activități în cel puțin unul dintre domeniile prevăzute de art.36 <sup>1</sup> din Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere	Desfășoară activități în cel puțin unul dintre domeniile prevăzute de art.36 <sup>1</sup> din Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere	Orice domeniu economic prevăzut de legislație
<b>Drept de vot</b>	Asigură asociaților drept de vot egal, indiferent de participațiunea la capitalul social	Asigură asociaților drept de vot egal, indiferent de participațiunea la capitalul social	Drept de vot proporțional cu participația la capitalul social
<b>Reinvestirea profitului</b>	Reinvestesc cel puțin 90% din profit în realizarea obiectivelor din domeniile prevăzute de lege	Reinvestesc cel puțin 90% din profit în realizarea obiectivelor din domeniile prevăzute de lege	Profitul poate fi distribuit integral către acționari sau reinvestit, fără restricții legislative specifice
<b>Principiul echității sociale</b>	Aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, raport 1:5	Aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, raport 1:5	Nu există obligații specifice privind raportul de salarizare; salarizarea este reglementată prin contracte individuale de muncă sau convenții colective, conform legislației muncii
<b>Distribuirea proprietății și a profitului</b>	Nu distribuie proprietatea obținută din antreprenoriat social și nu mai mult de 10% din profit între membri	Nu distribuie proprietatea obținută din antreprenoriat social și nu mai mult de 10% din profit între membri	Distribuirea profitului și proprietății este determinată de statutul companiei și acordul acționarilor, fără restricții legislative specifice în afara legislației generale
<b>Transmiterea activelor în</b>	Transmite activele rămase după satisfacerea creditorilor către alte	Transmite activele rămase după satisfacerea creditorilor către alte	Activele rămase după lichidare sunt distribuite conform

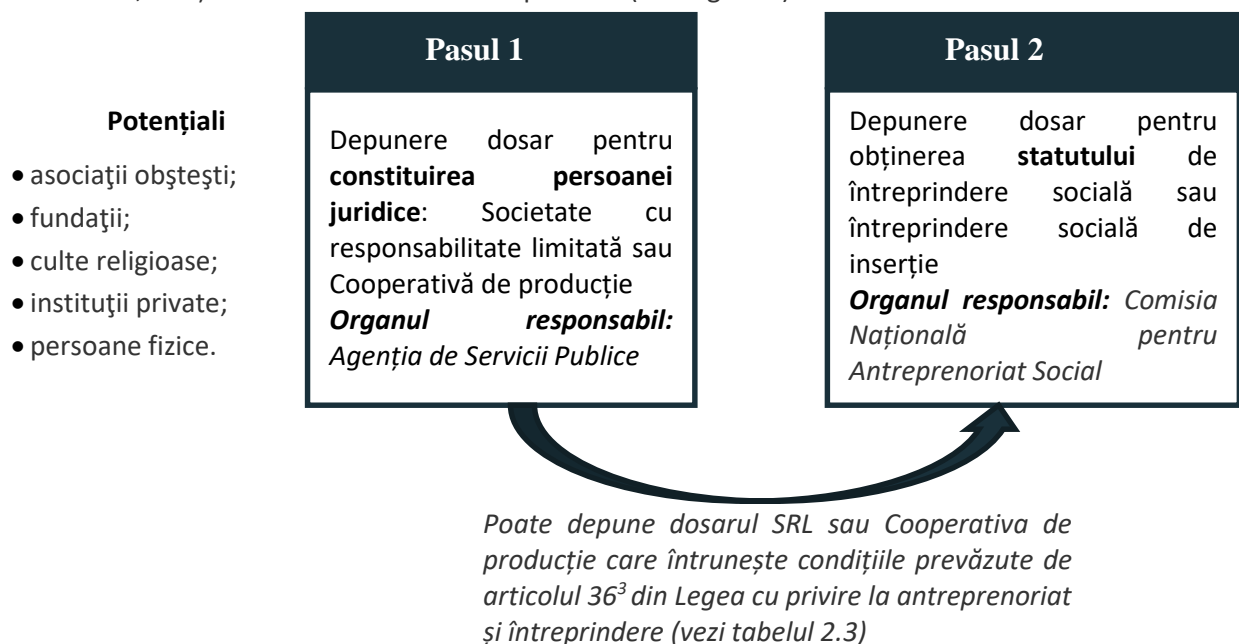
<b>caz de lichidare</b>	întreprinderi sociale sau organizații necomerciale	întreprinderi sociale sau organizații necomerciale	legii, în funcție de tipul entității, către creditori și acționari
<b>Angajarea persoanelor defavorizate</b>	Nu se aplică	Au cel puțin 30% din personalul angajat din categorii defavorizate, cu cel puțin 30% din totalul timpului de lucru	Nu există obligații specifice privind angajarea persoanelor defavorizate
<b>Obiectiv în actul de constituire</b>	Nu se aplică	Crearea locurilor de muncă și încadrarea, prioritar, a persoanelor din categoriile defavorizate	Obiectivele sunt stabilite de fondatori și pot include diverse scopuri economice, fără obligații specifice privind angajarea persoanelor defavorizate

Sursă: Elaborat în baza Legii RM Nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=17094&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=17094&lang=ro)

Pentru a atinge scopul prevăzut pentru entitățile ce desfășoară antreprenoriat social, modul de operare al acestora este diferit față de întreprinderile clasice. Astfel, întreprinderile sociale și cele sociale de inserție trebuie să reinvestească cel puțin 90% din profit pentru atingerea obiectivelor sociale și să aplice principii de echitate salarială strictă. În plus, întreprinderile sociale de inserție trebuie să angajeze cel puțin 30% din personal din categorii defavorizate, un criteriu inexistent pentru afacerile clasice.

### Procedura de atribuire a statutului de întreprindere socială/întreprindere socială de inserție

Statutul de întreprindere socială sau întreprindere socială de inserție este atribuit solicitanților de către Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social pentru un termen de 3 ani, cu posibilitatea de extindere, dar și cu cea de anulare sau suspendare (vezi figura 1).



**Figura 2. 1. Procedura de atribuire a statutului de întreprindere socială/întreprindere socială de inserție**

Sursă: Elaborat în baza Legii RM Nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=17094&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=17094&lang=ro)



Pe lângă descrierea specificului de operare a întreprinderilor implicate în desfășurarea antreprenoriatului social, și a modului de obținere a statutului de întreprindere socială/socială de inserție, legea prevede un șir de măsuri ce pot fi întreprinse de stat pentru susținerea inițiativelor de antreprenoriat social. Astfel, conform articolului 36<sup>5</sup>, statul susține întreprinderile sociale prin acordarea unor facilități fiscale, consiliere gratuită din partea autorităților publice și acceptarea participării la procedurile de achiziții publice. Întreprinderile sociale de inserție pot beneficia de ajutor de stat prin programe aprobate și de diverse facilități oferite de administrațiile publice locale, cum ar fi alocarea de spații sau terenuri și sprijin în promovarea produselor și serviciilor. De asemenea, sunt disponibile scutiri de taxe și impozite, precum și măsuri de sprijin pentru valorificarea patrimoniului local în scopuri turistice.

## **Prevederile Regulamentului de organizare și funcționare a Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social**

Regulamentul are ca scop definirea cadrului de funcționare a Comisiei. Deoarece nu a fost elaborată o lege dedicată exclusiv antreprenoriatului social, un astfel de regulament a devenit o necesitate pentru a asigura funcționalitatea capitolului VI<sup>1</sup> din Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere, în care se menționează instaurarea unei Comisii Naționale pentru Antreprenoriat Social.

Regulamentul reglementează aspecte esențiale ale funcționării Comisiei, cum ar fi atribuțiile și responsabilitățile comisiei, componența și structura, atribuțiile membrilor, procedura de examinare a solicitărilor și contestațiilor, organizarea și desfășurarea ședințelor, evaluarea conformării la statutul de întreprindere socială, procedura de avertizare și retragere a statutului, publicarea rapoartelor anuale și actualizarea listei întreprinderilor sociale, precum și rolul secretariatului în asigurarea funcționării Comisiei.

În esență, regulamentul oferă un cadru legal și operațional necesar pentru funcționarea eficientă și responsabilă a Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social, sprijinind astfel dezvoltarea unui mediu favorabil antreprenoriatului social.

## **Lista genurilor de activitate ce constituie activități de antreprenoriat social**

Acest document aprobat prin hotărârea de guvern scoate în evidență tipurile de activitate admise pentru întreprinderile sociale și sociale de inserție. Conform listei aprobate de Guvern, întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție pot practica orice gen de activitate economică prevăzut de Clasificatorul activităților din economia Moldovei, cu excepția unor activități ce vin în contradicție cu obiectivele urmărite de antreprenoriatul social (cum ar fi, spre exemplu, cultivarea tutunului, producerea și comercializarea produselor din tutun sau vânătoare, capturarea cu capcane a vânatului și activități de servicii anexe vânătorii).

## **Unele concluzii cu referire la cadrulul legislativ privind antreprenoriatul social în Republica Moldova**

### **Aspecte forte ale cadrului legislativ**

1. **Recunoaștere și susținere oficială:** Cadrul legal asigură recunoașterea oficială a antreprenoriatului social, acest lucru este esențial pentru atragerea de investiții și parteneriate, sporind astfel credibilitatea și transparența.
2. **Proceduri clare în vederea obținerii statutului:** Procedura de atribuire a statutului de întreprindere socială sau întreprindere socială de inserție este clar reglementată, oferind un cadru transparent și predictibil pentru entitățile care doresc să obțină acest statut.
3. **Prevederea facilităților fiscale și non-fiscale:** Legislația prevede aplicarea măsurilor fiscale favorabile pentru întreprinderile sociale, cum ar fi scutiri de taxe și impozite, ceea ce poate



stimula creșterea acestui sector și motiva întreprinderilor sociale să reinvestească mai mult în obiectivele lor sociale.

### Lacune ale cadrului legislativ

1. **Lipsa unei legi dedicate:** În locul unei legi separate pentru antreprenoriatul social, Moldova a optat pentru modificarea și completarea legislației existente. Aceasta poate duce la confuzii și inconsistențe în aplicarea regulilor specifice antreprenoriatului social. În plus, reglementarea antreprenoriatului social prin legea generală a antreprenoriatului și întreprinderilor vizează doar activitatea întreprinderilor care au obținut statutul de întreprindere socială. Aceasta exclude din vizor startup-urile de impact, care contribuie la soluționarea problemelor sociale sau de mediu fără a avea statutul de întreprindere socială, precum și inițiativele și proiectele sociale implementate de întreprinderile clasice.
2. **Complexitatea procedurilor:** Procedurile pentru obținerea statutului de întreprindere socială sau de inserție sunt complexe și pot descuraja potențialii antreprenori sociali. Simplificarea acestora ar putea încuraja mai multe entități să aplice pentru acest statut.
3. **Incoerență în implementare:** Există riscul ca reglementările să fie implementate inegal la nivel local, ceea ce poate crea disparități și inechități între diferite regiuni. Este necesar un mecanism de monitorizare eficient pentru a asigura aplicarea uniformă a legii.

### Propuneri de îmbunătățire

1. **Elaborarea unei legi dedicate:** Crearea unei legi separate și cuprinzătoare pentru antreprenoriatul social ar clarifica reglementările și ar oferi un cadru legal robust și specific acestui sector. Aceasta ar include și reglementarea startup-urilor de impact și inițiativelor sociale ale întreprinderilor clasice care contribuie la soluționarea problemelor sociale sau de mediu.
2. **Simplificarea procedurilor:** Simplificarea procedurilor de obținere a statutului și a celor administrative aferente ar încuraja mai multe entități să devină întreprinderi sociale și să contribuie la soluționarea problemelor sociale.
3. **Mecanisme de monitorizare și evaluare:** Instituirea unor mecanisme clare de monitorizare și evaluare a aplicării legislației la nivel local ar asigura o implementare uniformă și eficientă a cadrului legal.

## Politici de susținere a antreprenoriatului social

Chiar dacă dezvoltarea cadrului legal este crucial pentru dezvoltarea antreprenoriatului social, aceste nu este suficient pentru a motiva antreprenorii să dezvolte proiecte dedicate soluționării problemelor sociale, de mediu etc. Astfel, dezvoltarea antreprenoriatului social este sprijinită de state prin diverse politici și programe care vizează stimularea inițiativelor sociale ale afacerilor, printre care:

- **Sprijin financiar și acces la capital:** Statele oferă adesea împrumuturi, subvenții și alte forme de sprijin financiar pentru a facilita accesul la capital al antreprenorilor sociali. Acest sprijin poate include și stimulente fiscale și facilități de reglementare pentru a încuraja investițiile în întreprinderi sociale.
- **Educație și formare:** Educația în domeniul antreprenoriatului social este susținută de programe la nivel post-secundar și universitar, dar și prin cursuri și ateliere organizate de guverne și ONG-uri. Aceste programe sunt menite să dezvolte abilitățile antreprenoriale și să promoveze inovația socială.
- **Infrastructură și rețele de sprijin:** Crearea unei infrastructuri de suport pentru antreprenorii sociali, care poate include incubatoare de afaceri, hub-uri de inovare și rețele de mentori, este



crucială pentru dezvoltarea durabilă a întreprinderilor sociale. Aceste structuri oferă suport logistic, consiliere și oportunități de networking.

- **Suținerea inovației și dezvoltării ecosistemelor:** Crearea de ecosisteme de inovație prin sprijinul instituțional și politicile care generează cerere pentru produsele și serviciile întreprinderilor sociale este un alt mecanism de susținere. Aceste ecosisteme pot fi formate prin colaborarea între sectorul public, privat și academic.

Pentru a asigura o abordare complexă antreprenoriatului social, guvernele elaborează strategii, planuri de susținere și dezvoltare a antreprenoriatului social. Spre exemplu, Spania implementează strategii de susținere a economiei sociale începând cu anul 2017, iar cea de-a doua strategie (Strategia pentru economia socială 2023-2027), cuprinde 146 acțiuni concrete, care sunt focusate pe atingerea a 4 obiective strategice: Vizibilitatea economiei sociale și participarea instituțională; Îmbunătățirea competitivității; Antreprenoriat și sectoare emergente; Durabilitatea socială și teritorială.

### **Analiza politicilor de susținerea antreprenoriatului social în Republica Moldova**

În anul 2020 a fost elaborată și propusă spre discuții publice Programul Național de Dezvoltare a Antreprenoriatului Social 2021-2025, dar care nu a fost aprobat, rămânând până la moment cu statutul de proiect. Documentul-proiect prevede 4 obiective generale, menite să asigure cadrul necesar pentru crearea unui ecosistem favorabil dezvoltării antreprenoriatului social în Republica Moldova: 1. Dezvoltarea și promovarea unei culturi a antreprenoriatului social în rândul populației din Republica Moldova; 2. Crearea unui cadru normativ favorabil antreprenoriatului social și valorificarea potențialului acestui sector în dezvoltarea economică și socială a Republicii Moldova; 3. Facilitarea accesului la piață și instrumente financiare specifice sectorului de antreprenoriat social din Republica Moldova; 4. Îmbunătățirea abilităților și competențelor profesionale în domeniul antreprenoriatului social. Din cele menționate, se observă o tratare parțială a problemelor cu care se confruntă întreprinderile sociale: programul-proiect nu prevede facilități fiscale sau programe de susținere financiară a afacerilor sociale (măsuri de susținere prevăzute de Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere).

În condițiile absenței unui program complex de susținere a afacerilor sociale, vom analiza diverse măsuri de politici economice ale statului ce pot viza afacerile sociale.

### **Politica fiscală**

Chiar dacă în Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprindere se menționează că statul acordă facilitate fiscale pentru dezvoltarea antreprenoriatului social, în Codul fiscal al Republicii Moldova nu sunt prevăzute facilități fiscale dedicate întreprinderilor sociale/sociale de inserție. În același timp, Codul fiscal nu prevede un regim fiscal preferențial pentru întreprinderile sociale/sociale de inserție, similar, spre exemplu, întreprinderilor din domeniul tehnologiilor informaționale, sau taxa de TVA redusă, similar companiilor HoReCa.

În același timp, chiar dacă Legea prevede expres direcționarea a 90% din profit pentru obiectivele sociale urmărite de către întreprindere, acest profit nu este scutit de impozit. Momentan întreprinderile sociale, similar întreprinderilor clasice pot beneficia de taxa 0 pentru profitul nerepartizat, ca urmare a modificărilor intervenite în politica fiscală pentru perioada 2023-2025 (dar, această prevedere este temporară și de ea pot beneficia doar întreprinderile plătitoare de TVA, care plătesc impozitul din profit, respective, de taxa 0 nu pot beneficia întreprinderile ce plătesc impozit din venit).



## Politica în domeniul achizițiilor publice

Achizițiile publice pot servi drept oportunitate pentru extinderea cererii pentru serviciile/bunurile oferite de către întreprinderile sociale/întreprinderile sociale de inserție (dimensiunea pieței fiind un element crucial pentru dezvoltarea afacerilor sociale). Respectiv, prin procedura de achiziții publice, statul poate sprijini în mod direct întreprinderile sociale/întreprinderile sociale de inserție acordându-le oportunități prioritare de furnizare a produselor și prestare a serviciilor. Spre exemplu, la nivel de Uniune Europeană achizițiile publice sunt recunoscute ca fiind un instrument politic esențial capabil să susțină dezvoltarea întreprinderilor sociale.

Cadrul normativ actual în domeniul achizițiilor publice oferă unele condiții preferențiale întreprinderilor sociale - potrivit art. 59 alin. (6) din Legea privind achizițiile publice 131/2015, „Autoritatea contractantă are dreptul de a stabili ca participarea la procedurile de atribuire a contractelor de achiziții publice având ca obiect exclusiv serviciile de sănătate, sociale și culturale ... să fie rezervată unor operatori economici, cum ar fi persoane juridice fără scop lucrativ, întreprinderi sociale și unități protejate, acreditate ca prestatori de servicii sociale, prestatori publici de servicii sociale.” Chiar dacă sunt oferite aceste condiții preferențiale, ele sunt insuficiente - dat fiind faptul că legea permite întreprinderilor sociale să desfășoare toate genurile de activitate premise pe teritoriul Republicii Moldova (cu unele excepții), limitarea prevăzută de norma citată trebuie să fie exclusă.

Un alt factor limitator, care limitează potențialul de participare a întreprinderilor sociale la procesul de achiziții publice sunt criteriile de selecție a furnizorilor. Astfel, potrivit art. 59 alin. (5) din Legea 131/2015, „Criteriile de atribuire utilizate pentru atribuirea contractelor de achiziții publice/acordurilor-cadru având ca obiect servicii sociale și alte servicii specifice, prevăzute în anexa nr.2, sînt cel mai bun raport calitate-preț sau cel mai bun raport calitate-cost, ținîndu-se seama de criteriile de calitate și de durabilitate ale serviciilor sociale”, fără a fi luate în considerare beneficiile sociale, misiunea și scopurile întreprinderii sociale/sociale de inserție care furnizează produsul sau prestează serviciul. Această situație vine în contradicție cu normele UE privind achizițiile publice, care promovează practica utilizării achizițiilor publice în scopul atingerii diverselor obiective, inclusiv, a obiectivelor legate de protecția mediului sau soluționarea problemelor sociale.

## Politici în domeniul angajării

Conform Legii cu privire la antreprenoriat și întreprindere, în cadrul întreprinderilor sociale de inserție, cel puțin 30% din personalul angajat aparține categoriilor defavorizate. Frecvent și întreprinderile sociale utilizează forță de muncă din categoriile defavorizate. Utilizarea acestei categorii de angajați influențează semnificativ productivitatea, respectiv, rezultatele financiare ale afaceri. Pentru a stimula afacerile spre folosirea acestei categorii de angajați, statul poate oferi diverse forme de suport, inclusiv, subvenționarea cheltuielilor de personal.

Prin Hotărârea de Guvern Nr. 49 din 29.04.2021 a fost aprobat Regulamentul privind subvenționarea locurilor de muncă. Regulamentul stabilește procedura de acordare a subvențiilor aferente cheltuielilor privind plata salariului ale persoanelor juridice și fizice care practică activitate de întreprinzător, organizațiilor necomerciale, persoanelor care desfășoară activitate profesională, și angajează persoane din următoarele categorii:

- ✓ persoane care pe o perioadă de cel puțin 12 luni consecutive ce preced luna de angajare nu au avut venituri salariale;
- ✓ persoanele cu dizabilități, în conformitate cu prevederile Legii nr. 60/2012 privind incluziunea socială a persoanelor cu dizabilități.





Modul de subvenționare și cuantumul subvenției pentru angajatori sunt stabilite în funcție de categoriile de angajați. Pentru persoanele care nu au avut venituri salariale în ultimele 12 luni consecutive, subvenția este de 50% din impozitele salariale declarate și achitate, dar nu mai mult de 1000 de lei lunar per salariat.

În cazul persoanelor cu dizabilități, subvenția variază în funcție de gradul dizabilității și tipul de întreprindere în care este angajată persoana. Astfel, în cazul întreprinderilor specializate, întreprinderea primește 100% din impozite pentru angajații cu dizabilitate severă, dar nu mai mult de 2000 de lei lunar per salariat, și 50% din impozite pentru angajații cu dizabilitate accentuată, dar nu mai mult de 1000 de lei lunar per salariat. În cazul întreprinderilor specializate, subvenția este mai mare: 300% din impozite pentru angajații cu dizabilitate severă (maxim 6000 de lei lunar), 260% pentru cei cu dizabilitate accentuată (maxim 5200 de lei lunar), și 230% pentru cei cu dizabilitate medie (maxim 4600 de lei lunar).

### Programe de suport financiar

Momentan în Republica Moldova lipsesc programele guvernamentale de suport financiar dedicate antreprenoriatului social. Însă, de rând cu afacerile clasice, întreprinderile sociale pot beneficia de programele de susținere financiară pentru întreprinderile din Moldova, în cazul în care au proiecte ce se încadrează în direcțiile prioritare ale acestora.

Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA) operează diverse programe de finanțare, de care ar putea beneficia și întreprinderile sociale (vezi tabelul 4).

**Tabelul 2.4. Programe de suport financiar oferite de ODA, de care ar putea beneficia și întreprinderile sociale**

Program	Posibilități de finanțare	Scop program
<b>Start pentru tineri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Finanțare nerambursabilă în valoare de până la 200 000 MDL</li> <li>✓ Credit cu porțiuni de grant până la 1 760 000 MDL</li> </ul>	Promovarea antreprenoriatului în rândul tinerilor (prioritar din localitățile rurale)
<b>Programul de Susținere a Antreprenoriatului Feminin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pentru crearea și dezvoltarea întreprinderilor începătoare – finanțare nerambursabilă până la 200 000 MDL</li> <li>✓ Pentru îmbunătățirea competitivității întreprinderilor existente – finanțare nerambursabilă până la 600 000 MDL</li> </ul>	Stimularea și promovarea afacerilor administrate de către femei
<b>PARE 1+2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Finanțare nerambursabilă în baza Regulii 1+1, până la 250 000 MDL</li> <li>✓ Finanțare nerambursabilă pentru afacerile în dezvoltare în baza Regulii 1+2, până la 500 000 MDL</li> </ul>	Direcționarea remitențelor spre inițierea și dezvoltarea afacerilor
<b>Dezvoltarea IMM în domeniul turismului</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Finanțare nerambursabilă în valoare de până la 500 000 MDL</li> </ul>	Promovarea și facilitarea activităților de turism și antreprenoriat, promovarea și exportul de produse și servicii



		turistice specifice Republicii Moldova
<b>Programul de Ecologizare a Întreprinderilor Mici și Mijlocii</b>	✓ Finanțare nerambursabilă până la 500 000 MDL	Implementarea modelelor de business bazate pe principiu de ecologizare și integrarea măsurilor economiei „verzi” în procesele de producere
<b>Programul de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii</b>	✓ Finanțare nerambursabilă, până la 500 000 MDL	Implementarea planurilor de transformare digitală în IMM-uri
<b>Programul de Susținere a Inovațiilor Digitale și Startup-urilor Tehnologice</b>	✓ Finanțare nerambursabilă, până la 500 000 MDL	Acordarea finanțării nerambursabile întreprinderilor mici și mijlocii inovatoare și start-upurilor pentru produse și servicii în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicațiilor, tehnologii noi
<b>Programul de Retehnologizare și eficiență energetică a întreprinderilor mici și mijlocii</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pentru acțiuni de tehnologizare și retehnologizare – finanțare nerambursabilă până la 2 000 000 MDL</li> <li>✓ Pentru utilaj, echipament și instalații de valorificare a surselor de energie alternative - finanțare nerambursabilă până la 1 500 000 MDL</li> </ul>	Oferirea întreprinderilor unui avantaj competitiv pe piață, rezistență și acces la investiții care pot aduce efecte economice prin intermediul schimbării modelului de producție de bază, adaptării la noile tehnologii și optării pentru surse alternative de energie
<b>Programul de creștere a competitivității la export și internaționalizarea IMM</b>	✓ Finanțare nerambursabilă până la 600 000 MDL	Stimularea investițiilor pentru sporirea competitivității și a productivității afacerilor pentru ieșirea la export sau extinderea pe piețele externe, precum și internaționalizarea afacerilor

Sursă: Elaborat în baza prezentării programelor pe pagina oficială ODA <https://www.oda.md>

Deși ODA nu implementează programe de finanțare dedicate exclusiv întreprinderilor sociale, acestea pot atrage fonduri prin programe existente care au obiective similare cu cele ale antreprenoriatului social. De exemplu, Start pentru tineri și Programul de Susținere a Antreprenoriatului Feminin promovează antreprenoriatul în rândul tinerilor și femeilor, categorii care frecvent nimeresc în categoriile vulnerabile ale populației, dar și care mai frecvent sunt promotori de afaceri sociale. Programele de ecologizare, transformare digitală și inovare digitală, oferă finanțare pentru inițiative care promovează sustenabilitatea și inovația, elemente esențiale în antreprenoriatul social. De asemenea, Programul de Retehnologizare și eficiență energetică poate sprijini întreprinderile sociale care doresc să își modernizeze procesele. Și programul de dezvoltare a IMM-urilor în domeniul turismului este relevant



deoarece turismul este o direcție importantă a antreprenoriatului social conform legislației din Moldova, sprijinind activitățile turistice cu impact social.

Deși în prezent nu există programe guvernamentale dedicate antreprenoriatului social, în 2022 a fost expus spre discuții publice un proiect de Hotărâre de Guvern cu privire la aprobarea **Programului de finanțare și mentorat pentru întreprinderile sociale și a Planului de implementare a acestuia**<sup>5</sup>. Implementarea acestui document ar urma să fie realizată de către ODA, care va elabora un manual operațional pentru punerea în practică a acestui program. Componenta financiară a programului prevede oferirea unei finanțări nerambursabile în valoare de până la 200 000 lei pentru întreprinderile care dețin sau intenționează să obțină statut de întreprindere socială și întreprindere socială de inserție, și o finanțare nerambursabilă de până la 500 000 lei pentru persoanele juridice care dețin acest statut la momentul aplicării la program. Cu toate acestea, documentul încă are statut de proiect și nu a fost aprobat de Guvern.

În contextual lipsei programelor de stat dedicate susținerii financiare a antreprenoriatului social, în Republica Moldova sunt implementate diverse proiecte dedicate antreprenoriatului social, finanțate de partenerii din exterior, iar unele dintre acestea prevăd oferirea de finanțări nerambursabile întreprinderilor sociale. Unele proiecte sunt prezentate în tabelul 2.5.

**Tabelul 2. 5. Exemple de proiecte cu susținere financiară a întreprinderilor sociale din Moldova**

Denumire proiect	Ogranizația care implementează, perioada	Finanțare proiect, perioada implementării	Buget p/u finanțarea afacerilor sociale	Valoare maxima grant oferit unei ÎS
<b>Valorificam potențialul societății civile pentru promovarea și dezvoltarea antreprenoriatului social în Republica Moldova</b>	Fundația Est-Europeană în parteneriat cu Keystone Moldova și Centrul Contact Perioada implementării: 01.01.2022 - 31.12.2024	Finanțat de Uniunea Europeană, cofinanțat de Suedia	375 000 EUR	37 500 EUR
<b>Societatea civilă contribuie la dezvoltarea economică incluzivă și durabilă a țării</b>	Fundația Est-Europeană în parteneriat cu Asociația Businessului European și Centrul Contact Perioada implementării: 01.02.2021 – 31.05. 2024	Finanțat de Uniunea Europeană, cofinanțat de Suedia	175 000 EUR	35 000 EUR

Sursă: Elaborat în baza anunțurilor de pe platforma [www.antreprenoriatsocial.md](http://www.antreprenoriatsocial.md)

Analiza oportunităților de atragere a finanțărilor nerambursabile de către afacerile sociale, arată că întreprinderile sociale din Moldova, pot beneficia de acestea dar, ele nu vin din partea statului și nu sunt oferite permanent precum finanțările oferite de programele de stat (în majoritatea cazurilor, programele ODA nu au termen limită de aplicare, companiile pot aplica continuu dosare pentru a obține finanțare). În același timp, întreprinderile sociale, de rând cu afacerile clasice, pot solicita finanțări prin intermediul programelor ODA de susținere a afacerilor din Moldova.

<sup>5</sup> Cancelaria de Stat, Cu privire la aprobarea Programului de finanțare și mentorat pentru întreprinderi sociale (164/ME/2022) <https://cancelaria.gov.md/ro/content/cu-privire-la-aprobarea-programului-de-finantare-si-mentorat-pentru-intreprinderi-sociale>



## Unele concluzii cu referire la politica de susținere a antreprenoriatului social în Republica Moldova

### Părțile tari:

- ✓ Există o bază legislativă: Republica Moldova are legi care menționează sprijinul pentru antreprenoriatul social, cum ar fi Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere, și unele prevederi în Legea privind achizițiile publice.
- ✓ Sprijin indirect prin programe existente: Întreprinderile sociale pot beneficia de programele generale de susținere financiară oferite de ODA, cum ar fi „Start pentru tineri” și „Programul de Susținere a Antreprenoriatului Feminin”.
- ✓ Subvenții pentru angajare: Existența subvențiilor pentru angajarea persoanelor din categorii defavorizate, reglementate prin Hotărârea de Guvern Nr. 49 din 29.04.2021.
- ✓ Sprijin internațional: Există proiecte finanțate de partenerii de dezvoltare, cum ar fi cele implementate de Fundația Est-Europeană, care oferă finanțări nerambursabile.
- ✓ Intenții de elaborarea a instrumentelor dedicate de finanțare a antreprenoriatului social: În 2022, a fost expus spre discuții publice un proiect de Hotărâre de Guvern pentru aprobarea unui program dedicat de finanțare și mentorat pentru întreprinderile sociale, ceea ce reprezintă un pas important spre instituirea unui suport financiar direct pentru acest sector.

### Lacune:

- ✓ Lipsa unui program național aprobat, dedicate antreprenoriatului social: Programul Național de Dezvoltare a Antreprenoriatului Social 2021-2025 nu a fost aprobat, rămânând doar un proiect.
- ✓ Lipsa facilităților fiscale: Codul fiscal nu prevede facilități fiscale dedicate întreprinderilor sociale. Regimul fiscal actual nu oferă avantaje similare celor din alte sectoare, cum ar fi IT sau HoReCa.
- ✓ Achiziții publice limitate: Actualul cadru normativ în domeniul achizițiilor publice oferă condiții preferențiale limitate întreprinderilor sociale, fără a lua în considerare beneficiile sociale aduse de acestea.
- ✓ Lipsa programelor de suport financiar dedicate: Nu există programe guvernamentale specifice pentru finanțarea antreprenoriatului social, iar întreprinderile sociale trebuie să concureze pentru finanțare în cadrul programelor destinate întreprinderilor clasice.

### Propuneri de îmbunătățire:

- ✓ Elaborarea unui nou program național de susținere a antreprenoriatului social: Este necesar să se dezvolte un program național actualizat care să reflecte noile realități și nevoi ale sectorului de antreprenoriat social, integrând bunele practici internaționale și adaptându-le la contextul local.
- ✓ Facilități fiscale dedicate: Modificarea Codului fiscal pentru a include facilități fiscale specifice întreprinderilor sociale, similar celor acordate altor sectoare prioritare. Aceasta ar putea include scutiri de taxe pentru profitul reinvestit în obiective sociale și reducerea TVA-ului pentru produse și servicii oferite de întreprinderile sociale.
- ✓ Extinderea achizițiilor publice preferențiale: Modificarea Legii privind achizițiile publice pentru a extinde condițiile preferențiale la toate tipurile de activități ale întreprinderilor sociale, nu doar pentru serviciile de sănătate, sociale și culturale. Acest lucru ar încuraja mai multe întreprinderi sociale să participe la licitațiile publice și să își extindă piața.
- ✓ Promovarea și aprobarea proiectului de finanțare: Aprobarea și implementarea proiectului de Hotărâre de Guvern privind Programul de finanțare și mentorat pentru întreprinderile sociale ar oferi un suport financiar crucial, asigurând resursele necesare pentru dezvoltarea și sustenabilitatea acestora.



## Capitolul 3. Stakeholderii antreprenoriatului social în Republica Moldova

Antreprenoriatul social reprezintă un sector dinamic care abordează provocările sociale, de mediu și economice prin inițiative sustenabile. Rezultatele obținute de unele afaceri sociale demonstrează capacitatea acestora de a soluționa aceste probleme mult mai eficient decât guvernele sau organizațiile non-guvernamentale, datorită utilizării principiilor comerciale în organizarea proceselor.

Cu toate acestea, în ciuda avantajelor semnificative ale afacerilor sociale, puțini antreprenori sunt dispuși să dezvolte astfel de inițiative. Conform datelor oferite de Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social, la data de 2 mai 2024, în Republica Moldova erau înregistrate doar 12 întreprinderi sociale, dintre care 6 cu statut de întreprindere socială și 6 cu statut de întreprindere socială de inserție<sup>6</sup>. Dintre acestea, 9 sunt fondate de asociații obștești și doar 3 de persoane fizice.

Deși există un cadru legislativ favorabil dezvoltării întreprinderilor sociale și programe non-guvernamentale de suport, interesul antreprenorilor pentru acest sector rămâne scăzut. Cercetările în domeniu subliniază că pe lângă sprijinului guvernamental, un rol crucial în dezvoltarea antreprenoriatului social revine angajamentului stakeholderilor (Hidzir, 2021). Astfel, pentru a înțelege modul în care funcționează, factorii care îi determină performanța și a stimula participarea activă a comunității în acest gen de proiecte, este esențială o imagine clară asupra tuturor părților cu impact asupra antreprenoriatului social. În acest context, cercetarea din continuare se va concentra pe două obiective principale:

1. Analiza rolului și a influenței stakeholderilor în dezvoltarea antreprenoriatului social.
2. Cartografierea stakeholderilor caracteristici antreprenoriatului social din Moldova.

Analiza realizată va oferi o perspectivă detaliată asupra locului stakeholderilor în dezvoltarea antreprenoriatului social și se vor propune recomandări pentru valorificarea potențialului acestora întru dezvoltarea sectorului antreprenoriatului social în Republica Moldova.

### Impactul stakeholderilor asupra antreprenoriatului social

Dat fiind numărul mare de actori ce pot influența dezvoltarea antreprenoriatului social, în studiu sunt abordați doar stakeholderii cu impact major (vezi tabelul 1):

**Tabelul 3.1. Stakeholderii cu impact major asupra antreprenoriatului social**

Stakeholder	Exemple de stakeholderi	Importanța analizei acestui stakeholder
<b>Antreprenori sociali și organizațiile lor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Startup-uri și IMM-uri implicate în antreprenoriat social.</li> <li>✓ ONG-uri și organizații non-profit.</li> </ul>	Identificarea provocărilor și nevoilor specifice pentru a crea strategii de sprijin adecvate și pentru a înțelege impactul lor social.
<b>Beneficiari direcți</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Persoanele și grupurile care beneficiază direct de inițiativele sociale.</li> <li>✓ Clienții și utilizatorii finali ai produselor sau serviciilor.</li> </ul>	Evaluarea impactului inițiativelor sociale și ajustarea acestora pentru a răspunde mai bine nevoilor comunității.

<sup>6</sup> Lista organizațiilor necomerciale, societăților cu răspundere limitată și cooperativelor de producție cu statut de întreprindere socială/ întreprindere socială de inserție (actualizată pe 2 mai 2024). <https://mded.gov.md/domenii/mediul-de-afaceri/antreprenoriat-social>



<b>Parteneri de afaceri și rețele de sprijin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Camere de comerț și asociații de afaceri.</li> <li>✓ Incubatoare, acceleratoare și hub-uri de inovație.</li> <li>✓ Consultanți și firme de suport în afaceri.</li> <li>✓ Organizații care promovează antreprenoriatul social.</li> </ul>	Sprijin în dezvoltarea și scalarea inițiativelor sociale prin resurse, expertiză și rețele de contact.
<b>Guvern și administrație publică</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Agenții guvernamentale și autorități locale.</li> <li>✓ Politicieni și funcționari publici implicați în politici sociale și economice.</li> </ul>	Asigurarea unui cadru legislativ favorabil și implementarea de politici publice care susțin antreprenoriatul social.
<b>Investitori și finanțatori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Investitori de impact.</li> <li>✓ Fonduri de capital de risc.</li> <li>✓ Instituții financiare și bănci.</li> <li>✓ Fundații și granturi.</li> </ul>	Oferă resursele financiare esențiale pentru inițierea și dezvoltarea proiectelor de antreprenorat social.
<b>Mass-media și influenceri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jurnaliști și publicații specializate în antreprenorat social.</li> <li>✓ Bloggeri și influenceri care promovează inițiativele sociale.</li> </ul>	Creșterea vizibilității și sensibilizarea publicului larg față de inițiativele de antreprenorat social, influențând opinia publică.

Sursă: Elaborat de autor

Tabelul 1 evidențiază diversitatea și complexitatea stakeholderilor cu impact asupra antreprenoriului social. Fiecare categorie de stakeholderi joacă un rol distinct în susținerea și dezvoltarea inițiativelor sociale. De la antreprenorii sociali care inițiază proiectele, până la investitori care oferă resursele financiare necesare, și mass-media care contribuie la creșterea vizibilității, fiecare grup aduce contribuții unice și esențiale.

Este necesar să analizăm toți acești stakeholderi deoarece fiecare are interese, resurse și influențe diferite care pot afecta succesul inițiativelor sociale. Înțelegerea acestor aspecte ne permite să dezvoltăm strategii de colaborare eficiente, să anticipăm provocările și să maximizăm impactul social. Această analiză holistică ajută la identificarea sinergiilor potențiale și la asigurarea unui sprijin coordonat și sustenabil pentru antreprenoriatul social.

Pentru a prezenta impactul pe care îl poate avea fiecare stakeholder asupra antreprenoriului social analiza se focusează pe 3 aspecte cheie ale acestora:

1. **Rolul și influența:** Capacitatea fiecărui stakeholder de a influența deciziile și direcția inițiativelor sociale, identificând astfel actorii cu putere decizională semnificativă.
2. **Resursele și contribuțiile:** Resursele financiare, umane, materiale și de rețea, esențiale pentru implementarea și sustenabilitatea proiectelor sociale, pe care le poate aduce fiecare stakeholder.
3. **Interesele și așteptările:** Câștigurilor și așteptărilor pe care le are fiecare stakeholder de la implicarea în antreprenoriatul social.

Fiecare dintre cei 7 stakeholderi selectați pentru analiză dispun de resurse, de diferită natură, dar care pot influența considerabil starea lucrurilor în domeniul antreprenoriului social. În același timp, gradul de implicare a acestora în dezvoltarea antreprenoriului social depinde în mare măsură de interesele și așteptările lor specifice (vezi tabelul 3.2).



**Tabelul 3.2. Impactul stakeholderilor asupra antreprenoriatului social**

Stakeholder	Rolul și influența	Resursele și contribuțiile	Interesele și așteptările
<b>Antreprenori sociali și organizațiile lor</b>	Capacitatea de a iniția și implementa proiecte sociale inovatoare.	Resurse umane dedicate și expertiză specifică, idei inovatoare.	Succesul și sustenabilitatea inițiativelor sociale.
<b>Beneficiari direcți: grupuri țintă ale proiectelor sociale</b>	Feedback esențial pentru ajustarea proiectelor sociale.	Experiențe personale și nevoi specifice.	Îmbunătățirea calității vieții și acces la resurse.
<b>Beneficiari direcți: clienți/consumatori</b>	Sprijinirea întreprinderilor sociale prin achiziția de produse/servicii.	Cerere și feedback pentru produse și servicii.	Calitate și valoare a produselor/serviciilor. Satisfacția de a contribui la proiecte cu impact pozitiv în societate.
<b>Parteneri de afaceri și rețele de sprijin</b>	Suport strategic și operațional pentru inițiative sociale.	Resurse financiare, logistice și rețele de contact.	Dezvoltarea relațiilor de afaceri și responsabilitatea socială.
<b>Guvern și administrație publică</b>	Putere decizională semnificativă prin politici și reglementări.	Finanțare publică, facilități fiscale și sprijin legislativ.	Dezvoltarea economică și socială a comunității.
<b>Investitori și finanțatori</b>	Influență mare prin alocarea de fonduri și resurse.	Capital financiar și acces la piețe financiare.	Randament social al investițiilor și sustenabilitate financiară.
<b>Mass-media și influenceri</b>	Capacitatea de a modela opinia publică și de a crește vizibilitatea inițiativelor.	Platforme de comunicare și rețele sociale.	Creșterea audienței și influenței prin promovarea inițiativelor sociale.

Sursă: Elaborat de autor

Analiza conținutului tabelului permite formularea unor concluzii importante cu referire la impactul stakeholderilor asupra antreprenoriatului social. Fiecare categorie de stakeholderi aduce resurse specifice și are așteptări distincte, influențând astfel direcția și succesul inițiativelor sociale.

În ceea ce privește rolul și influența, antreprenorii sociali au capacitatea de a iniția și implementa proiecte inovatoare, fiind motorul schimbării sociale. Guvernul și administrația publică dețin o putere decizională semnificativă prin politici și reglementări care pot sprijini sau îngreuna dezvoltarea antreprenoriatului social. Investitorii și finanțatorii au o influență mare datorită resurselor financiare pe care le alocă, determinând astfel viabilitatea proiectelor sociale.

Resursele și contribuțiile fiecărui stakeholder variază semnificativ. Antreprenorii sociali aduc resurse umane dedicate și expertiză specifică, esențiale pentru implementarea inițiativelor.



Beneficiarii direcți contribuie cu feedback și cerere pentru produse și servicii, influențând ajustările și dezvoltarea acestora. Partenerii de afaceri și rețelele de sprijin oferă resurse financiare, logistice și rețele de contact, facilitând dezvoltarea și scalarea inițiativelor.

Interesele și așteptările fiecărei categorii de stakeholderi sunt variate. Antreprenorii sociali urmăresc succesul și sustenabilitatea inițiativelor lor. Beneficiarii direcți, fie grupuri țintă sau clienți, au așteptări legate de îmbunătățirea calității vieții și de valoarea produselor/serviciilor. Guvernul și administrația publică vizează dezvoltarea economică și socială a comunității. Investitorii și finanțatorii sunt interesați de randamentul social al investițiilor și sustenabilitatea financiară.

Aceste concluzii subliniază necesitatea unei analize detaliate a fiecărui stakeholder pentru a dezvolta strategii de colaborare eficiente, care să maximizeze impactul pozitiv al antreprenoriatului social și să asigure sustenabilitatea pe termen lung a inițiativelor. Diversitatea resurselor și a perspectivelor aduse de fiecare categorie de stakeholder contribuie la crearea unui ecosistem robust și rezilient pentru antreprenoriatul social.

## Cartografierea stakeholderilor din Moldova

Cartografierea stakeholderilor reprezintă un proces esențial pentru înțelegerea și gestionarea eficientă a relațiilor și interacțiunilor dintre diferitele părți interesate implicate în antreprenoriatul social. Importanța cartografierii stakeholderilor în antreprenoriatul social poate fi argumentată din mai multe perspective esențiale:

1. **Identificarea resurselor și a sprijinului disponibil:** Prin cartografiere, organizațiile pot identifica resursele financiare, umane și materiale disponibile din partea stakeholderilor. Acest lucru permite planificarea strategică și alocarea eficientă a resurselor pentru maximizarea impactului social.
2. **Facilitarea colaborării și parteneriatelor:** Cunoașterea stakeholderilor relevanți permite dezvoltarea unor parteneriate solide și durabile. Colaborările eficiente între diferitele părți interesate, precum guverne, ONG-uri, investitori sociali și comunități locale, pot amplifica eforturile comune și pot contribui la atingerea obiectivelor sociale într-un mod mai coerent și integrat.
3. **Gestionarea riscurilor și conflictelor:** Identificarea și analiza stakeholderilor ajută la anticiparea potențialelor riscuri și conflicte care pot apărea în implementarea inițiativelor sociale. Printr-o înțelegere clară a intereselor și preocupărilor fiecărui stakeholder, organizațiile pot dezvolta strategii proactive pentru a gestiona și a mitiga aceste riscuri.
4. **Creșterea transparenței și responsabilității:** Cartografierea stakeholderilor contribuie la o mai mare transparență în procesele decizionale și la consolidarea responsabilității față de toate părțile implicate. Acest lucru este esențial pentru menținerea încrederii și a suportului continuu din partea comunității și a altor stakeholderi.
5. **Maximizarea impactului social:** Înțelegerea profundă a rețelilor de stakeholderi și a dinamicii lor permite organizațiilor să dezvolte strategii mai bine informate și să implementeze proiecte care să răspundă nevoilor reale ale comunității. Acest lucru contribuie la maximizarea impactului social și la crearea unui schimb pozitiv și sustenabil în societate.

Cartografierea stakeholderilor reprezintă un instrument crucial în gestionarea eficientă a relațiilor din antreprenoriatul social, permițând identificarea resurselor disponibile, facilitarea parteneriatelor, gestionarea riscurilor și sporirea transparenței. Înțelegerea profundă a acestor rețele nu doar că optimizează alocarea resurselor și colaborările, dar contribuie semnificativ la maximizarea impactului social. În acest context, este esențial să analizăm stakeholderii implicați în antreprenoriatul social din Moldova pentru a evalua în detaliu rolurile și contribuțiile lor specifice.





### Antreprenori sociali și organizațiile lor

Cel mai important stakeholder al antreprenoriatului social sunt însăși întreprinderile sociale, implicate în desfășurare activității de antreprenoriat social. Conform legislației din Republica Moldova, statutul de întreprindere socială și întreprindere socială de inserție este atribuit Societăților cu Responsabilitate Limitată și Cooperativelor de producție de către Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social.

Conform Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social, la data de 2 mai 2024 în Republica Moldova erau înregistrate 12 întreprinderi sociale și sociale de inserție, în majoritatea cazurilor, fondatori ai acestor întreprinderi sunt Asociații Obștești (vezi tabelul 3.3).

**Tabelul 3.3. Întreprinderile sociale și sociale de inserție înregistrate în Republica Moldova (la data de 2 mai 2024)**

Denumire întreprindere	Anul fondării	Fondatori
ÎSI „Taina Codrului” S.R.L.	2019	Asociația Obștească Ciorești BAȘTINA MEA
ÎSI „Floare de cireș” S.R.L.	2012	Asociația Obștească ECO-RĂZENI
ÎSI „Edujoc” S.R.L.	2012	Persoană fizică
ÎS „VIBE ACADEMY” S.R.L.	2022	Asociația Obștească Asociația Pentru Dezvoltarea Competențelor Profesionale
ÎS „SOCIAL TEXTIL” S.R.L.	2022	Persoană fizică
ÎS „ILINCA SERVICE” S.R.L.	2017	Asociația Obștească Asociația Umanitară Filantropică Creștină
ÎS „ANGELUS AGRO” S.R.L.	2019	Fundația Hospice Angelus Moldova
ÎSI „CREDEM-ECO” S.R.L.	2019	Asociația Obștească Asociația Femeilor de Afaceri Din Mun. Bălți
ÎSI „POPASUL VOEVODULUI” S.R.L.	2022	Asociația Obștească „BELLA GETICA”
ÎS „ECOGENERIC” S.R.L.	N/A	N/A
ÎS „PRIETENI DRAGI” S.R.L.	2022	Persoane fizice
ÎSI „STUPINA CU POVEȘTI” S.R.L.	2023	Asociația Obștească Asociația Copiilor Surzi Din Moldova

Sursă: Elaborat în baza <https://mded.gov.md/domenii/mediul-de-afaceri/antreprenoriat-social/> și <https://www.data2b.md>

Contrar datelor oferite de Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social, în Catalogul întreprinderilor sociale din Republica Moldova, de pe pagina oficială a Inițiativei pentru antreprenoriat social în Moldova, se regăsește o listă de 23 întreprinderi sociale (vezi tabelul 3.4).

**Tabelul 3.4. Întreprinderi sociale, domeniul de activitate, impactul social**

Denumire întreprindere	Domeniul de activitate	Aspectul social al afacerii
Tinerii pentru ECO plastic	Comercializarea produselor confecționate din plastic reciclat (bijuterii, obiecte de uz casnic, obiecte de artă).	Colectarea și reciclarea deșeurilor nepericuloase (plastic, metal, hârtie, sticlă).



<u>Soul Market</u>	Lucrări hand made: coșuri, felicitări, mărturii, invitații, torbe textile.	Crearea de locuri de muncă pentru persoanele defavorizate. Comercializarea produselor confecționate de către persoanele defavorizate. Promovarea reutilizării și reciclării produselor.
<u>Proiectul Casa Mare</u>	Servicii de cazare în zonele rurale. Tururi eco-culturale. Organizarea festivalurilor istorico-culturale, taberelor interactiv-educăționale.	Implementarea proiectelor educaționale în domeniul social.
<u>Centrul de Reabilitare Vocațională (VRC) Moldova</u>	Confecționarea și comercializarea articolelor vestimentare, produselor de decor, suvenirilor eco handmade, produselor gastronomice.	Reabilitarea persoanelor dezinstituționalizate, cu dizabilități și tulburări mintale, pentru integrarea lor în societate.
<u>Stupina "Darul Albinelor"</u>	Producerea și comercializarea de miere, ceară, polen, propolis.	Crearea oportunităților de angajare a tinerilor cu deficiențe de auz; Instruirea și licențierea în domeniul apiculturii a tinerilor cu dizabilități.
<u>Spălătoria LAVANDERIA</u>	Servicii profesionale de spălare, călcat uscare textile.	
<u>Atelierele AREAP Edineț</u>	Servicii (spălătorie, tipografie și croitorie). Confecționarea și comercializarea produselor textile personalizate, torbițe din pânză, cărți senzoriale creative.	Integrarea socio-profesională a persoanelor cu dizabilități și a tinerilor aflați în situație de risc. Schimbarea atitudinii comunității față de persoanele cu dizabilități și a tinerilor aflați în situații de risc.
<u>Prisaca Albinuța Maia</u>	Producerea și comercializarea mierii, produselor din miere, lumânărilor din ceară naturală.	Crearea de locuri de muncă pentru tinerii cu autism.
<u>Grădinița Micul Prinț și Amicii</u>	Grădiniță/creșă	Programe de suport pentru copii cu autism, în scopul Incluziunii în învățământul preșcolar.
<u>Casa Phoenix</u>	Masaj și kinetoterapie pentru tineri și maturi. Servicii recuperare și reabilitare.	Direcționarea profitului pentru acoperirea costurilor operaționale ale Centrului de zi pentru copii și tineri cu dizabilități "Phoenix". Servicii de plasament pentru persoane în etate.
<u>MEGA (Academia de Governare a Mediului din Moldova)</u>	Dezvoltarea cu tematici sociale și eco. Servicii educaționale – organizare de traininguri.	Implementarea proiectelor ecologice și programe educaționale în Moldova și peste hotare (ex. GreenTech Rangers, ClimateLaunchpad Moldova, Școala G.R.E.E.N., The Codru Quest, Eco-hackathons) MEGA Game - platforma pentru gestionarea proiectelor ecologice cu elemente de gamificare.



<u>Floare de cires</u> <u>Catering</u>	Servicii de catering: buffet suedez, coffee breake, fourchette, business lunch. Creșterea legumelor ecologice în seră.	Instruirea și angajarea tinerilor din categorii defavorizate, în special cu dizabilități, din mediul rural. Cantina socială – livrarea la domiciliu a prânzurilor gratuite persoanelor sărace și în etate din localitate.
<u>EcoVox</u>	Confecționarea și comercializarea gentuțelor, poșetelor, coșulețelor, portmoneelor handmade.	Oferirea locurilor de muncă pentru tinerii cu dizabilități intelectuale. Utilizarea profitului pentru susținerea traiului în comunitate a persoanelor cu dizabilități.
<u>Centrul de instruire</u> <u>Keystone Moldova</u>	Sală de instruire dotată cu utilaj și mobilier modern, cu multiple posibilități de amenajare a spațiului și echipament de traducere simultană.	
<u>Nou din Nou</u>	Comercializarea produse pentru uz casnic „second hand”.	Angajarea și oferirea oportunităților de auto-angajare persoanelor cu deficiențe de vâz.
<u>EDUJOC</u>	Producerea și comercializarea jucăriilor educative din lemn, a materialelor didactice, articolelor pentru creație și bricolaj.	Producerea de jucării din material, eco și reciclate. Organizarea de evenimente pentru copii din familii vulnerabile și oferirea de jucării gratuite. Implementarea proiectelor de suport în situații de criză, ex. producerea de viziere pentru medici în timpul COVID-19 sau proiecte de suport pentru refugiații din Ucraina.
<u>ABURAS</u>	Producerea bucatelor, servicii de catering.	Oferirea locurilor de muncă pentru persoanele dezavantajate. Promovarea alimentației sănătoase prin instruirea copiilor din familiile social vulnerabile.
<u>Centrul de Terapie</u> <u>Manuală San Tao</u>	Servicii de masaj.	Programe de instruire și angajare a persoanelor cu dizabilități de vedere din municipiul Bălți.
<u>Academia Nicolae</u> <u>Dumitrescu</u>	Servicii educaționale – traininguri.	Instruirea gratuită a tinerilor. Sponsorizarea diferitor activități culturale în comunității în care activează.
<u>Dorința</u>	Serviciul de închiriere a sălii pentru evenimente. Sala de forță și cabinetul de masaj.	Oferirea servicii pentru copiii cu dizabilități severe (care necesită o îngrijire specială) și pentru integrarea lor grădinițe și școli de cultură generală
<u>FABRIS</u>	Producerea obiectelor din lemn. Producerea articolelor textile și de papetărie. Creșterea iepurilor.	Oferirea locurilor de muncă pentru persoanele cu dizabilități.
<u>EtnoGastronomica</u> <u>/ Piața EcoLocal</u>	Ateliere de instruire: nutriție sănătoasă, agricultura ecologică, stil de viață.	Promovarea nutriției sănătoase; educația etno-gastronomică a tinerei generații; susținerea producătorilor agro-alimentari



	Organizare evenimente: Festivalul BOSTANIADA, Târgul de Post VEGAN SHOW, Teatru Gastronomic, Picnic la Fermă.	autohtoni; conservarea patrimoniului etno-gastronomic autohton.
Dulce Plai	Producerea și comercializarea produselor apicole ecologice.	Implementarea <i>proiectelor sociale</i> pentru apicultori și consumatori.

Sursă: Elaborat în baza Catalogului întreprinderilor sociale din Republica Moldova <https://antreprenoriatsocial.md/index.php?page=news&id=1178&l=ro>

Din cele 23 de întreprinderi sociale ce se regăsesc în Catalog, doar 2 se regăsesc și în Lista întreprinderilor sociale și sociale de inserție prezentată de Comisia Națională pentru Antreprenariat Social (Floare de cireș SRL și Edijoc SRL), respectiv, integrarea celor două liste ne permite să constatăm că la moment în Republica avem cel puțin 33 întreprinderi sociale.

În același timp, în Republica Moldova sunt cunoscute proiecte de business, care după esența sa activează ca și întreprinderi sociale, în același timp nu se regăsesc nici în una dintre listele menționate mai sus. Printre proiectele cu activitate ce se integrează în conceptul de afacere socială poate fi enumerate Banca de alimente (<https://bancadealimente.md>), care, prin activitatea sa contribuie la soluționarea a 2 probleme stringente - diminuarea deșeurilor alimentare și susținerea categoriilor defavorizate ale populației.

Neconcordanța ce apare în listele întreprinderilor sociale ce se regăsesc în aceste 2 baze de date poate fi explicată prin unele neclarități existente în cadrul legal cu referire la desfășurarea activității de antreprenariat social. Momentan în Moldova există 2 acte legislative care fac referință la organizarea activității de antreprenariat social: Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenariat și întreprindere și Legea nr. 837/1996 cu privire la asociațiile obștești. Astfel, conform Legii nr. 845/1992 cu privire la antreprenariat și întreprindere, se menționează că antreprenariatul social poate fi desfășurat de către întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție, subliniindu-se că „organizațiile necomerciale (asociații obștești, fundații, culte religioase și instituții private) desfășoară activitatea de antreprenariat social după obținerea statutului de întreprindere socială sau întreprindere socială de inserție”<sup>7</sup>, în același timp, în Legea nr. 837/1996 cu privire la asociațiile obștești, se menționează că „asociația obștească poate desfășura activități de antreprenariat social în conformitate cu prevederile Legii nr. 845/1992 cu privire la antreprenariat și întreprindere de sine stătător sau prin întreprinderile sociale pe care le fondează”<sup>8</sup>. Respectiv, unele asociații Obștești, implementând anumite proiecte sociale, se declară ca fiind întreprinderi sociale, fără ca să obțină oficial acest statut. În același timp, unele întreprinderi clasice, implementează modele de business caracteristice antreprenariatului social fără a solicita statutul de întreprindere socială, în condițiile în care statutul dat presupune un șir de restricții cu referire la distribuirea profitului, activelor, stabilirea salariilor etc., în același timp, nefiind propuse în schimb avantaje fiscale, de finanțare etc.

Analiza domeniilor de activitate și a cauzelor sociale urmărite de către antreprenariatul social din Moldova, arată că categoriile țintă de populație pentru care lucrează afacerile sociale din Moldova, în majoritatea cazurilor, sunt categoriile defavorizate de populație, de obicei persoanele cu deficiențe de vedere, auz, autism etc. Frecvent, întreprinderile se implică în soluționarea problemelor grupurilor țintă prin crearea locurilor de muncă dedicate acestora, dar și prin direcționarea profitului pentru diverse produse/servicii ce pot contribui la soluționarea problemelor cu care se confruntă aceștia (spre exemplu, pentru întreținerea centrelor pentru copii cu anumite dizabilități, sau oferirea plasamentului, alimentației gratuite pentru persoanele în etate).

<sup>7</sup> Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenariat și întreprindere, art. 36<sup>1</sup> (2)

<sup>8</sup> Legea nr. 837/1996 cu privire la asociațiile obștești, art. 26<sup>1</sup> (2)



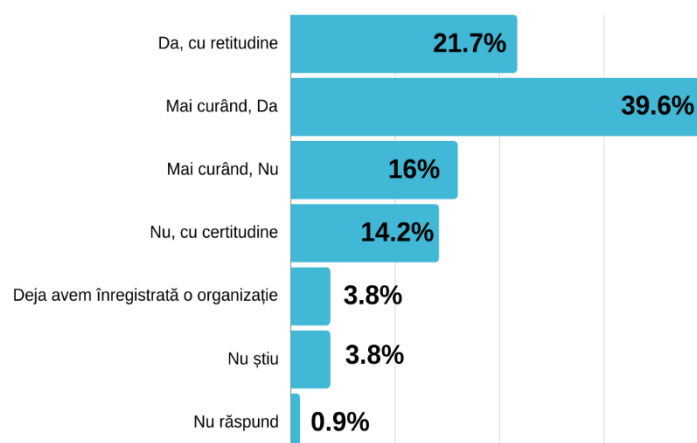
Pe lângă întreprinderile sociale propriu-zise, un rol important în dezvoltarea proiectelor cu caracter social revine organizațiilor societății civile, or anume acestea prin scopurile sale sociale contribuie la protecția drepturilor persoanelor vulnerabile și la integrarea acestora în societate prin diverse măsuri active. În același timp, după cum a fost arătat mai sus, în majoritatea cazurilor, anume organizațiile societății civile fondează întreprinderi sociale.

Potrivit Registrul de stat al unităților de drept privind organizațiile necomerciale, la data de 01.07.2024 în Moldova erau înregistrate 16946 organizații comerciale, dintre care 77% sunt Organizații obștești. Numărul organizațiilor necomerciale este în permanentă creștere, anual fiind înregistrate în jur de 400 organizații comerciale noi.

Studiul sociologic „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova”<sup>9</sup> realizat în perioada iunie-septembrie 2022 în cadrul proiectului ”Valorificarea potențialului OSC-urilor de a promova și dezvolta antreprenoriatul social în Moldova”, a analizat atitudinea OSC-urilor față de antreprenoriatul social, în rândul organizațiilor care au activitate de antreprenoriat social, prin organizarea unui focus grup la care au participat diverse categorii de organizații: 1. care au deja afaceri cu statut de întreprindere socială/socială de inserție; 2. Care intenționează să obțină acest statut; 3. Care nu intenționează să o facă.

Rezultatele focus grupului arată că OSC-urile care au întreprinderi sociale înregistrate au făcut-o pentru a obține surse suplimentare de venit pentru finanțarea activităților organizației, chiar dacă majoritatea menționează că nu au primit profit din activitatea desfășurată. Unele răspunsuri cu referire la motivația de a deschide întreprinderi sociale: 1. din necesitatea de a susține activitatea de bază a OSC-ului pe care îl gestionează; 2. pentru a asigura continuitatea proiectelor inițiate cu ajutorul donatorilor externi; 3. pentru a avea acces la surse de finanțare externă, pe care nu le pot accesa ca simplu OSC, indiferent dacă practică activități de AS. OSC-urilor care practică activități de antreprenoriat social dar nu au înregistrate întreprinderi sociale menționează că nu o fac din motiv că acest gen de întreprinderi nu obțin suport din partea statului, dar lucru e care ar trebui să-l desfășoare membrii OSC-ul se dublează.

În același timp, în cadrul aceluiași studiu au fost chestionate 106 OSC-uri fără activitate de antreprenoriat social. Sondajul a arătat că 70% dintre respondenți cunosc în ce constă antreprenoriatul social, 78% dintre aceștia fiind chiar dispuși să deschidă o afacere socială (vezi figura 3.1):



**Figura 3.1. Disponibilitatea reprezentanților OSC de a deschide afaceri sociale**

Sursă: Studiul sociologic „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova”, <https://www.keystonemoldova.md/wp-content/uploads/sites/4/2022/12/Final-report.pdf>

<sup>9</sup> Studiul sociologic „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova”



Studiul menționat mai sus a cuprins și un alt grup țintă, care are potențial de a dezvolta afaceri sociale – fondatorii de IMM-uri. Spre deosebire de reprezentanții OSC-urilor reprezentanții business-ului sunt mai puțin disponibili de a dezvolta afaceri sociale, din cei 109 fondatori participanți la focus grup, mai puțin de 50% au menționat că ar fi disponibili să dezvolte activități de antreprenariat social.

În concluzie, întreprinderile sociale și organizațiile societății civile din Republica Moldova joacă un rol crucial în promovarea antreprenoriatului social. Acestea contribuie semnificativ la integrarea persoanelor vulnerabile în societate și la soluționarea problemelor sociale prin crearea de locuri de muncă și investiții directe în cauze sociale. În ciuda resurselor limitate și a provocărilor legislative, organizațiile societății civile au demonstrat o capacitate de mobilizare și inovare în inițierea și susținerea întreprinderilor sociale. În contrast, IMM-urile, deși au potențialul de a contribui la acest sector, manifestă un interes mai scăzut și o implicare redusă în activitățile de antreprenariat social. Astfel, principalul potențial de dezvoltare a întreprinderilor sociale în Moldova vine din partea organizațiilor societății civile, care rămân motorul principal al acestui sector emergent.

### **Beneficiarii afacerilor sociale**

Beneficiarii afacerilor sociale sunt adesea două categorii distincte de populație: categoriile de populație pentru care lucrează antreprenoriul social și consumatorii produselor sau serviciilor oferite de aceste afaceri. Prima categorie include persoanele vulnerabile sau defavorizate care beneficiază direct de activitățile întreprinderilor sociale, fie prin crearea de locuri de muncă, fie prin accesul la servicii esențiale și programe de suport. A doua categorie este reprezentată de consumatorii care aleg să achiziționeze produse și servicii de la afacerile sociale, contribuind astfel la realizarea obiectivelor sociale ale acestora.

În dezvoltarea modelului de business, o afacere socială trebuie să ia în calcul ambele categorii de beneficiari, chiar dacă interesele acestora față de afacerea socială sunt diferite. Pentru categoriile de populație pentru care lucrează, afacerea socială trebuie să asigure sustenabilitate și impact social pozitiv, oferind sprijin și oportunități care să îmbunătățească calitatea vieții și să faciliteze integrarea socială și economică. Acești beneficiari sunt interesați de accesul la resurse, suport continuu și dezvoltare personală și profesională.

Pe de altă parte, consumatorii sunt motivați de dorința de a achiziționa produse și servicii de calitate, care să le satisfacă nevoile și preferințele, dar și de sentimentul de a contribui la o cauză socială. Ei sunt interesați de transparența și autenticitatea misiunii sociale a afacerii, precum și de impactul concret pe care îl au achizițiile lor.

Astfel, o afacere socială de succes trebuie să echilibreze aceste două seturi de interese, asigurând atât îndeplinirea misiunii sociale, cât și satisfacerea cerințelor consumatorilor, pentru a crea un model de business sustenabil și de impact.

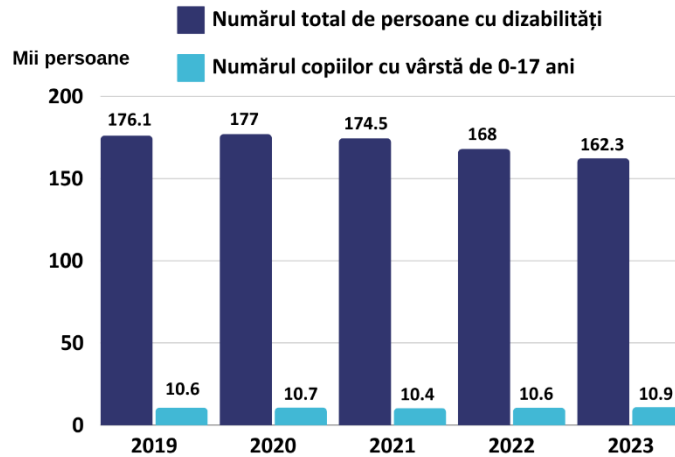
### **Beneficiarii direcți ai afacerilor sociale din Republica Moldova**

Analiza activității întreprinderilor sociale din Catalogului întreprinderilor sociale din Republica Moldova arată că, în majoritatea cazurilor, acestea urmăresc obiectivul de a susține grupurile defavorizate de populație, prin oferirea serviciilor specifice acestor grupuri (ex. programe de reabilitare și terapie, alimentație și plasament etc.), dar și prin acțiuni menite să crească nivelul lor de trai, prin oferirea locurilor de muncă, instruire profesională etc. Grupurile defavorizate abordate de către antreprenoriul social din Moldova sunt diverse, mai frecvent însă aceștia intenționând să soluționeze problemele persoanelor cu dizabilități.

Conform datelor CNAS, la 1 ianuarie 2023, numărul persoanelor recunoscute cu dizabilități în Republica Moldova a constituit 162,3 mii persoane, inclusiv 10,9 mii copii cu vârsta de 0-17 ani.



Persoanele cu dizabilități au reprezentat 6,5% din populația totală a țării cu reședință obișnuită, iar copiii cu dizabilități au constituit 2,0% din numărul total al copiilor cu reședință obișnuită din Republica Moldova. Distribuția pe grade a persoanelor cu dizabilități denotă o preponderență a persoanelor cu dizabilitate accentuată – 56,0%, ponderea celor cu dizabilitate medie constituind – 28,0%, iar a celor cu dizabilitate severă – 16,0%.



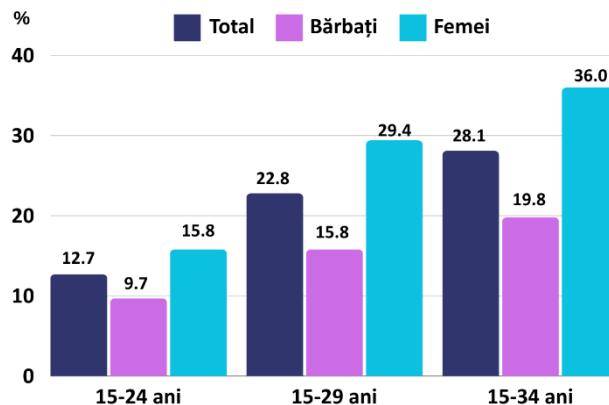
**Figura 3.2. Numărul persoanelor recunoscute cu dizabilități în Republica Moldova la 1 ianuarie**

Sursă: [https://statistica.gov.md/ro/persoanele-cu-dizabilitati-in-republica-moldova-in-anul-2022-9460\\_60822.html](https://statistica.gov.md/ro/persoanele-cu-dizabilitati-in-republica-moldova-in-anul-2022-9460_60822.html)

Cota parte înaltă a persoanelor cu dizabilități în structura populației cu reședință obișnuită și incapacitatea sistemului de protecție socială de a oferi servicii corespunzătoare necesităților acestei categorii de populație, determină angajamentul ridicat atât al OSC-urilor, cât și a întreprinderilor sociale în soluționarea problemelor acestora.

O altă categorie a populației care nimereste frecvent în vizorul antreprenariatului social sunt tinerii NEET (Not in Education, Employment, or Training). Tinerii NEET devin frecvent public țintă al antreprenariatului social datorită vulnerabilității lor și nevoii crescute de integrare socio-economică. Întreprinderile sociale ajută acești tineri prin oferirea de oportunități de angajare adaptate, programe de formare profesională și suport personalizat. Aceste afaceri creează un mediu de lucru incluziv, care le permite tinerilor NEET să dezvolte competențe esențiale, să câștige experiență profesională și să își îmbunătățească stima de sine, facilitând astfel tranziția lor către o viață activă și independentă.

Biroul Național de Statistică prezintă cifre alarmante în raport cu tinerii NEET, astfel în trimestrul IV al anului 2024, cota acestei categorii de tineri în numărul total de tineri de vârstă 15-34 ani constituia 28% (vezi figura 3.3).



**Figura 3.3. Rata tinerilor NEET pe grupe de vârstă și sexe, Republica Moldova, trimestrul IV 2023**

Sursă: [https://statistica.gov.md/index.php/ro/tinerii-neet-in-trimestrul-iv-2023-9430\\_61056.html](https://statistica.gov.md/index.php/ro/tinerii-neet-in-trimestrul-iv-2023-9430_61056.html)



Conform datelor statistice, rata tinerilor NEET în Republica Moldova este extrem de ridicată, cu o incidență mai mare în rândul femeilor comparativ cu bărbații. Această rată înaltă implică riscuri semnificative pentru societate, inclusiv creșterea șomajului, excluziunea socială și economică, și pierderea potențialului productiv al unei părți considerabile a populației tinere. Fără intervenții adecvate, tinerii NEET pot deveni dependenți de ajutor social, ceea ce duce la o povară financiară asupra sistemului public și la perpetuarea ciclului de sărăcie și inegalitate.

Antreprenorii sociali joacă un rol crucial în abordarea acestor probleme. Prin oferirea de locuri de muncă și programe de formare profesională adaptate, întreprinderile sociale pot ajuta tinerii NEET să dobândească competențe valoroase și să câștige experiență de muncă. De asemenea, aceste afaceri creează un mediu de lucru sportiv și incluziv, care sprijină integrarea socială și economică a tinerilor. Implicarea antreprenorilor sociali este esențială pentru reducerea ratei NEET, deoarece contribuie la dezvoltarea unei forțe de muncă calificată și la promovarea coeziunii sociale, ajutând astfel la construirea unei societăți mai prospere și echitabile.

### Clienții/consumatorii afacerilor sociale din Republica Moldova

Consumatori ai produselor/serviciilor oferite de întreprinderile sociale sunt nemijlocit de beneficiarii acestor afaceri, dar și publicul larg. Sondajele petrecute în baza acestui studiu au arătat disponibilitatea atât a consumatorilor cât și a întreprinderilor de a cumpăra produse de la întreprinderile sociale, chiar și în cazul în care acestea aplică prețuri mai ridicate decât concurenții (30% în cazul antreprenorilor și 43% în cazul tinerilor consumatori – vezi figurile 1.11 și 1.20).

Disponibilitatea consumatorilor de a da prioritate produselor oferite de afacerile sociale, este de fapt o resursă importantă pentru dezvoltarea acestor afaceri. În aceste condiții, întreprinderile sociale trebuie să fie mai precaute în modul în care își promovează produsele și transmit publicului larg informații despre scopurile sociale pe care le urmărește afacerea.

### Parteneri de afaceri și rețele de sprijin

Partenerii de afaceri și rețelele de sprijin joacă un rol crucial în promovarea antreprenoriatului social, facilitând accesul la resurse, cunoștințe și oportunități care pot accelera dezvoltarea și impactul inițiativelor sociale. Partenerii de afaceri pot oferi finanțare, expertiză tehnică și acces la piețe, ceea ce permite întreprinderilor sociale să își extindă activitățile și să își îmbunătățească eficiența operațională. În același timp, rețelele de sprijin, cum ar fi incubatoarele, acceleratoarele, ONG-urile și platformele de networking, oferă mentorat, formare și consultanță, ajutând antreprenorii sociali să navigheze provocările legate de start-up și scalare. Prin intermediul acestor parteneriate și rețele, întreprinderile sociale pot crea sinergii valoroase, obținând astfel un impact social mai mare și contribuind la rezolvarea problemelor comunității într-un mod sustenabil și inovator.

### Centre de suport dedicate antreprenorilor sociali

Momentan în Moldova există o rețea de centre de suport în afaceri, dedicate antreprenoriatului social, printre care:

- ✓ **HUB-ul Afacerilor Sociale Moldova Nord**, gestionat de Asociația Obștească „Centrul de Politici Socio-Economice CONSENS”;
- ✓ **Hub-ului Regional de Afaceri Sociale Cahul**, gestionat de Camera de Comerț și Industrie Cahul;
- ✓ **Acceleratorul afacerilor sociale, regiunea Centru**, gestionat de Camera de Comerț și Industrie a municipiului Chișinău;
- ✓ **Social Business Hub**, gestionat de Asociația Antreprenorilor Sociali din Tiraspol;
- ✓ **HUBul Antreprenorilor Sociali, Chișinău**, gestionat de Asociația Obștească EcoVisio.





Centrele de suport sunt focusate pe educarea publicului, prin organizarea sesiunilor de instruire, dezvoltarea materialelor didactice online, prestarea serviciilor de informare și promovare a antreprenoriatului social prin elaborarea catalogului întreprinderilor sociale, a buletinelor informative, spoturilor publicitare, organizarea de evenimente, dezvoltare a conținuturilor informative pentru pagini web, pagini pe rețelele de socializare, implementează proiecte educaționale cu elemente de grant pentru dezvoltarea afacerilor sociale.

### Soluții online dedicate antreprenoriatului social

Asociațiile obștești promotoare a antreprenoriatului social au dezvoltat un șir de resurse accesibile online, pentru persoanele care dezvoltă sau intenționează să dezvolte afaceri sociale:

- ✓ **Platforma antreprenoriatului social** (<https://antreprenoriatsocial.md>), administrate de Asociația Obștească Eco-Răzeni. Pe platformă se regăsesc resurse utile pentru antreprenorii sociali: resurse utile (publicații, legislație, recomandări etc), catalogul afacerilor sociale, istorii de succes, noutăți, inițiative de advocacy .
- ✓ **IarmarEco** (<https://iarmareco.md>), dezvoltată și administrate de Asociația Obștească EcoVisio. IarmarEco, este versiunea online a evenimentului fizic, organizat anual de EcoVisio. Este un marketplace multivendor, prin intermediul cărui antreprenorii sociali, eco își pot comercializa produsele online.
- ✓ **CURS ONLINE:** Antreprenoriatul social pentru începători, elaborat de Asociația Obștească EcoVisio, conține resurse video, accesibile 24/24, care vizează diverse etape și aspecte legate de lansare și dezvoltarea afacerilor sociale.

### Studii/publicații dedicate antreprenoriatului social

La inițiativa societății civile, cu suportul finanțatorilor, în Republica Moldova au fost realizate diverse cercetări dar și realizate materiale didactice dedicate pentru susținerea inițiativelor în domeniul antreprenoriatului social (vezi tabelul 3.5)

**Tabelul 3.5. Publicații cu tematica antreprenoriatului social în Republica Moldova**

Titlu publicație, anul publicării	Scopul urmărit	Autori, organizații beneficiare, finanțatori
<b>Antreprenoriatul social în Republica Moldova: Realități și perspective, 2013</b>	Studiul are ca scop facilitarea activității grupului de lucru interguvernamental al Ministerului Economiei al Republicii Moldova pentru elaborarea Legii privind antreprenoriatul social și ghidarea programului de susținere a antreprenoriatului social implementat de Fundația Est-Europeană.	Elaborat de Axa Management Consulting la solicitarea Fundației Est-Europene, în cadrul programului „Susținerea antreprenoriatului social în Republica Moldova”, implementat din resursele financiare oferite de Guvernul Suediei prin intermediul Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida) și de Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA
<b>Raport de analiză a situației actuale și a provocărilor în ceea ce privește dezvoltarea antreprenoriatului social în R. Moldova, 2019</b>	Analiza contextului și proiectarea cadrului de acțiune pentru perioada 2020-2025 de dezvoltare a antreprenoriatului social în vederea maximalizării potențialului pe care îl poate aduce acest sector în dezvoltarea comunitară, crearea de locuri de muncă în special pentru categorii defavorizate, creșterea gradului de asociere a producătorilor	Autor: Angela Achitei. Elaborat pentru Ministerul Economiei și Infrastructurii ca urmare, cu sprijinul Proiectului „Consilierea Guvernului Republicii Moldova în politici economice”, implementat de către GIZ Moldova cu suportul financiar al Ministerului Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare al Germaniei (BMZ) și al Agenției Elvețiene pentru



	locali, dezvoltare rurală, durabilă și sustenabilă	Dezvoltare și Cooperare (SDC) de către expertul Dna
<b>Revista transfrontalieră „Economie Socială” (5 ediții trimestriale, începând cu anul 2021)</b>	Promovarea economiei sociale / antreprenoriatului social și a impactului pe care îl are acest sector asupra creșterii competitivității economice, inclusiv a ratei ocupării persoanelor din grupuri vulnerabile, în regiunea transfrontalieră România – Republica Moldova.	Fondată în cadrul proiectului „Parteneriat transfrontalier pentru dezvoltarea antreprenoriatului social”, implementat de Fundația „Alături de Voi” România în parteneriat cu Academia de Administrare Publică și Fundația „Ecolul Cernobilului” din Republica Moldova și finanțat de Uniunea Europeană, în cadrul Programul Operațional Comun România – Moldova 2014-2020, prin intermediul Instrumentului European de Vecinătate (ENI).
<b>Social Entrepreneurship in the Republic of Moldova: Findings and Recommendations (Regulatory Analysis), 2021</b>	Analiza principalelor domenii legate de antreprenoriatul social în Moldova: acordarea statutului de întreprindere socială, activitățile Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social, accesul la resurse financiare publice și private, accesul la măsuri active de ocupare a forței de muncă, specificul achizițiilor publice și participarea întreprinderilor sociale în aceste proceduri, regimul fiscal aplicabil și programele educaționale privind antreprenoriatul social.	Raport a fost pregătit pentru Proiectul „EU4Youth - Valorificarea potențialului tinerilor antreprenori sociali din Moldova și Ucraina”. Proiectul este cofinanțat de Uniunea Europeană în cadrul Programului EU4Youth și este implementat de un consorțiu care include următoarele organizații: Institutul Gustav Stresemann e.V. (GSI) (Germania) – liderul consorțiului, Egalite International (Ucraina), AXA Management Consulting (Moldova), Asociația ECO-RAZENI (Moldova), Centrul Național de Asistență și Informare pentru ONG-uri din Moldova „CONTACT” (Moldova), și „Pro NGO! e.V” (Germania).
<b>Studiul „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social din Republica Moldova”, 2022</b>	Analiza percepțiilor, atitudinilor și practicilor populației de vârstă activă din Republica Moldova, a autorităților publice, organizațiilor societății civile, întreprinderilor mici și mijlocii și altor actori cu referire la antreprenoriatul social.	Studiului a fost realizat de către Compania Date Inteligente SRL pentru Asociația Keystone Moldova, în cadrul proiectului “Valorificarea potențialului OSC-urilor de a promova și dezvolta antreprenoriatul social în Moldova”, finanțat de Uniunea Europeană, cofinanțat de Suedia, în parteneriat cu Fundația Est-Europeană, Centrul Contact și Keystone Moldova.
<b>Cartea alba pentru Antreprenoriatul social, 2022</b>	Este un document cu titlu de recomandare ce definește propuneri pentru îmbunătățirea domeniului de antreprenoriat social în Republica Moldova.	Elaborată de Asociația Obștească EcoVisio, în cadrul proiectului „Platforma pentru antreprenoriatul social în Republica Moldova”, finanțat de Uniunea Europeană și cofinanțat de Suedia
<b>Ghid despre antreprenoriat social, 2023</b>	Scopul Ghidului este de a oferi ghidaj și resurse necesare pentru înțelegerea și implementarea antreprenoriatului social, facilitând astfel dezvoltarea capacităților și impactului social pozitiv prin intermediul afacerilor sociale.	Elaborat de Asociația Obștească EcoVisio în parteneriat cu Agenția pentru Inovare și Dezvoltare, Asociația Antreprenoriatului Social, cu asistența financiară a Suediei și Marii Britanii în cadrul proiectului “Dezvoltarea capacităților de export pe malurile Nistrului” (AdTrade) implementat de Programul Națiunilor Unite pentru



		Dezvoltare (PNUD). Conținutul ghidului este responsabilitatea exclusivă a autorului și nu reprezintă în mod necesar opiniile Suediei, Marii Britanii și PNUD.
<b>Antreprenariat social: ghid pentru începători, 2024</b>	Este dedicat celor care doresc să își înceapă propria afacere socială, oferindu-le o foaie de parcurs detaliată și pas cu pas pentru lansarea afacerii sociale.	Autori: Tatiana Bucos, Natalia Iacob, elaborate pentru JA Moldova. A fost dezvoltat în cadrul proiectului „Dezvoltare mai bună prin antreprenariat social”, susținut financiar de către Uniunea Europeană, Ministerul Afacerilor Externe al Lituaniei și Agenția Centrală pentru Managementul Proiectelor.

Analiza activității centrelor de suport și a asociațiilor obștești demonstrează că acestea joacă un rol vital în dezvoltarea antreprenoriatului social în Republica Moldova. Aceste hub-uri și rețele de sprijin, cum ar fi HUB-ul Afacerilor Sociale Moldova Nord, Hub-ul Regional de Afaceri Sociale Cahul, și Social Business Hub, oferă nu doar finanțare și acces la resurse, dar și formare, mentorat și consultanță. Prin inițiativele lor, ele educă publicul, promovează produsele și serviciile întreprinderilor sociale și dezvoltă soluții online dedicate antreprenoriatului social, cum ar fi platforma antreprenoriatului social și IarmarEco. Studiile și publicațiile elaborate, alături de proiectele educaționale și de grant, contribuie la consolidarea capacităților întreprinderilor sociale și la crearea unui impact social pozitiv. Importanța acestor centre de suport este esențială pentru sprijinirea și scalarea inițiativelor de antreprenariat social, facilitând integrarea grupurilor defavorizate și dezvoltarea durabilă a comunităților locale.

### Guvern și administrație publică

Guvernul și administrația publică joacă un rol crucial în dezvoltarea antreprenoriatului social prin:

- Politici, legislație favorabilă și finanțări:** Guvernul poate stabili politici și cadre legislative care sprijină antreprenoriatul social, oferind facilități fiscale și subvenții. De asemenea, poate asigura finanțări prin granturi și credite cu dobândă redusă, esențiale pentru inițierea și dezvoltarea afacerilor sociale. Aceste măsuri creează un mediu legislativ și financiar care încurajează și susține întreprinderile sociale, permițându-le să își îndeplinească misiunea socială și să devină sustenabile pe termen lung.
- Parteneriate și achiziții publice:** Guvernul poate facilita parteneriate public-private, încurajând colaborarea între sectorul public și întreprinderile sociale pentru soluționarea problemelor comunității. În plus, guvernul poate oferi resurse vitale pentru afacerile sociale, cum ar fi spații pentru desfășurarea activității, acces la echipamente și infrastructură, și posibilitatea de a utiliza alte resurse aflate în gestiunea statului, cum ar fi clădiri publice, terenuri sau facilități de transport. Acordarea de contracte de achiziții publice preferențiale pentru produsele și serviciile oferite de întreprinderile sociale asigură un flux constant de venituri pentru aceste afaceri, susținându-le financiar și conferindu-le legitimitate și vizibilitate.
- Educație și sensibilizare:** Guvernul poate sprijini programe de educație și formare profesională destinate antreprenorilor sociali, oferind cursuri, workshopuri și sesiuni de mentorat pentru dezvoltarea competențelor necesare gestionării eficiente a afacerilor sociale. De asemenea, campaniile de sensibilizare și promovare inițiate de guvern pot contribui la creșterea vizibilității antreprenoriatului social și la informarea publicului



despre beneficiile și impactul pozitiv al acestuia. Promovarea activă a acestor inițiative poate stimula cererea pentru produsele și serviciile întreprinderilor sociale și poate atrage mai mulți investitori și parteneri.

Printre instituțiile statului ce pot influența dezvoltarea antreprenoriatului social sunt diverse ministere (a economiei, a finanțelor, a educației), agenții/structuri dedicate dezvoltării regionale și a business-ului, structuri dedicate antreprenoriatului social, administrațiile publice locale.

În Republica Moldova, pentru a susține și monitoriza antreprenoriatul social la nivel de Guvern a fost instituită Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social (CNAS), care este un organ colegial, fără personalitate juridică și se subordonează Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării. Comisia constă din 11 membri, reprezentanți ai Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării, Ministerului Muncii și Protecției Sociale, Ministerului Mediului, Ministerului Finanțelor și Ministerului Justiției, la nivel de secretar de stat, un reprezentant al Congresului Autorităților Locale din Moldova, reprezentanți ai organizațiilor necomerciale care desfășoară activități de antreprenoriat social și ai întreprinderilor sociale.

Atribuțiile CNAS constau în elaborarea studiilor și rapoartelor în domeniul antreprenoriatului social, contribuie la formularea politicilor publice, examinează și decide asupra statutului de întreprindere socială, monitorizează respectarea acestuia, avertizează în caz de încălcări, examinează contestațiile, promovează antreprenoriatul social, oferă recomandări și publică anual raportul de activitate și lista întreprinderilor sociale.

Rapoartele anuale ale CNAS menționează activitatea de atribuire a statutului de întreprindere socială, întreprindere socială de inserție, participarea membrilor la diverse evenimente și discuții dedicate antreprenoriatului social, inițierea unor documente de politici în domeniul antreprenoriatului social. Până în prezent CNAS a elaborat, cu suportul partenerilor externi, două documente de politici orientate spre susținerea antreprenoriatului de către stat: 1. Programul Național de Dezvoltare a Antreprenoriatului Social 2021-2025<sup>10</sup> (202), care este un document de viziune strategică în domeniul antreprenoriatului social; 2. Programului de finanțare și mentorat pentru întreprinderi sociale<sup>11</sup> (2022). Ambele documente au rămas la nivel de proiect, nefiind aprobate de către Guvern.

Organizația pentru Dezvoltarea antreprenoriatului momentan nu are programe de suport dedicate antreprenoriatului social. Pe pagina web a organizației (versiunea veche) se regăsesc resurse informaționale cu referire la antreprenoriatul social și o hartă interactivă a întreprinderilor sociale<sup>12</sup>.

Un actor esențial în ecosistemul antreprenoriatului social este reprezentat de administrațiile publice locale (APL). Acestea sunt responsabile pentru dezvoltarea antreprenoriatului social la nivel local, unde este necesară integrarea grupurilor defavorizate în comunitate și dezvoltarea serviciilor sociale și de incluziune. Cadrul normativ național a delegat APL-urilor diverse instrumente pentru susținerea antreprenoriatului social, precum: atribuirea de spații și terenuri aflate în proprietatea publică a unităților administrativ-teritoriale, conform Legii nr. 436/2006 privind administrația publică locală, pentru desfășurarea activităților specifice întreprinderilor sociale de inserție; sprijin în promovarea produselor și serviciilor realizate în cadrul comunității și în identificarea piețelor de desfacere; promovarea turismului și activităților conexe prin valorificarea patrimoniului istoric și cultural local; alte facilități și scutiri de taxe și impozite permise de lege.

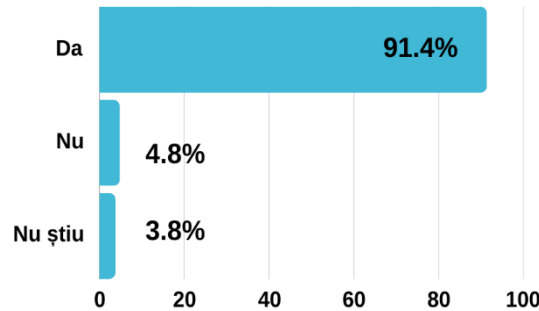
<sup>10</sup> <https://cancelaria.gov.md/sites/default/files/document/attachments/982-mei.pdf>

<sup>11</sup> [https://cancelaria.gov.md/sites/default/files/document/attachments/164\\_0.pdf](https://cancelaria.gov.md/sites/default/files/document/attachments/164_0.pdf)

<sup>12</sup> <https://antreprenoriatsocial.odimm.md/ro>



Potrivit Studiul sociologic „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova”, reprezentanții APL-urilor au auzit despre antreprenoriat social (71,4% dintre cei 109 reprezentanți ai APL-urilor chestionați) dar au cunoștințe modeste în domeniu - mai puțin de jumătate (48.6%) dintre participanții la sondaj au afirmat că pot să-l definească. Cunoștințele modeste ale reprezentanților APL în domeniul antreprenoriatului social au fost demonstrate și în cadrul discuțiilor din focus grup, unde cea mai mare parte a reprezentanților APL nu au putut da un exemplu concret de o întreprindere socială.



**Figura 3.4. Disponibilitatea reprezentanților APL-urilor de a susține întreprinderile sociale**

Sursă: Studiul sociologic „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova”, <https://www.keystonemoldova.md/wp-content/uploads/sites/4/2022/12/Final-report.pdf>

Chiar dacă sunt puțin familiarizați cu conceptual de antreprenoriat social, reprezentanții APL-urilor sunt dispuși să susțină astfel de afaceri (91.4%). În același timp, din total reprezentanți APL care ar încuraja dezvoltarea unei întreprinderi sociale în teritoriu, majoritate (82.3%) doresc prin asemenea acțiuni să ajute persoanele dezavantajate să-și găsească un loc de muncă. În proporție de 38.5%, reprezentanții APL ar dori prin susținerea unei întreprinderi sociale să facă un lucru bun, contribuind astfel la bunăstarea comunității, a țării.

Analiza activității instituțiilor publice în raport cu afacerile sociale și rezultatele studiului sociologic demonstrează că statul este puțin implicat în promovarea și dezvoltarea antreprenoriatului social din Moldova. Momentan instituțiile statului central se implică, în special, prin ajustarea cadrului legislativ și oferirea statutului de întreprindere socială/socială de inserție. Sunt absente unele măsuri, politici direcționate spre susținerea antreprenoriatului social.

În același timp, la nivel de APL, instituții care ar beneficia direct de dezvoltarea întreprinderilor sociale, prin soluțiile oferite de către acestea comunităților, conceptual de antreprenoriat social este puțin cunoscut. În același timp, Legea cu privire la antreprenoriat și întreprindere atribuie APL-urilor responsabilități de susținere a întreprinderilor sociale prin oferirea serviciilor gratuite de consultanță, promovarea produselor, oferirea spațiilor pentru activitate în condiții preferențiale.

## Investitori și finanțatori

Investitorii și finanțatorii joacă un rol crucial în dezvoltarea afacerilor sociale, iar cele mai importante trei argumente sunt:

1. **Asigurarea capitalului inițial și pentru expansiune:** Investitorii și finanțatorii oferă resursele financiare necesare pentru a demara proiectele și pentru a susține extinderea acestora. Fără acest capital, multe afaceri sociale nu ar putea începe sau crește pentru a-și maximiza impactul.
2. **Expertiză și mentorat:** Pe lângă suportul financiar, investitorii și finanțatorii aduc expertiză valoroasă în management și strategii de afaceri. Prin mentorat, aceștia ajută antreprenorii sociali să depășească provocările și să dezvolte modele de afaceri sustenabile, contribuind la succesul pe termen lung.



3. **Stimularea inovării și impact social măsurabil:** Investitorii încurajează inovația prin sprijinirea proiectelor noi și creative, asigurând în același timp măsurarea și monitorizarea impactului social. Acest lucru garantează utilizarea eficientă a resurselor și contribuie la schimbări pozitive durabile în comunitățile deservite.

Printre subiecții ce pot fi investitori și finanțatori ai antreprenoriatului social sunt fondurile de investiții sociale, organizațiile non-guvernamentale, guvernele și agențiile publice, și investitorii privați. Însă în Republica Moldova, în majoritatea cazurilor, finanțarea afacerilor sociale este realizată de către organizațiile non-guvernamentale, din resursele financiare obținute de la Uniunea Europeană, Suedia și alți donatori. Momentan în Moldova lipsește un fond de investiții sociale, iar atragerea resurselor financiare de la organizații precum ODA, AIPA etc. este posibilă doar prin participarea la concursurile de granturi/subvenții pe principii egale cu afacerile clasice. În același timp, în Republica Moldova nu este dezvoltată suficient practica finanțării private, care vin din partea unor persoane fizice sau companii. Momentan există unele inițiative de susținerea a afacerilor începătoare din partea sectorului privat, precum comunitatea Business Angels Moldova (<https://www.businessangels.md>), constituită din antreprenori și manageri de top, disponibili de a investi în startup-uri de la 5 la 25 mii euro, sau proiectul Business Campus, finanțat de Orange Moldova, în cadrul cărui, anual, sunt oferite 10 granturi a câte 50 000 lei pentru afaceri noi inițiate de tineri<sup>13</sup>. Pe lângă faptul că aceste practici sunt abia la etapa de apariție, aceste concursuri nu sunt dedicate afacerilor sociale, în același timp, nu este exclusă posibilitatea proiectelor de antreprenoriat social să participe pentru a obține finanțare.

În cele din urmă, realitatea Republicii Moldova este astfel, încât, principalul, și practic unicul finanțator al afacerilor sociale este sectorul non-guvernamental. În ultimii ani, prin intermediul organizațiilor non-guvernamentale, au fost organizate diverse concursuri de granturi dedicate atât lansării, cât și dezvoltării afacerilor sociale (vezi tabelul 3.6):

**Tabelul 3.6. Unele proiecte cu susținere financiară dedicată întreprinderilor sociale din Moldova**

Denumire proiect	Organizația care implementează, perioada	Finanțare proiect, perioada implementării	Beneficiari finanțare	Valoare maxima grant oferit unui beneficiar
<b>Valorificăm potențialul societății civile pentru promovarea și dezvoltarea antreprenoriatului social în Republica Moldova</b>	Fundația Europeană în parteneriat cu Keystone Moldova și Centrul Contact Perioada implementării: 01.01.2022 - 31.12.2024	Finanțat de Uniunea Europeană, cofinanțat de Suedia	Întreprinderi sociale	37 500 EUR
<b>Societatea civilă contribuie la dezvoltarea economică incluzivă și durabilă a țării</b>	Fundația Europeană în parteneriat cu Asociația	Finanțat de Uniunea Europeană,	Întreprinderi sociale	35 000 EUR

13

<https://www.orange.md/ro/noutate/orange-digital-center-inscrie-te-la-programul-national-de-antreprenoriat-pentru-studenti-si-studente---business-campus-10-05-2023>



	Businessului European și Centrul Contact Perioada implementării: 01.02.2021 – 31.05.2024	cofinanțat de Suedia		
<b>Promovarea antreprenoriatului social al tinerilor și a abilităților practice de management în Ucraina, Moldova, Georgia și Armenia prin intermediul Întreprinderilor Sociale Studențești inovatoare</b>	Implementare în Moldova Asociația obștească EcoVisio Iulie 2023-iunie 2024	Co-finanțat de Uniunea Europeană	Instituții de învățământ. p/u crearea afacerilor sociale	Până la 20.000 MDL
<b>SKYE Net – Rețeaua de Cluburi pentru Împuternicirea Tinerilor prin Abilități și Cunoștințe</b>	Institutul de Instruire în Dezvoltare „MilleniuM”, 01.07.2023 - 30.06.2025	Co-finanțat de Uniunea Europeană	Lansare start-up-uri de către tineri antreprenori sociali, cu accent pe economiile verzi și digitalizare	Între 20 000 și 95 000 de lei
<b>Ajutor pentru copiii cu tulburare de spectru autist (TSA) și alte tulburări genetice din Moldova</b>	ADRA (Republica Cehă), SOS Autism (Moldova)	Programul Ceh de Cooperare pentru Dezvoltare	Înființare întreprinderi sociale de către familiile cu moniri cu autism	Până la 6000 EUR
<b>EU4Moldova: Regiuni-cheie</b>	PNUD și UNICEF	Uniunea Europeană	Lansare/dezvoltare întreprindere socială	Până la 1700 EUR
			Adaptări a locului de muncă pentru persoane cu necesități speciale	Până na 500 EUR per loc de lucru (3 locuri)

Sursă: Elaborat în baza anunțurilor de pe platforma [www.antreprenoriatsocial.md](http://www.antreprenoriatsocial.md)

În condițiile în care afacerile sociale au ca obiectiv soluționarea problemelor sociale, de mediu, nu obținerea beneficiilor financiare, performanțele obținute de acestea, în mare măsură, depind de posibilitățile de atragerea a finanțărilor din exterior (acest lucru este vital pentru afacerile sociale din Moldova, majoritatea căror, în cadrul Studiul sociologic „Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova”, au declarat că până la moment nu au obținut profit din activitatea desfășurată). În același timp, în Republica Moldova unicul finanțator al afacerilor sociale este sectorul non-guvernamental, care, la rândul său, finanțează afaceri sociale în baza resurselor financiare atrase de la donatori precum Uniunea Europeană și Suedia. Riscurile acestei situații includ dependența ridicată de finanțările externe, care poate duce la instabilitate financiară pentru afacerile sociale din Moldova în cazul reducerii sau retragerii fondurilor, și limitarea capacității acestor afaceri de a deveni autosustenabile în absența unor profituri generate intern.



## Unele concluzii cu referire la stakeholderii din Republica Moldova

### Puncte tari

- ✓ Diversitatea stakeholderilor: Există o gamă variată de stakeholderi implicați în dezvoltarea antreprenoriatului social în Republica Moldova, de la antreprenori sociali și organizații non-guvernamentale, până la investitori și finanțatori, parteneri de afaceri și rețele de sprijin, și guvern și administrație publică.
- ✓ Roluri clare și influențe distincte: Fiecare categorie de stakeholderi aduce contribuții unice, de la inițierea și implementarea proiectelor sociale (antreprenori sociali), până la asigurarea unui cadru legislativ favorabil (guvern și administrație publică).
- ✓ Sprijin guvernamental și legislativ: Existența unui cadru legislativ favorabil dezvoltării întreprinderilor sociale, precum și inițiativele guvernamentale de susținere a acestui sector.
- ✓ Rețele de suport și parteneriate: Prezența hub-urilor, incubatoarelor și acceleratoarelor dedicate antreprenoriatului social care oferă mentorat, formare și consultanță.

### Lacune

- ✓ Interes scăzut din partea antreprenorilor tradiționali: Deși există un cadru legislativ și programe de suport, interesul antreprenorilor tradiționali pentru dezvoltarea afacerilor sociale rămâne scăzut.
- ✓ Finanțare limitată: Principalul finanțator al afacerilor sociale este sectorul non-guvernamental, cu resurse obținute de la donatori externi. Lipsa unui fond de investiții sociale și practici financiare private insuficient dezvoltate reprezintă o provocare majoră.
- ✓ Neconcordanțe legislative: Există neclarități în cadrul legal care reglementează activitatea de antreprenoriat social, ceea ce duce la neconcordanțe în înregistrarea și recunoașterea oficială a întreprinderilor sociale.
- ✓ Cunoștințe limitate la nivel local: Reprezentanții administrațiilor publice locale au cunoștințe modeste despre antreprenoriatul social, ceea ce limitează sprijinul efectiv pentru dezvoltarea acestui sector la nivel comunitar.

### Recomandări de îmbunătățire

- ✓ Creșterea vizibilității și promovarea antreprenoriatului social: Este necesară o campanie națională de sensibilizare și informare pentru a atrage mai mulți antreprenori tradiționali și investitori către sectorul social.
- ✓ Consolidarea finanțării: Crearea unui fond de investiții sociale dedicat și încurajarea finanțărilor private prin facilități fiscale și alte stimulente.
- ✓ Clarificarea cadrului legislativ: Revizuirea și armonizarea legislației existente pentru a elimina neclaritățile și a facilita recunoașterea și sprijinul oficial al întreprinderilor sociale.
- ✓ Formare și educație pentru administrațiile publice locale: Organizarea de sesiuni de formare și ateliere pentru reprezentanții APL-urilor pentru a crește nivelul de cunoștințe și capacitatea acestora de a susține antreprenoriatul social la nivel local.
- ✓ Dezvoltarea parteneriatelor public-private: Stimularea colaborării între sectorul public și întreprinderile sociale pentru a dezvolta soluții durabile la problemele comunității și pentru a asigura sustenabilitatea inițiativelor sociale.





## Capitolul 4. Strategia de dezvoltare a antreprenoriatului social în Moldova

Cercetarea realizată asupra cadrului legal, a stakeholderilor și sondajele realizate în cadrul actualului studiu au arătat că în Republica Moldova nivelul de dezvoltare a antreprenoriatului social este la nivel redus, dar există potențial de extindere a acestui sector. În acest capitol prezentăm o strategie de dezvoltare a antreprenoriatului social în Moldova.

### Analiza SWOT a ecosistemului antreprenoriatului social în Republica Moldova

#### Puncte Forte (Strengths):

1. **Existența unui cadru legal de bază:** Integrarea prevederilor legale privind antreprenoriatul social în Legea nr. 845/1992 privind antreprenoriatul și întreprinderea oferă un cadru legal de bază care recunoaște și sprijină activitatea întreprinderilor sociale.
2. **Proiecte și Hub-uri de focusate pe susținerea antreprenoriatului social:** În Moldova, există proiecte dedicate antreprenoriatului social și hub-uri specializate care oferă sprijin logistic, consultanță și formare pentru întreprinderile sociale, facilitând creșterea și dezvoltarea acestora.
3. **Interesul crescut al publicului tânăr:** Sondajele arată ca tinerii din Moldova manifestă un interes semnificativ pentru antreprenoriatul social, ceea ce indică un potențial de inovare și creștere în acest sector.

#### Slăbiciuni (Weaknesses):

1. **Lipsa unei legi specifice pentru antreprenoriatul social:** Absența unei legi separate dedicată antreprenoriatului social sau economiei sociale limitează o abordare complexă și coerentă a acestui sector, creând confuzii și ambiguități.
2. **Lipsa instrumentelor guvernamentale de suport:** Există o absență semnificativă a instrumentelor guvernamentale de susținere a antreprenoriatului social, cum ar fi fonduri dedicate, facilități fiscale specifice sau programe de mentorat, ceea ce limitează dezvoltarea întreprinderilor sociale.
3. **Vizibilitate redusă a antreprenoriatului social:** Sondajele indică faptul că, deși un procent semnificativ de respondenți susține că sunt familiarizați cu conceptul de antreprenoriat social, aceștia au avut dificultăți în a identifica exemple concrete de afaceri sociale. Aceasta sugerează o vizibilitate scăzută a întreprinderilor sociale în peisajul economic local.
4. **Cunoștințe limitate despre esența afacerilor sociale:** Percepțiile și cunoștințele despre antreprenoriatul social sunt adesea incomplete sau incorecte, ceea ce poate crea confuzii și împiedica dezvoltarea acestui sector.

#### Oportunități (Opportunities):

1. **Dezvoltarea și clarificarea cadrului legal:** Crearea unei legi dedicate și clarificarea prevederilor existente pot facilita recunoașterea întreprinderilor sociale și le pot oferi acces la beneficii fiscale și financiare, susținând astfel dezvoltarea acestui sector.
2. **Promovarea imaginii întreprinderilor sociale:** Există oportunități semnificative de a îmbunătăți imaginea și vizibilitatea întreprinderilor sociale prin campanii de informare și sensibilizare, care ar putea atrage mai mult sprijin din partea publicului și investitorilor.



3. **Extinderea parteneriatelor cu stakeholderii:** Creșterea rolului stakeholderilor prin parteneriate extinse poate consolida capacitatea de inovare și impact a întreprinderilor sociale, stimulând colaborarea între sectorul public și privat.
4. **Creșterea accesului la finanțare:** Dezvoltarea unor mecanisme de finanțare dedicate întreprinderilor sociale poate sprijini creșterea și sustenabilitatea acestora pe termen lung, atrăgând investitori interesați de impactul social.

#### Amenințări (Threats):

1. **Instabilitatea economică:** Mediul economic incert din Republica Moldova poate reprezenta o amenințare majoră pentru ecosistemul antreprenoriatului social, descurajând investițiile și creșterea acestui sector.
2. **Lipsa de recunoaștere a impactului social:** Într-un mediu de afaceri axat predominant pe profit, impactul social al întreprinderilor poate fi subevaluat sau ignorat, ceea ce poate limita accesul acestora la parteneriate și resurse esențiale pentru dezvoltare.
3. **Piața limitată pentru produse și servicii sociale:** Piața din Republica Moldova pentru produse și servicii oferite de întreprinderile sociale poate fi limitată, afectând viabilitatea economică și sustenabilitatea pe termen lung a acestor întreprinderi.
4. **Încetarea activității rețelei de suport a afacerilor sociale:** Rețeaua de suport a antreprenoriatului social este creată în baza finanțărilor oferite de partenerii externi. Există riscul încetării activității acestea odată cu finalizarea perioadei de implementare a proiectelor respective.

Această analiză SWOT oferă o perspectivă completă asupra punctelor forte și provocărilor pe care le întâmpină ecosistemul antreprenoriatului social din Republica Moldova, subliniind necesitatea de a dezvolta un cadru legal adecvat, de a îmbunătăți vizibilitatea și de a implementa instrumente de suport pentru întreprinderile sociale.

#### Direcții strategice de dezvoltare a antreprenoriatului social în Republica Moldova

##### Obiectiv strategic 1: Dezvoltarea cadrului legal și a programelor dedicate antreprenoriatului social

**Justificare:** *Lipsa unei legi specifice pentru economia socială și inconsistențele în aplicarea cadrului legal actual limitează dezvoltarea coerentă a acestui sector. Este necesar un cadru legislativ clar și dedicat care să recunoască și să sprijine întreprinderile sociale.*

##### Acțiuni pentru atingerea obiectivului strategic:

1. **Elaborarea și adoptarea unei legi pentru economia socială:** Inițierea unui proces legislativ pentru crearea unei legi dedicate antreprenoriatului social și economiei sociale, care să ofere definiții clare, criterii de clasificare și facilități specifice pentru întreprinderile sociale, inclusiv simplificarea procedurilor pentru obținerea statutului de întreprindere socială sau de inserție socială.
2. **Dezvoltarea unui program național pentru antreprenoriatul social:** Elaborarea și implementarea unui plan național care să includă cadrul fiscal favorabil, măsuri de sprijin financiar, facilități fiscale și programe de educație și mentorat pentru antreprenorii sociali, cu scopul de a stimula dezvoltarea și sustenabilitatea acestui sector.
3. **Stabilirea unui sistem de monitorizare și evaluare:** Implementarea unui sistem de monitorizare și evaluare a impactului social generat de întreprinderile sociale, pentru a asigura conformitatea cu obiectivele sociale și pentru a îmbunătăți cadrul legal și programul național în funcție de necesități.



### **Obiectiv strategic 2: Îmbunătățirea vizibilității și recunoașterii întreprinderilor sociale**

**Justificare:** *Vizibilitatea redusă și cunoștințele limitate ale publicului despre antreprenoriatul social reprezintă o barieră în dezvoltarea acestui sector. Este esențial să se promoveze imaginea întreprinderilor sociale și să se îmbunătățească percepția publică.*

#### **Acțiuni pentru atingerea obiectivului strategic:**

1. **Colaborarea cu influenceri și lideri de opinie:** Lansarea unor campanii de promovare a întreprinderilor sociale cu ajutorul influencerilor și liderilor de opinie, pentru a crește vizibilitatea și a atrage atenția publicului larg asupra beneficiilor și impactului acestor afaceri.
2. **Dezvoltarea programelor educaționale speciale:** Crearea de programe educaționale și ateliere speciale dedicate antreprenoriului social, destinate tinerilor și antreprenorilor emergenți, pentru a încuraja implicarea și dezvoltarea cunoștințelor în acest sector.
3. **Organizarea de evenimente de networking:** Organizarea unor evenimente de networking și târguri dedicate antreprenoriului social, care să aducă laolaltă antreprenori, investitori și publicul interesat, pentru a facilita schimbul de idei și colaborări.
4. **Promovarea în sistemul educațional:** Integrarea conceptului de antreprenorat social în curriculumul școlar și universitar, pentru a crește conștientizarea și interesul tinerilor față de acest sector.

### **Obiectiv strategic 3: Consolidarea suportului și accesului la finanțare pentru întreprinderile sociale**

**Justificare:** *Lipsa instrumentelor de suport și a accesului limitat la finanțare sunt bariere majore în dezvoltarea întreprinderilor sociale. Este necesar să se creeze mecanisme de sprijin și să se îmbunătățească accesul la resurse financiare.*

#### **Acțiuni pentru atingerea obiectivului strategic:**

1. **Crearea unui fond național pentru antreprenoriatul social:** Stabilirea unui fond dedicat finanțării întreprinderilor sociale, care să ofere granturi, credite cu dobândă redusă și alte forme de sprijin financiar pentru dezvoltarea și extinderea acestor afaceri.
2. **Dezvoltarea programelor de mentorare și incubatoare:** Implementarea unor programe de mentorat și incubatoare de afaceri care să ofere suport logistic, consultanță și formare pentru antreprenorii sociali, ajutându-i să-și dezvolte competențele și să-și extindă afacerile.
3. **Facilitarea accesului la finanțare europeană:** Crearea de parteneriate cu organizații internaționale și europene pentru a facilita accesul întreprinderilor sociale din Moldova la finanțare și sprijin din fonduri europene dedicate.
4. **Stimularea investițiilor private:** Introducerea de măsuri fiscale care să stimuleze investițiile private în întreprinderile sociale, cum ar fi reduceri de impozite pentru investitorii care sprijină afacerile cu impact social.

### **Obiectiv strategic 4: Consolidarea și dezvoltarea capacității hub-urilor regionale de inovare socială**

**Justificare:** *Hub-urile regionale pentru antreprenoriatul social, create cu sprijinul partenerilor externi, joacă un rol crucial în sprijinirea inovării și dezvoltării afacerilor sociale. Cu toate acestea, există riscul ca acestea să își înceteze activitatea odată cu finalizarea proiectelor. Este esențial să se consolideze și să se dezvolte capacitatea acestor hub-uri pentru a asigura sustenabilitatea lor pe termen lung.*



**Acțiuni pentru atingerea obiectivului strategic:**

1. **Crearea unui mecanism de sustenabilitate pentru Hub-uri:** Dezvoltarea unui plan național care să includă finanțare guvernamentală și parteneriate cu sectorul privat pentru a asigura continuitatea activităților hub-urilor regionale după încheierea proiectelor finanțate de partenerii externi.
2. **Extinderea capacităților Hub-urilor:** Investiții în extinderea capacităților hub-urilor existente prin îmbunătățirea infrastructurii, accesului la tehnologie și oferirea de servicii suplimentare, cum ar fi consultanță juridică, acces la piețe și suport pentru digitalizare.
3. **Dezvoltarea de parteneriate locale și internaționale:** Încurajarea hub-urilor regionale să dezvolte parteneriate cu organizații internaționale și locale pentru a atrage resurse suplimentare, a accesa know-how și a facilita schimbul de bune practici în domeniul antreprenoriatului social.
4. **Promovarea Hub-urilor ca centre de inovare socială:** Poziționarea hub-urilor regionale ca centre de excelență în inovare socială, care să atragă antreprenori, investitori și organizații interesate în dezvoltarea de soluții inovative la problemele sociale.



## Referințe bibliografice:

1. **Achitei, A.** (2019). *Raport de analiză a situației actuale și a provocărilor în ceea ce privește dezvoltarea antreprenoriatul social în R. Moldova*. Ministerul Economiei și Infrastructurii, GIZ Moldova, BMZ, SDC.
2. **Axa Management Consulting.** (2013). *Antreprenoriatul social în Republica Moldova: Realități și perspective*. Fundația Est-Europeană, Sida, DANIDA.
3. **Bucos, T., & Iacob, N.** (2024). *Antreprenoriatul social: ghid pentru începători*.
4. **Cartea albă pentru antreprenoriatul social, recomandări pentru îmbunătățirea antreprenoriatului social în Republica Moldova.** (2022).
5. **Date Inteligente SRL.** (2022). *Cunoștințe, atitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social din Republica Moldova*. Keystone Moldova, Uniunea Europeană, Suedia. Disponibil la: <https://www.keystonemoldova.md/wp-content/uploads/sites/4/2022/12/Final-report.pdf> [Accesat la: 27 iulie 2024].
6. **EcoVisio.** (2023). *Ghid despre antreprenoriat social*. Agenția pentru Inovare și Dezvoltare, Asociația Antreprenoriatului Social, PNUD.
7. **Fundația „Alături de Voi” România.** (2021). *Social Entrepreneurship in the Republic of Moldova: Findings and Recommendations (Regulatory Analysis)*. EU4Youth, Uniunea Europeană.
8. **Catalogul întreprinderilor sociale din Republica Moldova.** (n.d.). Disponibil la: <https://antreprenoriatsocial.md/index.php?pag=news&id=1178&l=ro> [Accesat la: 20 iulie 2024].
9. **Thompson, M.** (2020). *Social Economy and Social Enterprise*. În *International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)*, 10.1016/B978-0-08-102295-5.10702-4. Disponibil la: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102295-5.10702-4> [Accesat la: 1 august 2024].
10. **The 2023 Activity Report of Social Economy Europe.** Disponibil la: <https://www.socialeconomy.eu.org/wp-content/uploads/2024/07/4.-Activity-report-2023.pdf> [Accesat la: 3 august 2024].
11. **ICF Consulting Services.** (2020). *A Map of Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe*. European Commission. Disponibil la: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=952&intPagelId=2914&langId=en> [Accesat la: 3 august 2024].
12. **Floare de Cireș Catering.** *Pagina oficială de Facebook*. Disponibil la: <https://www.facebook.com/FloaredeCiresCatering> [Accesat la: 8 august 2024].
13. **EcoVisio.** *Pagina oficială*. Disponibil la: <https://www.ecovisio.org/> [Accesat la: 8 august 2024].
14. **Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprindere.** Republica Moldova. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 2, art. 33, din 12 ianuarie 1992.
15. **Comitetul Economic și Social European.** (2021). *Economia socială în Uniunea Europeană: Angajarea a 136 de milioane de persoane și producerea a 8% din PIB-ul UE*. Disponibil la: <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/social-economy> [Accesat la: 27 iulie 2024].