

**NIVELUL DE CONȘTIENTIZARE ȘI RELEVANȚA RESPONSABILITĂȚII SOCIALE
CORPORATIVE ÎN CADRUL ENTITĂȚILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA**

**LEVEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AWARENESS AND RELEVANCE
IN COMPANIES FROM THE REPUBLIC OF MOLDOVA**

CZU: 005.35(478)

DOI: 10.5281/zenodo.7060175

COJOCARU (BĂRBIERU) ANA-CAROLINA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova/USV, România

Email: carolinabarbieru@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9271-5932>

MIHAILA SVETLANA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova

Email: svetlana.mihaila@ase.md

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5289-8885>

Rezumat. The importance of presenting corporate social responsibility (CSR) issues in the financial statements is a latent issue in both the global and national contexts, with differing views on the benefits of applying CSR practices and their role in the development and performance of entities. This research aims to explore the knowledge and relevance of CSR for entities operating in the Republic of Moldova, as well as the level of applicability of CSR practices within these entities. Methods such as induction, deduction, bibliometric analysis were used to achieve the proposed objectives, and respondents responded to our request to participate by completing a questionnaire.

Cuvinte-cheie: conștientizarea CSR, relevanța CSR, dezvoltare durabilă, performanță.

JEL: M40, M41

Introducere.

În a doua jumătate a secolului al XX-lea, noțiunea de Responsabilitatea Socială Corporativă (CSR) a fost menționată pentru prima dată de economistul american Bowen, care indică faptul că entitățile trebuie să își stabilească obiectivele, politicile și să ia decizii bazate pe valori aliniate cu cele ale societății [1]. În 1960, cercetătorul Frederick definește pentru prima dată acțiunile companiilor în beneficiul societății drept Responsabilitate Socială și evidențiază faptul că este furnizarea de resurse în scopuri sociale, nu doar pentru beneficiul entității [4]. Se poate menționa că, la început, cercetătorii au fost preocupați de definirea conceptului de CSR și de evidențierea avantajelor promovării acesteia în cadrul entităților economice iar la moment, preocupările lor sunt, orientate spre proiectarea de noi instrumente de raportare și rezultate de performanță non-financiară care sunt o consecință a activității acestor companii prin care părțile interesate pot avea acces la informații asupra mediului și societății [7].

Economistul Cajiga a definit CSR ca o nouă metodă de a organiza întreprinderea astfel încât activitățile lor să fie sustenabile în trei domenii: social, economic și de mediu, prin recunoașterea grupurilor de interese, grija pentru mediu și creșterea durabilității pe viitor, promovând respectul, toleranța, valorile etice și asigurarea bunăstării comunității și a mediului prin produse și servicii [2]. Iar în viziunea lui Rupley, Brown și Marshall, studiul CSR reprezintă un fenomen de raportare non-financiară, de guvernare și indicatori sociali care au fost discutate în literatura de specialitate, considerat a fi de importanță maximă pentru investitorii de risc [3].

Cu alte cuvinte, CSR este decizia expresă și voluntară a unei organizații, legată de etica în afaceri, de a-și asuma responsabilitatea pentru activitățile interne și externe ale companiei și pentru impactul juridic, economic, social și de mediu pe care îl poate avea asupra acestuia, cu scopul de a influența

pozitiv grupurile de interese, cum ar fi furnizorii, angajații, comunitatea, consumatorii și statul, realizând astfel un beneficiu economic și sporind imaginea entității.

Astfel, *scopul* cercetării este de a analiza nivelul cunoașterii în ceea ce privește conceptul, principiile și aplicarea practicilor CSR în cadrul entităților din Republica Moldova, pentru a formula în baza rezultatelor o perspectivă privind conștientizarea companiilor autohtone a importanței și relevanței CSR. Pentru atingerea scopului stabilit, au fost determinate un șir de *obiective*:

- Definirea conceptului de Responsabilitate Socială Corporativă;
- Identificarea publicațiilor științifice privind CSR;
- Analiza bibliometrică a surselor informaționale identificate;
- Chestionarea entităților din Republica Moldova privind înțelegerea CSR;
- Formularea concluziilor în baza rezultatelor obținute.

Metodologia cercetării.

Metodologia de cercetare are la bază abordarea problematicii privind Responsabilitatea Socială Corporativă, aplicându-se diverse metode de cercetare, precum: analiza, comparația, inducția și deducția. Iar pentru atingerea obiectivelor propuse s-a aplicat analiza webografică cât și bibliometrică prin motorului de căutare Web of Science prin intermediul unui șir de caracteristici prestabilite, iar interpretarea rezultatelor s-a realizat prin intermediul Biblioshiny. Pentru a determina conștientizarea și relevanța conceptului de CSR în practica de afaceri, s-a aplicat cercetarea cantitativă, prin aplicarea chestionarului la 50 de entități.

Context teoretic.

Pentru a selecționa cercetările științifice care au influențat dezvoltarea CSR, la nivel internațional, a fost întreprinsă o căutare prin intermediul bazei de date, Web of Science, în perioada 1975-2021, cu următorii determinanți: titlu - „CSR” sau „Corporate Social Responsibility”; indici - SCIEXPANDED, SSCI, A & HCI, ESCI, CPCI-S, CPCI-SSH, BKCI-S, BKCI- SSH, CCR EXPANDED, IC. Drept rezultat, au fost obținute 4427 de cercetări științifice care au fost interpretate prin intermediul software-ului Biblioshiny, ceea ce ne-a permis ilustrarea dinamicii, corelației și a evoluției CSR.

Tabel 1.1. Informații generale privind datele și tipurile de documente din Web of Science

Descriere	Rezultate
INFORMAȚIILE DE BAZĂ	
Perioada	1975-2022
Surse (Reviste, cărți, etc.)	1660
Lucrări	4428
Citări medii per lucrare	16.94
Citări medii per lucrare per an	2.368
COLABORĂRILE ÎNTRE AUTORI	
Lucrări cu un singur autor	1034
Productivitatea autorilor	0.522
Numărul mediu al autorilor per lucrare	1.92
Indexul colaborării	2.27

Sursa: Elaborat de autor în baza în baza rezultatelor căutării Web of Science

În conformitate cu tabelul 1.1., începând cu anul 1975 până în anul 2022 au fost elaborate 4428 de lucrări de cercetare, publicate în 1660 de surse.

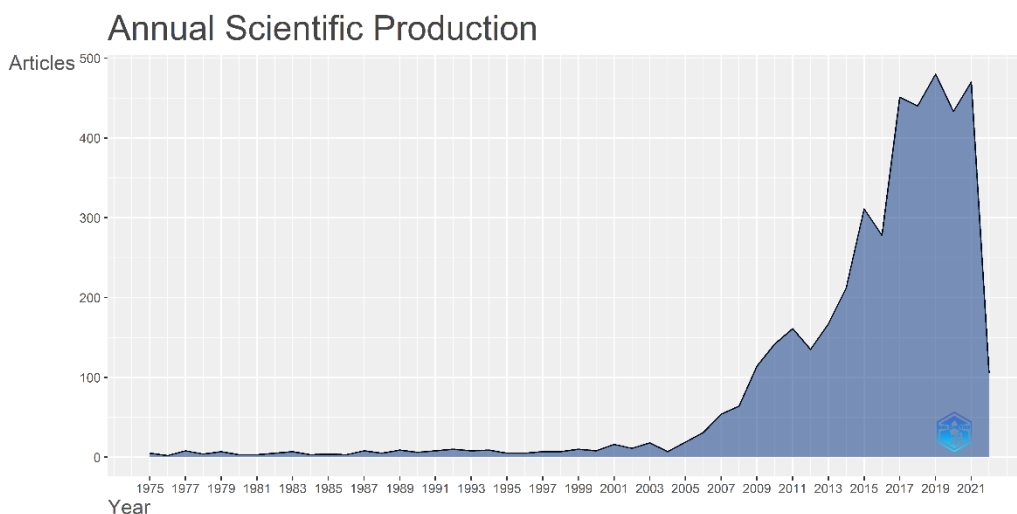


Figura 1.1. Productivitatea anuală științifică a cercetătorilor ce au analizat CSR
Sursa: Elaborat de autor prin intermediul Biblioshiny în baza rezultatelor căutării Web of Science

În figura de mai sus, se poate constata că începând cu anul 2005, interesul cercetătorilor privind CSR a fost în continuă creștere, cu mici variațiuni, însă per general există un trend de dezvoltare, cu o rată anuală de 6,69%.

În baza rezultatelor obținute, a fost realizată o hartă a productivității globale, întâietate având China cu 1239 de lucrări, urmată de Statele Unite ale Americii cu 1169 lucrări, și de Marea Britanie cu 602 lucrări.

Country Scientific Production

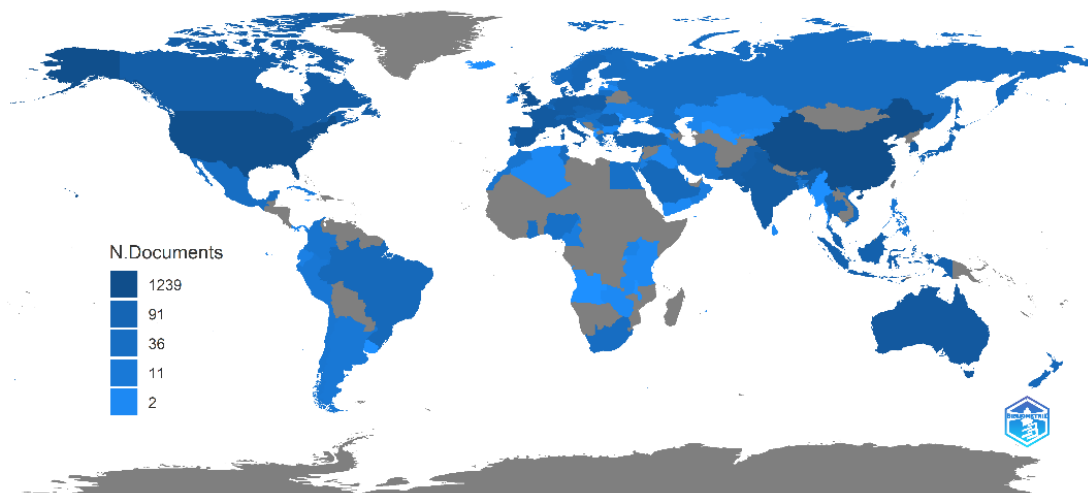


Figura 1.2. Harta productivității globale privind CSR
Sursa: Elaborat de autor prin intermediul Biblioshiny în baza rezultatelor căutării Web of Science

În topul țărilor cu productivitatea cea mai mare nu se regăesc România și Republica Moldova, însă acesta nu constituie decât încă un indiciu care să ne demonstreze necesitatea de a explora și dezvolta acest concept și de a-l face cunoscut, împreună cu beneficiile sale, cât mai multor entități.

sustenabile. Principiile Pactului Global sunt: drepturile omului; drepturile la muncă; protecția mediului înconjurător; lupta împotriva corupției.

Conținut de bază.

Pentru a dobândi cunoștințe despre conștientizarea și relevanța conceptului CSR în practica de afaceri s-a ales cercetarea cantitativă, în cadrul căreia s-a realizat un chestionar. Scopul cercetării este de a evalua utilizarea și sfera implementării CSR în întreprinderile din Republica Moldova. Pentru o mai bună relevanță a rezultatelor obținute, a fost luat în considerare și analizat un eșantion de 49 de entități, de diferite dimensiuni și care aparțin tuturor sectoarelor de activitate.

Chestionarul a fost realizat și distribuit prin intermediul Google Forms, iar din cele 50 de chestionare distribuite, 49 au fost completate, ceea ce constituie 98% îndeplinire. Întrebările s-au concentrat pe utilizarea CSR, beneficiile care au determinat întreprinderile să implementeze sau barierele de implementare, legătura CSR și strategia de afaceri, activități specifice CSR și măsurarea acesteia.

1. Dimensiunea firmei în funcție de numărul de angajați

49 responses

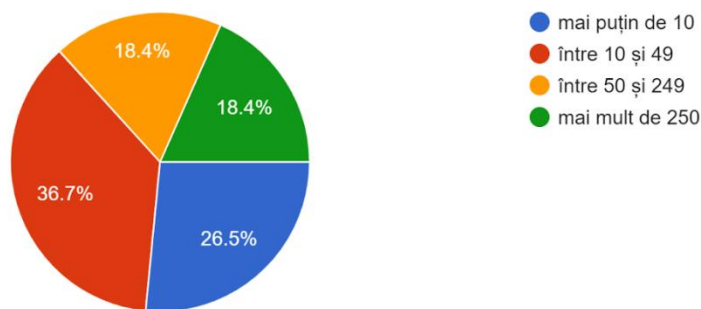


Figura 1.5. Respondenții în dependență de dimensiunea firmei

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

Dintre cei 49 de respondenți, cele mai multe entități, 36.7%, au un număr de angajați între 10 și 40. 26.5% dintre respondenți reprezintă companii cu mai puțin de 10 angajați, iar 18.4% sunt deopotrivă întreprinderi cu 50 până la 249 de angajați, și, entități cu mai mult de 250 de angajați. Astfel, se poate de concluzionat că majoritatea respondenților reprezintă IMM-uri din Republica Moldova.

2. Sectorul de activitate conform CAEN.

49 responses

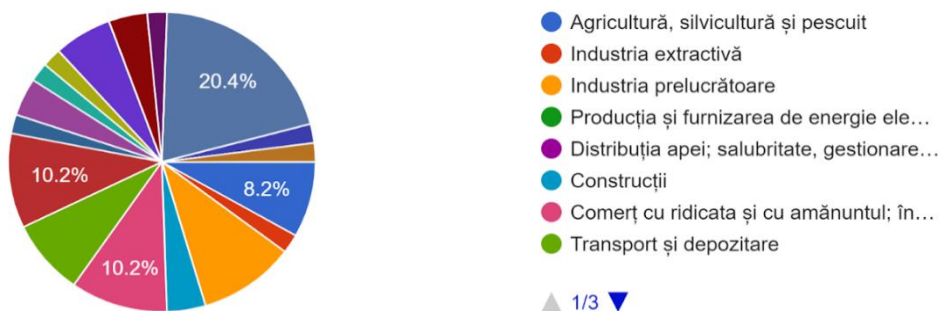


Figura 1.6. Sectorul de activitate al respondenților

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

La sondaj au participat un entități din diverse sfere, însă cele mai multe companii reprezintă sectorul altor activități de servicii, cu 20.4% din totalul respondenților. O egalitate se atestă între sectoarele industria prelucrătoare, hoteluri și restaurante și comerțul cu ridicata și cu amănuntul, fiecare deținând câte 10.2% din total. În afară de acestea, au participat și întreprinderi din astfel de domenii, precum agricultură, industria extractivă, construcții, transport și depozitare, etc.

4. Poziția dvs. în organigrama firmei:

49 responses

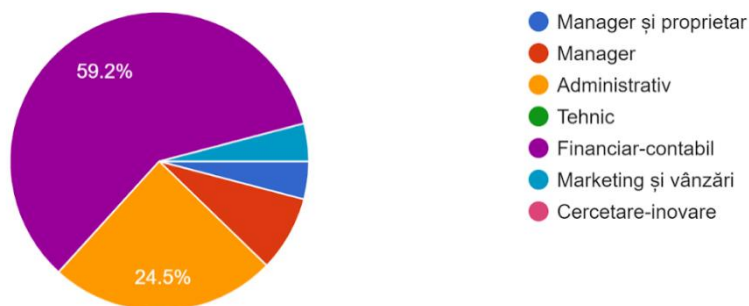


Figura 1.7. Poziția respondenților în organigrama firmei

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

În dependență de poziția respondenților în organigrama entității, angajații departamentului financiar-contabil sunt cei care au participat în majoritate, reprezentând 59.2% dintre respondenți, fiind urmați de angajații din blocul administrativ, care au însumat 24.5%. Ceilalți respondenți sunt din departamentul de marketing și vânzări, cât și manageri și proprietari.

1. Înainte de a completa acest chestionar ați mai auzit de CSR?

49 responses

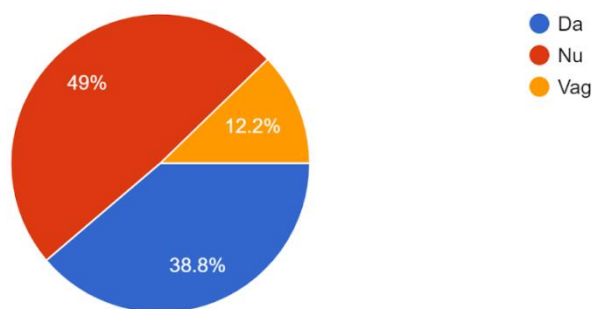


Figura 1.8. Nivelul de cunoaștere a CSR

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

Cunoașterea și contientizarea CSR este un pas important în dezvoltarea entităților. Este relevant de menționat faptul că 49% dintre respondenți anterior nu au mai auzit despre conceptul de CSR, iar 12.2% dintre aceștia au o cunoaștere vagă a aspectelor privind CSR. Este foarte im Părțile interesate adoptă și îndeplinesc diferite roluri și tipuri de activități, încercând astfel să influențeze sau să facă presiuni asupra companiilor să își asume angajamente și să urmeze un comportament responsabil din punct de vedere social [5]. La rândul lor, aceste grupuri pot evalua diferit performanța companiilor, în funcție nu doar de propriul interes, ci și de ideologia lor diferită, sau de modul în care înțeleg și acceptă principiile CSR și relația lor cu rezultatele companiei [8].

Tabel 1.2. Relevanța CSR pentru grupurile de interes

Grupuri de interes	Importanța CSR
Acționari	Importanță majoră 61.2%
Proprietari	Importanță majoră 59.2%
Angajați	Importanță relativă/medie 46.9%/ Importanță majoră 44.9%
Autorități locale	Importanță majoră 59.2%

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

Respondenții au fost majoritatea de părerea că CSR implică o importanță și influență sporită pentru grupurile de interes, cum ar fi acționarii, proprietarii, angajații și autoritățile locale. Însă se poate observa că angajații sunt considerați a fi mai puțin influențați de practicile CSR, ceea ce nu este într-un totu corect, deoarece angajații în cadrul companiilor ce implementează acțiuni privind CSR, sunt mult mai satisfăcuți de munca pe care o prestează.

Tabel 1.3. Implicațiile CSR

Efecte ale CSR	Relevanța CSR
Ameliorarea imaginii entității	Într-o oarecare măsură 42.9%/În mare măsură 26.5%
Îmbunătățirea statutului firmei în comunitatea de afaceri	Într-o oarecare măsură 36.7%/În mare măsură 32.7%
Satisfacerea cerințelor clienților	Într-o oarecare măsură 38.8%/În mare măsură 32.7%
Obținerea avantajului competitiv	Într-o oarecare măsură 44.9%/În mare măsură 28.6%

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

Literatura de specialitate arată că există diverse bariere care pot împiedica implementarea eficientă a CSR [6]. Identificarea acestor bariere poate ajuta managerii să formuleze strategiile necesare pentru a le atenua eficient. Aceste bariere pot avea, de asemenea, o anumită interdependență între ele, iar înțelegerea acestei interdependențe îi va ajuta pe manageri să elaboreze soluția optimă pentru a le face față.

Tabel 1.4. Principalele obstacole în implementarea CSR

Principalele obstacole în implementarea CSR	Rezultatele chestionarului
Complexitatea acțiunilor CSR	Într-o oarecare măsură 61.2%
Resursele financiare limitate de care dispune entitatea	Într-o oarecare măsură 59.2%
Lipsa conștientizării din partea proprietarilor/managerilor	Într-o oarecare măsură 49%
Cunoștințe insuficiente pentru a putea implementa CSR într-o manieră profesionistă	Într-o oarecare măsură 46.9%

Sursa: Elaborat de autor în baza Google Forms

Toți respondenții care au participat la sondaj au evaluat barierele în implementarea CSR, fiind incerți în privința influenței fiecărui obstacol. Printre barierele în aplicarea CSR au fost complexitatea acțiunilor CSR, resursele financiare limitate de care dispune entitatea, lipsa conștientizării din partea proprietarilor/managerilor și cunoștințele insuficiente pentru a putea implementa CSR într-o manieră profesionistă. Pentru a remedia aceste obstacole, se recomandă realizarea unor training-uri cu angajații entităților, pentru a reduce din complexitatea conceptului de CSR, de asemenea pentru a dezvolta cunoștințele angajaților în acest domeniu.

Concluzii

CSR sunt activități voluntare desfășurate de companii cu scopul de a genera un impact pozitiv asupra mediului și asupra părților interesate ale acestora, dar și pentru a obține beneficii economice viitoare. Pe lângă beneficii, CSR oferă entităților economiei de costuri și se poziționează pe piața internațională ca companii cu produse sau servicii durabile. În Republica Moldova, în prezent, practicile CSR sunt utilizate de puține companii din cauza necunoașterii beneficiilor pe care le aduce implementarea activităților de responsabilitate socială. Pe de altă parte, companiile care aplică strategii de CSR în mare parte au deficiențe în aplicarea acestor strategii din cauza lipsei de cunoaștere a diferitelor abordări și instrumente pe care le gestionează această tendință. Prin urmare, se ajunge la concluzia că în Republica Moldova, CSR este un domeniu puțin explorat în care grupurile de interese sunt de acord că aplicarea acestei tendințe ar trebui să fie luată în considerare de cât mai mulți, iar puținele entități care o aplică ar trebui să îmbunătățească cunoștințele și procesele utilizate în activitățile de responsabilitate socială.

Bibliografie

1. Bowen, H. R. 1953. *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper and Brothers.
2. Cajiga, J. F. 2009. *El concepto de responsabilidad social empresarial*. CEMEFI, 2. Disponibil la: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf.
3. Cosmulese, C. G., Socoliuc, M., Ciubotariu, M. S., Mihaila, S., & Grosu, V. (2019). *An empirical analysis of stakeholders' expectations and integrated reporting quality*. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 32(1), 3963-3986.
4. Frederick, W. C. 1960. The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), pp. 54-61.
5. Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M. și Bernhard, B.J. 2013. The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: an empirical examination of responsible gambling strategies. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 33, pp. 406-415.
6. Orlitzky, M., Siegel, D. S. și Waldman, D. A. 2011. Strategic Corporate Social Responsibility and Environmental Sustainability. *Business & Society*, 50(1), pp. 6-27.
7. Socoliuc, M., Cosmulese, C. G., Ciubotariu, M. S., Mihaila, S., Arion, I. D., & Grosu, V. (2020). *Sustainability reporting as a mixture of CSR and sustainable development. A model for micro-enterprises within the romanian forestry sector*. *Sustainability*, 12(2), p. 603.
8. Wood, D. J. 1991. Corporate social performance revisited. *The Academy of Management Review*, 16(4), pp. 691-718.