

## SECȚIUNEA V: RESURSE UMANE ȘI AFACERI PUBLICE

### RESPONSABILITATEA SOCIALĂ A AFACERILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA

**CROITORU MARIA, studentă, TAP-181**

Academia de Studii Economice a Moldovei,

Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

e-mail: [croitorum02@gmail.com](mailto:croitorum02@gmail.com)

***Abstract.** The notion of social responsibility has recently emerged in the Republic of Moldova. This orientation plays an important role in reducing expenses by the company and developing a sense of responsibility among the participants. This project aims at analyze the situation in Republic of Moldova regarding the level of knowledge, promoting and actions taken by the social responsibility companies.*

***Key words:** social responsibility, elements of social responsibility, Republic of Moldova, companies.*

#### **JEL CLASSIFICATION: A130**

Termenul de responsabilitate socială este unul relativ nou pentru Republica Moldova. Responsabilitatea socială este una dintre obligațiile importante ale unei companii de a urmări obiective care sunt în folosul societății. Compania se consideră, în general, responsabilă nu doar față de proprietari/acționari, dar și față de clienți, furnizori, angajați, creditorii, comunități locale.

În literatură se întâlnesc diferite definiții ale responsabilității sociale. În viziune modernă, conceptul de responsabilitate socială, văzut ca un concept cheie al eticii afacerilor, este o noțiune morală care coagulează atât ideea unor virtuți particulare implicate în această sferă a vieții (onestitatea, reciprocitatea, interesul mutual, utilitatea), cât și ideea că există capacități și disponibilități sociale și morale pe care le are corporația însăși [1]. Conform Consiliului Mondial de Afaceri pentru Dezvoltare Durabilă (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), responsabilitatea socială este angajamentul companiilor de a contribui la dezvoltarea economică durabilă, lucrând împreună cu angajații, familiile lor, comunitatea locală și societatea pentru a îmbunătăți calitatea vieții [2].

Ne-am propus să studiem fenomenul responsabilității sociale, scopul principal al acestei cercetări fiind determinarea argumentelor pro și contra responsabilității sociale a afacerilor și nivelul de cunoaștere și manifestare a responsabilității sociale de către companii în Republica Moldova. Pentru aceasta am utilizat următoarele metode de cercetare: inducția, deducția, generalizarea, analiza datelor statistice, și informaționale privind responsabilitatea socială a afacerilor în Republica Moldova.

Mai întâi, să remarcăm, elementele eterogene ale responsabilității sociale. Potrivit mai multor analiști economici și instituții internaționale ce promovează la nivel global principiile responsabilității sociale în afaceri, acest concept cuprinde: încadrarea unor elemente sociale în produse, tehnologii și procese comerciale; adoptarea unor metode avansate de administrare a resurselor umane; participarea la dezvoltarea societății; obținerea unui nivel înalt de performanță ecologică; promovarea drepturilor fundamentale ale omului [3].

De-a lungul timpului, s-au format două grupări care dezbat necesitatea implicării companiilor în activități de responsabilitate socială. Adepții ideii necesității responsabilității sociale consideră că firma este o parte a societății, ce are un impact important asupra modului de viață a societății. Ei consideră că afacerile nu sunt numai instrumente economice ci acțiunile firmei au efecte sociale importante iar profitul nu este singurul indicator al performanței sociale și responsabilitatea socială nu afectează interesele acționarilor [4]. Din contra, promovarea responsabilității sociale pe un termen

lung accentuează obiectivele acționarilor; firmele au oportunități mai bune pentru că în urma investițiilor în cadrul societății, se creează un mediu de afaceri favorabil, inclusiv pentru firmele în cauză.

La polul opus, oponenții vin cu următoarele argumente: responsabilitatea socială este o prerogativă și o obligațiune a guvernului. Acesta trebuie să îndeplinească scopurile sociale iar firmele private nu trebuie să contribuie la efectuarea acestor scopuri. Mediul de afaceri nu este obligat să realizeze acțiuni de responsabilitate socială. Există instituții care au această sarcină. Sistemul pieții concurențiale funcționează eficient doar când firma este concentrată pe performanța economică și scopurile acționarilor. Responsabilitatea socială provoacă conflicte de interese, care pot să determine eșecul firmelor prin obligarea managerilor de a fi concomitent responsabili față de proprietari pentru îndeplinirea obiectivelor legate de profit și față de societate, contribuind la îndeplinirea obiectivelor sociale. Se mai accentuează că instituțiile economice trebuie să se specializeze pe ceea ce fac ele mai bine, deci pe producția eficientă de bunuri și servicii iar orice încercare altruistă de responsabilitate socială reprezintă practic o însușire din resursele acționarilor, care nu vor fi în mod legitim date ca profituri [5].

În Republica Moldova, mediul de afaceri nu este suficient orientat spre responsabilitatea socială. Aceasta este confundată cel mai des cu anumite acțiuni de caritate, sponsorizări și donații. Totodată, deși companiile ce activează în Moldova sunt implicate în anumite acțiuni sociale, ele nu informează în mod adecvat publicul despre responsabilitatea lor. Iar raportarea despre acțiunile sociale întreprinse, nu respectă standardele internaționale de raportare publică (cum ar fi standardele ale General Reporting Initiative) [6].

Ținem să menționăm, totuși, că în Republica Moldova au loc diferite manifestări, concursuri, care sunt menite să îi determine pe cei mai buni agenți din mediul de afaceri, care sunt implicați în acțiuni de responsabilitate socială. Astfel, în cadru Conferinței Internaționale a IMM-urilor „MOLDOVA VERDE”, realizată de Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM) în parteneriat cu Ministerul Economiei și Infrastructurii din anul 2019, a avut loc Concursul Național „IMM – MODEL SUSTENABIL DE RESPONSABILITATE SOCIALĂ”. Astfel, potrivit rezultatelor comisiei de evaluare, au fost desemnați următorii câștigători:

- Premiu pentru realizări în protecția mediului înconjurător – „RIKIPAL” S.R.L.;
- Premiu pentru realizări în domeniul responsabilității față de angajați – „PARTENER SELECT” S.R.L.;
- Premiu pentru realizări în dezvoltarea comunității – „VISAPINA-IMPEX., S.R.L.;
- Premiu pentru realizări față de client, furnizor, parteneri de afaceri – „TROMMIGOU” S.R.L.;
- Premiul mare pentru realizări importante în mai multe domenii de responsabilitate socială corporativă – „DAVITEX NEO” S.R.L.;
- Premiu special pentru adoptarea unui model de afacere verde – G.Ț. „YGRICK-GROUP” [7].

De asemenea, organizația ODIMM a realizat o cercetare on-line, în perioada lunii iulie 2017, pentru determinarea gradului de percepere de către antreprenori a necesității activității de responsabilitate socială corporativă, și a disponibilității de a se implica activ în realizarea acestora la nivel local. În cercetare au fost antrenați 64 de antreprenori. S-a constatat că pentru 92% din antreprenorii chestionați, conceptul de responsabilitate socială corporativă este unul cunoscut la nivel general, însă doar 33% dintre aceștia realizează activități în domeniul respectiv. În rezultatul cercetării s-a stabilit că cele mai eficiente metode de realizare a acțiunilor de responsabilitate socială pentru Republica Moldova este ajutorul direct și activitatea de voluntariat [8].

În acest an, 2020, în legătură cu pandemia de coronavirus COVID-19, mulți dintre agenții economici din Republica Moldova au manifestat responsabilitate socială, mediul de afaceri solidarizându-se cu întreaga societate. Vom menționa în calitate de exemplu, câteva dintre companii. Astfel, compania StarNet a investit sute de mii de lei într-un proiect destinat să ajute sistemul medical din țară să lupte împotriva răspândirii pandemiei. Bani au fost utilizați pentru a asigura conexiune

gratuită la internet pe teritoriul centrului de triere a bolnavilor de COVID-19. [9]. Compania Kaufland a decis să ofere peste 2.000.000 de lei, instituțiilor meicale Naționale și Municipale, care se află în prima linie de luptă împotriva COVID-19 [10]. Compania Orange Moldova a anunțat o donație de 10 mln. de lei [11]. Presa comunică și despre implicarea altor agenți economici în lupta împotriva pandemiei, cum ar fi: Akson Medical, „Lactalis – Alba” SRL, OLDCOM, Purcari, Rompetrol Moldova, Le Bridge, JLC Group, Moldova Agroindbank, Victoriabank, „Family Market”, „SALAT”, „Mezellini”, Rogob ș.a. [12]. Toate aceste informații ne fac să concluzionăm că mediul de afaceri din Republica Moldova se implică activ în soluționarea problemelor sociale stringente.

Așadar, rezultatele cercetării pe care am realizat-o arată că firmele din Republica Moldova sunt la stadiul inițial de cunoaștere și promovare a ideilor de responsabilitate socială. Însă prin susținerea companiilor de către organizații și instituții guvernamentale, companiile se vor dezvolta din acest punct de vedere și vor atinge un nivel avansat de responsabilitate socială.

#### REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Săseanu Andreea *Economia comerțului intern și internațional*. – București: Uranus, 2008.175 p., p. 95-96.
2. Julie Rothbardt. *Global Corporate Social Responsibility*.  
<https://serc.carleton.edu/integrate/workshops/envirojustice2013/essays/70650.html>; accesat la 25 februarie 2020.
3. Alexandru Oprunenco, Valeriu Prohnițchi, Mihai Rusu. Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova. <https://www.undp.org/content/dam/moldova/docs/Publications/d77.pdf>; accesat la 28 februarie, 2020.
4. Ion Petrescu. Responsabilitatea socială a firmelor.  
[https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag\\_file/Responsabilitatea%20sociala%20a%20firmelor.pdf](https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Responsabilitatea%20sociala%20a%20firmelor.pdf); accesat la 23 martie 2020
5. Ion Petrescu. Responsabilitatea socială a firmelor.  
[https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag\\_file/Responsabilitatea%20sociala%20a%20firmelor.pdf](https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Responsabilitatea%20sociala%20a%20firmelor.pdf); accesat la 23 martie 2020.
6. Alexandru Oprunenco, Valeriu Prohnițchi, Mihai Rusu. Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova. <https://www.undp.org/content/dam/moldova/docs/Publications/d77.pdf>; accesat la 28 februarie, 2020.
7. <https://odimm.md/ro/presa/comunicate-de-presa/4444-au-fost-premiati-castigatorii-concursului-national-imm-model-sustenabil-de-responsabilitate-sociala#!>; accesat la 5 martie 2020.
8. Percepția activităților de responsabilitate socială corporativă (RSC) de către întreprinzătorii autohtoni.  
<https://www.odimm.md/ro/presa/campanie-de-informare/3600-percep%C8%99Bia-activit%C4%83%C8%99Bilor-de-responsabilitate-social%C4%83-corporativ%C4%83rsc-de-c%C4%83tre-%C3%AEntreprinz%C4%83torii-autohtoni#!>; accesat la 5 martie 2020.
9. StarNet susține cadrele medicale și investește sute de mii de lei în lupta anti-COVID-19.  
<https://www.starnet.md/news/starnet-sustine-medicii/> accesat la 9 aprilie 2020.
10. „Ajut. Îmi pasă!” Kaufland Moldova donează peste 2.000.000 de lei pentru lupta cu COVID -19.  
<https://agora.md/stiri/68877/ajut-Imi-pasa-kaufland-moldova-doneaza-peste-2000000-de-lei-pentru-lupta-cu-covid-19>. accesat la 28 martie 2020.
11. 10 milioane de lei din partea Orange Moldova, în combaterea COVID-19: Echipamente de protecție, servicii gratuite și mai mult Internet. <https://agora.md/stiri/69014/10-milioane-de-lei-din-partea-orange-moldova-in-combatearea-covid19-echipamente-de-protectie-servicii-gratuite-si-mai-mult-internet>.
12. Antreprenorii din R. Moldova continuă să doneze, pentru a spune NU pandemiei de coronavirus.  
<https://agora.md/stiri/68839/antreprenorii-din-r-moldova-continua-sa-doneze-pentru-a-spune-nu-pandemiei-de-coronavirus>. accesat la 26 martie 2020.

Coordonator științific: ȚURCAN GALINA, dr., conf. univ.,  
Academia de Studii Economice a Moldovei,  
Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61  
e-mail: galina.turcan@yahoo.com