

THE ROLE OF CSR ACTIONS IN ENSURING BUSINESS SUSTAINABILITY

Camelia-Cătălina MIHALCIUC

Ștefan cel Mare University of Suceava, România

E-mail: camelia.mihalciuc@usm.ro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5598-5829>

Maria GROSU

„Alexandru Ioan Cuza“ University of Iasi, Romania

E-mail: maria.grosu@uaic.ro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5185-4717>

Dumitrița APOSTOL

Ștefan cel Mare University of Suceava, România

E-mail: dumitrita.apostol99@gmail.com

Abstract. We live in an increasingly complex world, a world in which involvement in social life is necessary for any company that wants to achieve not only financial success but also the respect of the society in which it operates. Specialized literature and events in recent decades show that, against the backdrop of economic globalization, the development of companies based solely on sales volume and profitability is limiting, sometimes even impossible. This has led to the international recognition of the concept of sustainable development, a very important term for the rapidly evolving business world. The term sustainability is often confused with other business terms, with some authors using the expression corporate social responsibility to emphasize a company's obligations to society in general. Corporate social responsibility (CSR) has been discussed by researchers for many decades and is an element of great importance for academia and even more so for companies operating globally. Thus, the main objective of this paper is to study empirical studies on the importance of social responsibility actions for both companies and consumers, for the general public, which demonstrate the need for companies to publish information about their sustainable activities. Social responsibility actions bring major benefits to the companies that implement them, particularly in terms of reputation and increased customer recognition for actions that help improve consumers' lives.

Keywords: Sustainable Development, Non-Financial Information, Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainable Development Goals, Durability reporting,

JEL Classifications: M41, M48

Introducere

Responsabilitatea corporativă a companiilor a cunoscut o dezvoltare alertă, evoluând dintr-un fenomen puțin cunoscut și, cu atât mai puțin, practicat, față de un subiect controversat, pe baza căruia au fost elaborate numeroase lucrări, constituind o prioritate strategică fundamentală în procesul de afaceri din zilele noastre [1]. De la responsabilitatea socială corporatistă s-a ajuns la dezvoltarea durabilă, ambele procese tot mai complexe ale mediului organizațional modern. În principiu, scopul companiei, este bazat pe principiul durabilității și nu se limitează doar la a supraviețui, dar este și de a prospera, iar pentru a-și atinge acest obiectiv compania ar trebui să găsească acele modalități de a activa, inova și consuma prin care să creeze și să mențină o colaborare cât mai bună cu toate categoriile de stakeholderi. Informațiile nefinanciare au apărut în raportarea financiară pentru a răspunde nevoii de informații mai complete privind performanța corporativă, fiind o etichetă cu care se poate lucra și se pot colecta în mod continuu informații noi privind aspectele legate de responsabilitatea socială a întreprinderilor [2].

La nivel european, raportarea privind durabilitatea, prin Directiva CSRD reprezintă actul legislativ care a introdus obligații legale de raportare privind sustenabilitatea pentru anumite companii mari din Uniunea Europeană [3], obiectivul directivei fiind cel de a realiza obiectivul Pactului verde de a transforma Uniunea Europeană într-o economie modernă, competitivă și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor, asigurându-se că: până în 2050, nu vor mai exista emisii de gaze cu efect de seră; se va realiza o creștere economică care nu depinde de utilizarea resurselor; și nicio persoană și niciun loc nu vor fi lăsate în urmă [4].

Informațiile privind mediul, aspectele sociale și guvernanta corporativă publicate de entități conduc la sporirea transparenței raportărilor financiare și credibilității părților interesate și care vor facilita luarea de decizii și investiții solide [5]. Globalizarea economiei duce la creșterea cerințelor informaționale ale părților interesate, astfel încât companiile trebuie să abordeze noi tipuri de raportare prin care să răspundă tuturor nevoilor. Conștientizarea necesității de a reforma raportarea corporativă prin adaptarea informațiilor financiare și nefinanciare la actualul mediu economic, contribuie la rapoarte care să aducă echilibru, stabilitate și transparență pentru a acoperi și armoniza aspectele economice, sociale și de mediu: ESG (mediu, social și guvernanta), prin încorporarea unui volum optim de informații. Termenul „ESG” poate fi considerat o evoluție a conceptului mai vechi de „SRI” (investiții social responsabile), care se aliniază ideilor precum responsabilitatea socială corporativă (CSR) și filantropia, și este, de asemenea, un indicator care arată standardele pentru gestionarea guvernantei corporative, a problemelor de mediu și sociale în cadrul companiilor și este utilizat din ce în ce mai mult atunci când investitorii aleg companiile în care doresc să investească. Indicatorul este utilizat și de instituțiile de creditare atunci când acordă finanțare [6].

Nevoile informaționale s-au extins de la percepția de profit, rentabilitate până la grad de sustenabilitate, astăzi, sustenabilitatea nu mai înseamnă doar consum eficient de resurse, cum ar fi energia, reciclarea și protejarea mediului înconjurător, ci și măsuri ce pot fi luate, în primul rând, pentru sănătatea oamenilor, cu efecte cât mai puțin nocive asupra ecosistemelor naturale. În acest context, mediul de afaceri, este unul dintre domeniile care trebuie să se alinieze sustenabilității prin abordarea celor 17 obiective de dezvoltare durabilă.

Obiectivele de dezvoltare durabilă fiind cea mai interesantă inițiativă globală pe calea sustenabilității reprezintă setul de ținte legate de dezvoltarea internațională pe viitor, ținte care au ca scop să armonizeze trei elemente cheie: *creșterea economică, incluziunea socială și protecția mediului*. Actualitatea temei de față este reflectată în necesitatea continuă de a evolua ca companie, de a fi în pas cu tendințele globale, astăzi, acestea ducând către sustenabilitate, iar cu siguranță un pas către a dezvolta o afacere sustenabilă nu poate fi decât cel de a implementa astfel de obiective de dezvoltare durabilă și de a oferi informații utilizatorilor interesați de activitatea companiei respective.

1. Revizuirea literaturii de specialitate

Literatura de specialitate și evenimentele din ultimele două decenii arată că pe fondul globalizării economiilor, dezvoltarea companiilor doar pe criteriul volumului vânzărilor și al rentabilității este limitativă, devenind, uneori chiar imposibilă. De aceasta a devenit cunoscut, la nivel internațional, conceptul dezvoltare sustenabilă, termen foarte important pentru lumea afacerilor, care este în plină evoluție. Acest concept a luat naștere în anii 80, în timpul unei conștientizări în creștere, în momentul în care națiunile trebuiau să găsească modalități de a-și dezvolta economiile fără a distruge mediul înconjurător și implicit, fără a distruge bunăstarea generației viitoare. De atunci sustenabilitatea este un termen cheie pentru o serie de aspecte sociale și de mediu, iar pentru companii a căpătat o idee definitorie, și anume: că compania durabilă este cea care creează profit pentru acționarii săi și în același timp protejează mediul, îmbunătățește viața celor cu care are interacțiune.

Sustenabilitatea este un subiect a cărui importanță crește din ce în ce mai mult, în toate aspectele vieții organizaționale. Din ce în ce mai mult, companiile iau în considerare, în afacerile lor, modalități de a crea și a menține un echilibru între crearea de valoare economică, ecologică, socială și culturală [7]. Deși, majoritatea oamenilor de gândesc mai întâi la mediu, conceptul de sustenabilitate face referire și la alte elemente din societate. Succesul economic este important, dar, la fel de importante sunt și alte valori umane, cum ar fi viața de familie, dezvoltarea intelectuală, creșterea artistică, morală și spirituală. Astfel, sustenabilitatea înseamnă dezvoltarea unei afaceri care crește, obține profit

susținând, în același timp aspirațiile ne-economice ale oamenilor atât din interiorul cât și din exteriorul companiei [8].

Importanța acțiunilor de responsabilitate socială atât pentru companii cât și pentru consumatori, pentru publicul larg a fost evidențiată în diverse studii empirice, unele dintre acestea vor fi prezentate în tabelul 1.

Tabel 1. Studii privind responsabilitatea socială corporativă

Autor/Anul publicării	Concluzii evidențiate
Sanka and Bhattacharya, 2001 [9]	Au confirmat efectul pozitiv al asociațiilor de CSR asupra evaluării generale a companiei și asupra preferinței din partea clienților pentru un anumit produs sau serviciu.
Rupp and Mallory, 2015 [10]	Organizațiile ar putea oferi angajaților medii de lucru sigure sau să inițieze programe de sustenabilitate a mediului.
Sekulic and Pavlović, 2018 [11]	Potrivit acestora companiile trebuie să implementeze proiecte creative și prietenoase cu mediul, dacă doresc să stabilească un avantaj competitiv. Practicile CSR pot permite formarea unui imagini verzi pozitive.
Jeffrey et. al., 2019 [12]	Este de părere că responsabilitatea corporativă stimulează loialitatea și încrederea între clienți și vânzători. Iar reputația corporativă solidă le permite angajaților să fie dezvoltați și să adopte tehnici noi.
Brower and Dacin, 2020 [13]	Au demonstrat că acțiunile de responsabilitate socială desfășurate de companii exercită un efect puternic, pozitiv asupra imaginii percepute de clienți.
Adewaale, 2022, [14]	Acesta este de parere ca CSR poate fi forța principală din spatele eforturilor de combatere a schimbarilor climatice, de a crea locuri de muncă, de a crea loialitate de marca si pentru a imbunatati rezultatele financiare. Prin urmare, atunci când se implementează strategia corporativă, companiile pot să își autoreglementeze acțiunile care afectează părțile interesate.
Alakkas et. al., 2022 [15]	Potrivit acestora comunicarea eficientă a CSR poate crește gradul de conștientizare a consumatorilor. Iat atunci când acestea adoptă campanii de marketing eficiente care includ activități de CSR, își sporesc reputația mărcii și își îmbunătățesc echitatea mărcii.

Sursa: Elaborare proprie după literatura de specialitate analizată

Toate aceste studii dar și multe altele demonstrează că acțiunile de responsabilitate socială influențează imaginea unei companii, influența fiind una pozitivă. Prin implicarea în acțiuni de protejare a mediului, de susținere a culturii, a educației, a sportului și alte acțiuni, companiile își garantează un profit nefinanciar, o imagine bună în fața comunității și o longevitate în domeniul afacerilor. Ideea este că companiile trebuie să desfășoare practici de afaceri corecte și benefice pentru forța de muncă, clienți, mediu și pentru întreaga societate în general.

În 2019 și Comisia Europeană a făcut o declarație cu privire la acest subiect, aceasta consideră că „un concept prin care companiile integrează preocupările sociale și de mediu în operațiunile lor de afaceri și în interacțiunea lor cu părțile interesate în mod voluntar” este responsabilitatea socială corporativă.

Un aspect important regăsit în literatura de specialitate este cel care face referire la conceptul de accounting sustainability, regăsindu-se formulate astfel trei obiective ale contabilității sustenabilității, evidențiate sugestiv în figura 1. Obiectivele sustenabile pot fi reflectate nu doar teoretic de către companii, dar și în contabilitatea acestora. Chiar dacă nu facem referire la termeni financiari dar mai mult sociali și de mediu, în contabilitate ar trebuie să se evidențieze modul în care compania interacționează cu aceste medii. Într-un final această interacțiune se rezumă tot la cifre, dacă ar fi să vorbim de gradul de poluare sau de numărul de salariați care participă la diverse cursuri de performare și alți indicatori asemănători. Obiectivul contabilității este, după cum poate fi observat și în figura 1, cel de a publica aceste informații.

Obiective sustenabile	Pregătirea conturilor privind interacțiunea organizațiilor cu societatea și mediul natural.
	Publicarea informațiilor financiare și ne-financiare, informații despre performanța unei companii în raport cu societatea și mediul.
	Extinderea contabilității financiare tradiționale pentru a lua în considerare o gamă largă de informații monetizate, care cuprind impactul cu mediu, impactul social și cel economic, asupra cărora sunt luate anumite decizii organizaționale

Figura 1. Obiective ale contabilității sustenabilității

Sursa: Elaborare după [16].

Kaur și Lodhia (2018) susțin ideea că implicarea părților interesate în abordarea sustenabilității în procesul contabil este important și poate fi realizat prin intermediul elaborării de planuri strategice, prin intermediul indicatorilor de sustenabilitate și prin măsurarea performanței sustenabilității și pregătirea rapoartelor de sustenabilitate [17].

Kotler și Lee au explicat șase tipuri de activități CSR care ar putea afecta răspunsurile clienților și ar putea îmbunătăți bunăstarea comunității, acestea sunt reprezentate în figura 2 - Tipuri de activități CSR [18].



Figura 2. Tipuri de activități CSR

Sursa: Elaborare după [18].

Activitățile de voluntariat comunitar, marketing social și celelalte patru categorii vor crește numărul de clienți ai unei companii, profitul și implicit șansa de menținere pe piața afacerilor pentru o perioadă lungă de timp. În același timp, companiile ar putea susține că aceste practici au și dezavantaje, primul este acela că implementarea costă bani, ceea ce pentru companiile mari nu reprezintă neapărat o problemă, însă organizațiile mai mici pot avea probleme în alocarea unui buget pentru a deveni mai responsabile din punct de vedere social. Astfel de practici ar trebui să demonstreze faptul că, o companie nu este orientată doar către profit și creștere, ci și către îmbunătățirea vieții comunităților locale și chiar a mediului înconjurător la nivel local sau global.

2. Rolul obiectivelor de dezvoltare durabilă în asigurarea performanței companiilor

Cele 17 obiective ale durabilității influențează companiile să diminueze riscurile inutile, să evite crearea de deșeuri, să mărească, în schimb, eficiența materialelor și a energiei, să inoveze produse și servicii ecologice noi, și pe această cale să primească autorizații de funcționare din partea comunităților locale. Deci, prin adoptarea lor, companiile vor deveni mai profitabile și vor dezvolta activități pe termen lung. Prin abordarea acestora se implementează principiul sustenabilității, generând un proces prin care companiile vor integra obiectivele economice, sociale și se mediu în strategiile lor de afaceri. Plus la aceasta este necesară și menținerea unui echilibru între acești trei piloni [19]. .

Prin problematica abordată în conținutul lor, cele 17 ODD-uri se adresează în egală măsură atât regiunilor și statelor subdezvoltate, cât și celor dezvoltate. România s-a angajat și ea din 2015, să elimine sărăcia și foametea, să combată inegalitățile și injustiția și să adopte măsuri active privind protecția mediului înconjurător. Descrierea pe larg a celor 17 obiective, este realizată în tabelul 2.

Tabel 2. Descrierea obiectivelor de dezvoltare durabilă

Nr. ODD	Descrierea ODD
ODD1	Eradicarea sărăciei în toate formele sale și în orice context, dat fiind faptul că, la nivel global, 1 miliard de persoane continuă să trăiască la limita subzistenței, cu mai puțin de 1.25 dolari/zi.
ODD2	Eradicarea foametei, asigurarea securității alimentare, îmbunătățirea nutriției și promovarea unei agriculturi durabile.
ODD3	Obiectivul dat se concentrează pe creșterea speranței de viață, reducerea mortalității infantile și a maladiilor grave (precum HIV/SIDA, malarie, TBC, poliomielită etc.).
ODD4	Garantarea unei educații de calitate și promovarea oportunităților de învățare de-a lungul vieții pentru toți.
ODD5	Realizarea egalității de gen și împuternicirea tuturor femeilor și a fetelor. La nivel global, doar în 46 de state femeile dețin mai mult de 30% din mandatele parlamentelor naționale.
ODD6	Asigurarea disponibilității și managementului durabil al apei și sanitație pentru toți
ODD7	Asigurarea accesului tuturor la energie la prețuri accesibile, într-un mod sigur, durabil și modern.
ODD8	Promovarea unei creșteri economice susținute, deschise tuturor și durabile, a ocupării depline și productive a forței de muncă și a unei munci decente pentru toți.
ODD9	Construirea unor infrastructuri rezistente, promovarea industrializării durabile și încurajarea inovației.
ODD10	Reducerea inegalităților în interiorul țărilor și de la o țară la alta.
ODD11	Dezvoltarea orașelor și a așezărilor umane pentru ca ele să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și durabile.
ODD12	Asigurarea unor tipare de consum și producție durabile.
ODD13	Luarea unor măsuri urgente de combatere a schimbărilor climatice și a impactului
ODD14	Conservarea și utilizarea durabilă a oceanelor, mărilor și a resurselor marine pentru o dezvoltare durabilă.
ODD15	Protejarea, restaurarea și promovarea utilizării durabile a ecosistemelor terestre, gestionarea durabilă a pădurilor, combaterea deșertificării, stoparea și repararea degradării solului și stoparea pierderilor de biodiversitate.
ODD16	Promovarea unor societăți pașnice și incluzive pentru o dezvoltare durabilă, a accesului la justiție pentru toți și crearea unor instituții eficiente, responsabile și incluzive la toate nivelurile.
ODD17	Consolidarea mijloacelor de implementare și revitalizarea parteneriatului global pentru dezvoltare durabilă.

Sursa: Elaborare proprie după [20].

În timp ce Obiectivele de Dezvoltare Durabilă oferă un set cuprinzător de obiective și direcții pentru dezvoltarea durabilă, informațiile ESG furnizează metodele și procesele necesare pentru atingerea acestora, concentrându-se pe comportamentul și practicile entităților individuale [21].

Companiile care aleg să adopte și să implementeze ODD-urile pot integra simultan factorii ESG în practicile lor, răspunzând astfel mai bine cerințelor de sustenabilitate ale investitorilor și comunităților, contribuind în același timp la realizarea obiectivelor globale. Implementarea practicilor sustenabile poate contribui la consolidarea managementului companiei prin identificarea și gestionarea mai eficientă a riscurilor și la reducerea costurilor operaționale prin adoptarea unor măsuri eficiente de utilizare a resurselor și de gestionare a deșeurilor, ceea ce duce la economii semnificative de costuri [6].

Pentru a fi evaluate mai bine aceste 17 obiective pot fi clasificate în anumite categorii, încadrate în titulatura celor 5 P, așa cum se poate observa din figura nr. 3.



Figura 3. Cei 5 P ai sustenabilității

Sursa: Elaborare proprie după [22].

Cele 17 obiective pot fi repartizate și în 5 categorii: *prosperitate, pace, planetă, populație și parteneriate*, așa cum se poate vedea în figura 1.6, fiecare dintre ei având rolul său separat dar și pe cel comun, de a crea afaceri sustenabile.

Obiectivul clar al acestora îl reprezintă optimizarea interacțiunilor dintre companii, societate și natură, precum și obligația reunirii scopurilor evoluției sociale cu limitele ecologice ale planetei pe o perioadă lungă de timp, care se vor concentra asupra modului în care schimbările de mediu afectează societatea, și vice versa, ținând cont de faptul că, până acum, direcția de dezvoltare a omenirii nu a fost sustenabilă.

Conceptul ESG și obiectivele de durabilitate determină o transformare a modului în care rolul și scopul unei companii sunt percepute și înțelese. Respectarea și realizarea obiectivelor globale sunt sprijinite în mod eficient de implementarea factorilor ESG, care oferă modalități concrete de abordare a cerințelor de sustenabilitate ale investitorilor și comunităților. Adoptarea și implementarea ODD și a factorilor ESG oferă companiilor numeroase oportunități de creștere și dezvoltare durabilă. ESG este astfel indicatorul standard pentru gestionarea guvernanței corporative, a problemelor de mediu și sociale în cadrul companiilor și este utilizat din ce în ce mai mult atunci când investitorii aleg în ce companii să investească, fiind utilizat și de instituțiile de creditare atunci când acordă finanțare [6].

3. Perspectivă sustenabilității

Interesul academic și corporativ pentru dezvoltarea durabilă a crescut mult în ultimii ani. Unii economiști asociază durabilitatea drept sinonim al dezvoltării durabile, iar alți autori consideră sustenabilitatea ca un proces care duce la obiectivul dezvoltării durabile.

Obiectivele de dezvoltare durabilă sunt cea mai interesantă inițiativă globală pe calea sustenabilității [23]. Acestea promovează un mesaj sofisticat și inovator: combaterea aspectelor sustenabilității pe trei piloni ai bunăstării umane combinând mediul (durabilitatea mediului), societatea (incluziunea socială) și economia (dezvoltarea economică). Deci, acest model folosește trei piloni interconectați care cuprind obiective economice, sociale și de mediu, care necesită ca să lucreze în armonie. O evidențiere a celor 17 obiective de dezvoltare durabilă în funcție de pilonii sustenabilității este realizată în tabelul 3.

Tabel 3. Clasificarea obiectivelor de dezvoltare durabilă în funcție de pilonii sustenabilității

Categoria	Descriere	Obiectivele de dezvoltare durabilă
Economic	Obiective concentrate pe dezvoltarea economică și dezvoltare sustenabilă	O8 - Muncă decentă și creștere economică; O9 - Inegalități reduse O10 - Orașe și comunități durabile O11 - Consum și producție responsabile
Social	Obiective concentrate pe promovarea acțiunilor care respectă societatea și valorile ei, precum și pe asigurarea accesului la acțiuni legate de dezvoltare egală la nivel global	O1 - Fără sărăcie O2 - Foamete „zero” O3 - Sănătate și bunăstare O4 - Educație de calitate O5 - Egalitate de den O7 - Energie curată și la prețuri accesibile O10 - Orașe și comunități durabile O 16 - Pace, justiție și instituții eficiente
De mediu	Obiective concentrate pe mediu și împotriva efectelor adverse ale schimbările climatice și alte acțiuni nesustenabile	O 6 - Apă curată și sanitație O 12 - Acțiune climatică O 13 - Viața acvatică O 14 - Viața terestră
Transversale	Obiective legate de a multitudine de zone	O 17 - Parteneriate pentru realizarea obiectivelor

Sursa: Elaborat după [24].

Durabilitatea în practică poate fi văzută ca arta de a face afaceri într-o lume interdependentă. În sensul larg, sustenabilitatea este despre interdependență, care ia mai multe forme, iar singura modalitate de a reuși, în lumea interdependentă de astăzi este de a fi sustenabil.

De asemenea regăsim în literatura de specialitate, principalele perspective de sustenabilitate clasificate în următoarele categorii [25]:

1. durabilitate tradițională
2. durabilitate slabă
3. durabilitate puternică
4. durabilitatea centrată pe sănătate
5. durabilitatea integrate

O descriere a acestor categorii poate fi vizualizată în figura nr. 4.

Conștientizarea sustenabilității companiilor în afaceri a crescut în ultimii ani, rolul lor tradițional de a furniza bunuri și servicii la prețuri competitive care să satisfacă cererile clienților nu mai este suficient pentru a genera o dezvoltare durabilă. Astfel, companiile vor trebui să ia în considerare efectele celor mai bune practici ale lor asupra mediului și societății, pentru a contribui la progresul societății și la protecția mediului, esența dezvoltării durabile fiind coexistența relațiilor economice și sociale și protecția mediului prin implementarea obiectivelor economice, sociale și de mediu.

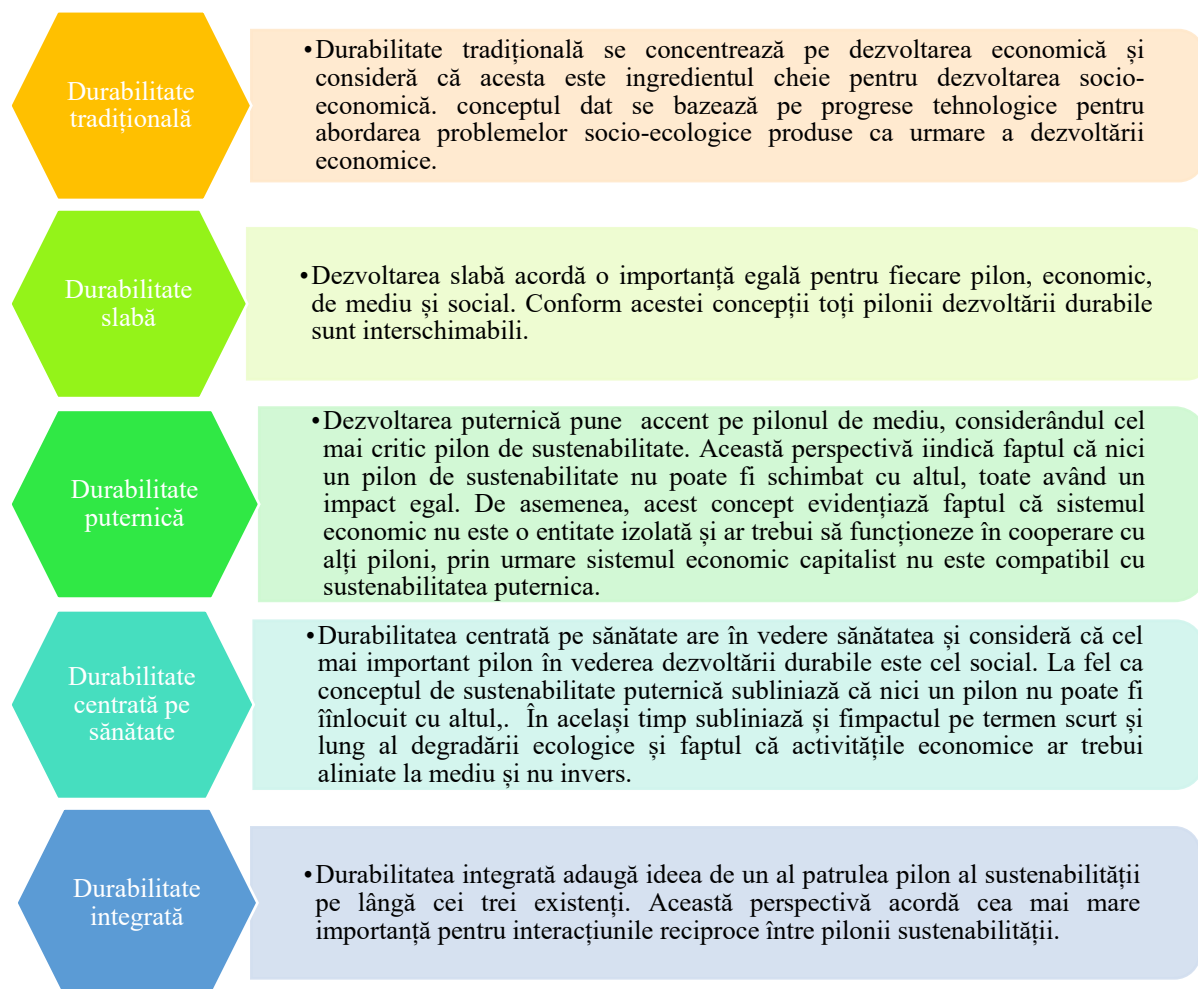


Figura 4. Perspective sustenabile

Sursa: Elaborare după [25].

Indiferent de modul de percepție a durabilității, fiecare dintre categoriile prezentate în figura nr. 4 vizează o lume a afacerilor sustenabile. Ideal ar fi ca companiile să armonizeze obiectivele din categoria celor trei piloni și să le abordeze pe toate. Includerea obiectivelor nefinanciare în sistemele de management sunt cruciale pentru dezvoltarea sustenabilă a afacerilor.

Concluzii

Evaluarea durabilității este o preocupare crescândă la nivel mondial, odată cu punerea în aplicare a Agendei 2030 a Organizației Națiunilor Unite, găsim astfel instrumentele adecvate pentru a asigura acoperirea completă a problemelor de mediu, sociale și economice în lumina perspectivelor culturale, istorice - retrospective și prospective - respectiv instituționale și pentru a permite participarea mai multor părți interesate [26]. Putem observa că orice întreprindere care dorește să devină durabilă trebuie să conceapă și să utilizeze practici de afaceri durabile, bazate pe un nou mod de gândire privind satisfacerea nevoilor și preferințelor clienților.

Din studiile analizate s-a putut constata că, majoritatea companiilor fiind conștiente de importanța acordată de consumatori responsabilității sociale își concentrează eforturile și în această direcție, rezultatele contribuind la îmbunătățirea imaginii companiei și, desigur, la bunăstarea companiei în general. Prin urmare, CSR reprezintă o cale de instituire a practicilor exemplare de creare, de bogăție și de îmbunătățire a nivelului calitativ și sustenabil al societății, chiar dacă CSR nu a devenit o realitate în toate companiile.

Evaluarea performanței întreprinderilor nu mai ia în considerare doar aspectele de natură financiară și economică. Raportarea indicatorilor financiari favorabili este în continuare o preocupare

importantă a societăților cotate, dar acestea au învățat să fie oportuniste și să încerce să mulțumească o gamă mai largă de părți implicate. Astfel, raportarea financiară este completată cu tot mai multe elemente nefinanciare, iar investițiile, activitatea operațională, plus comportamentul companiilor/persoanelor care le reprezintă încearcă să ia în considerare tot mai multe elemente precum dezvoltarea durabilă, cu toate aspectele pe care aceasta le implică.

Cercetarea în domeniul sustenabilității financiare poate dezvolta noi abordări și metodologii pentru evaluarea și punerea în aplicare a practicilor de gestionare financiară sustenabilă, putând contribui la îmbunătățirea modului în care organizațiile își gestionează impactul asupra mediului și comunității în cadrul activităților lor de afaceri.

Aplicarea standardelor internaționale de contabilitate a implicat și armonizarea raportării nefinanciare, care prezintă o valoare strategică ridicată în cadrul proceselor legate de deciziile investitorilor, astfel de raportări, reprezentând pentru societățile cotate pe principalele piețe de capital un instrument strategic important pentru îmbunătățirea reputației acestora. Tema CSR a căpătat un rol din ce în ce mai central în cadrul piețelor financiare, datorită dezvoltării rapide a investițiilor „responsabile din punct de vedere social”, cunoscute în mod convențional ca IRS, un număr tot mai mare de firme cotate la bursă raportând informațiile lor nefinanciare cu scopul de a favoriza interacțiunea cu părțile interesate [27].

O societate durabilă trebuie să îndeplinească trei condiții: ratele sale de utilizare a resurselor regenerabile nu trebuie să le depășească pe cele de regenerare; ratele sale de utilizare a resurselor neregenerabile nu ar trebui să depășească rata la care sunt dezvoltați înlocuitori regenerabili; iar ratele sale de poluare, de emisie nu trebuie să depășească capacitatea de asimilare a mediului [28].

În concluzie, pentru a deveni mai sustenabile, toate companiile ar trebui să utilizeze instrumente de contabilitate specifice pentru sustenabilitate. Unele instrumente de contabilitate durabilă utilizate de companii pentru a oferi informații despre efectele economice ale activităților sociale și de mediu sunt rapoartele de sustenabilitate.

Bibliografie

1. Mihalciuc, C. C., Grosu, M., Apetri, A. N. (2020), „Supporting the Sustainable Development of Companies Through the Use of Social Responsibility Practices In International Affairs”, in Nastase, C., 16th Economic International Conference NCOE 4.0 2020, Volum 13, Editura LUMEN Proceedings, 2020, pp.206-225,
2. European Parliament. (2014, October 22). Directive 2014/95/EU. Disponibil online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32014L0095>, accesat pe 15.03.2025.
3. Ordinul Ministerului Finanțelor nr. 85/2024 ("OMF 85/2024"), Directiva (UE) 2022/2464 a Parlamentului European și a Consiliului privind raportarea de sustenabilitate a companiilor, Directiva privind Raportarea Corporativă de Sustenabilitate (CSRD).
4. European Commission, The European Green Deal. Striving to be the first climate-neutral continent, accesat la 13.02.2024, https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en, accesat pe 15.03.2025.
5. Croitoru, M. (2023). Cadrul legal pentru raportarea informațiilor de sustenabilitate în România, Financial Intelligence, , accesat la 15.02.2024, <https://financialintelligence.ro/cadrul-legal-pentru-raportarea-informatiilor-de-sustenabilitate-in-romania/>
6. Mihalciuc, C.C., Grosu, M., Brânzaru, S., (2024), *The Importance Of ESG Disclosure In Ensuring The Sustainable Development Of Companies*, International Scientific Conference On Accounting: ISCA 2024, Ed. 13 Edition, 5-6 Aprilie 2024, Chișinău. ASEM, ISBN:978-9975-167-61-1, Cod DOI/Link: 10.53486/isca2024.06, <https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/3472>.
7. Terry, P., Robbin, D. (2012). „Sustainability and Business in a Complex World”, Business and Society Review, Vol. 117, pp.36-44, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2012.00398>, [accesat la data de 22.04.2025].
8. Bent, D., Rihardson, J. (2003). „The Sigma Guidelines Toolkit–Sustainability Accounting Guide" In Jasinski, D., Meredith, J., & Kirwan, K. „A comprehensive review of full cost accounting methods and their applicability to the automotive industry”, Journal of Cleaner Production, 108, 2003, pp.1123-1139, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.06.040>, [accesat la data de 01.03.2025].
9. Sanka, S., Bhattacharya C. (2001). „Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility”, Journal of Marketing Research, pp. 225-243, disponibil la adresa 10.1509/jmkr.38.2.225.18838, [accesat la data de 21.03.2025].

10. Rupp, D.E., Drew, B. M. (2015). „Corporate Social Responsibility: Psychological, Person-Centric, and Progressing”, *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior* 2, pp.211-223, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032414-111505>, [accesat la data de 21.03.2025].
11. Sekulić, V., Milica, P. (2018). „Corporate social responsibility in relations with social community: determinants, development, management aspects”, *Ekonom* 64, pp.59-69, disponibil la adresa <https://doi.org/10.5937/ekonomika1804057>, [accesat la data de 20.03.2025].
12. Scott, J., Stuart, R. (2019). „Corporate social responsibility behaviors and corporate reputation”, *Soc. Responsib. J.* 15, pp. 395-408, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1108/SRJ-11-2017-0255>, [accesat la data de 21.03.2025].
13. Brower, J., Dacin, P.A. (2020). „An institutional theory approach to the evolution of the corporate social performance - corporate financial performance relationship”, pp. 805-836, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1111/joms.12550>, [accesat la data de 21.03.2025].
14. Adewole, O. (2022). „Issues emanating from business impact on climate, environmental sustainability and CSR (Corporate Social Responsibility): steps towards pragmatism in extant realities: brand translation to equity from ‘CSR as a potential tool in climate change mitigation and enhancing financial performances in organizations’”, *International Journal of Corporate Social Responsibility* 7.1, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1186/s40991-022-00073-1>, [accesat la data de 21.03.2025].
15. Alakkas, A.A., et al., (2022). „Corporate social responsibility and firm-based brand equity: the moderating effect of marketing communication and brand identity”, *Sustainability* 14, disponibil la adresa <https://doi.org/10.3390/su14106033>, [accesat la data de 21.03.2025].
16. Peršić, M., Janković, S., Krivačić, D. (2017). „Sustainability accounting: upgrading corporate social responsibility” in Aluchna, M., Iodowu, S. (eds) *The Dynamics of Corporate Social Responsibility: A Critical Approach to Theory and Practice*, Editura Springer, pp.285-303, disponibil la adresa https://doi.org/10.1007/978-3-319-39089-5_15, [accesat la data de 05.04.2025].
17. Kaur, A., Lodhia, S. (2018). „Stakeholder engagement in sustainability accounting and reporting: A study of Australian local councils”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, pp.338-368, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2014-1901>, accesat la data de 05.03.2025].
18. Kotler, P., Nancy, L. (2008). „Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause” John Wiley & Sons, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1111/j.14682370.2009.00275.x>, [accesat la data de 21.04.2025].
19. Herghilgiu, I.V., Robu, I.-B., Istrate, M., Grosu, M., Mihalciuc, C.C., Vilcu, A. (2023). Sustainable Corporate Performance Based on Audit Report Influence: An Empirical Approach through Financial Transparency and Gender Equality Dimensions, *Sustainability*, 15, p.3.
20. UN General Assembly (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Resolution Adopted by the General Assembly 25 September 2015. New York: United Nations. Available online: <https://www.eea.europa.eu/policydocuments/resolution-adopted-by-the-general>.
21. Gernego, I., Petrenko, L., Lavrynenko, V., Dyba, M. (2024). Trends and Focuses for ESG Investment Support: A Cross Country Comparative Analysis, *European Journal of Sustainable Development*, p. 23.
22. Economic and Social Commission for Western Asia, disponibil la adresa <https://www.unescwa.org/>, [accesat la data de 30.03.2025].
23. Kates, R., W., Parris, T.M., Leiserowitz, A.A (2005). „What is sustainable development? Goals, indicators, values, and practice.” *Environment: science and policy for sustainable development*, pp. 8-21, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1080/00139157.2005.10524444>, [accesat la data de 30.03.2025].
24. Lafont, J., Jose, R. S., Domingo R.S. (2023). „The role of cooperatives in sustainable development goals: A discussion about the current resource curse.” *Resources Policy* 83, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103670>, [accesat la data de 30.03.2025].
25. Mohamad T.V., et al. (2023). „Sustainability spillover effects of social, environment and economy: mapping global sustainable development in a systematic analysis” *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, pp.329-353, disponibil la adresa <https://doi.org/10.1007/s41685-022-00231-0>, [accesat la data de 02.04.2025].
26. Villeneuve, C., Tremblay, D., Riffon, O., Lanmafankpotin, G., Bouchard, S. (2017). A systemic tool and process for sustainability assessment, *Sustainability*, vol. 9, no. 10.
27. Pizzi, S. (2018). The Relationship between Non-financial Reporting, Environmental Strategies and Financial Performance. Empirical Evidence from Milano Stock Exchange, *Administrative Sciences* 8, no. 4: 76. <https://doi.org/10.3390/admsci8040076>.
28. Alhaddi, H. (2015). „Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review”, *Business and Management Studies*, Vol. 1, No. 2, 2015, pp.6-10, disponibil la adresa doi:10.11114/bms.v1i2.752, [accesat la data de 02.04.2025]