

Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
Școala Doctorală de Economie și Administrarea
Afacerilor

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

Implicațiile antreprenoriatului social asupra raportării non-financiare în context european

Conducător științific,
Prof. univ. dr. Mironiuc Marilena

Doctorand,
Crăciun (Cozma) Daniela Gabriela

Iași, 2023

Cuprins

Structura tezei de doctorat:	1
Introducere	4
Linii generale ale structurii tezei și aria sa tematică	5
Prezentarea sintetică a capitolelor tezei	6
Aspecte metodologice și de interpretare	9
Partea I : O viziune teoretică asupra antreprenoriatului social și responsabilității sociale corporative	12
Capitolul 1: Revizuirea literaturii prin studiu bibliometric	13
Capitolul 2: Studiul sistematic al literaturii privind problematica antreprenoriatului social și a responsabilității sociale corporative	15
Capitolul 3: Religia și cultura–determinanți ai antreprenoriatului social	16
Partea a II a: Considerații teoretice și empirice privind raportarea non-financiară și măsurarea impactului social	18
Capitolul 4: Raportarea non-financiară și transparența organizațiilor non-profit.....	19
Capitolul 5: Studiu empiric privind practicile de raportare nefinanciară a organizațiilor non-profit în țările europene	20
Capitolul 6: O perspectivă asupra sistemului actual de raportare și măsurare a impactului social din cadrul organizațiilor non-profit din România.....	22
Capitolul 7: Studiu empiric privind raportarea aspectelor sociale în entitățile economice.....	24
Concluzii finale	28
Contribuții personale	30
Limite actuale și direcții viitoare de cercetare	32
Bibliografie selectivă	33

Structura tezei de doctorat:

Introducere	
Linii generale ale structurii tezei și aria sa tematică.....	
Aspecte metodologice și de interpretare.....	
Partea I O VIZIUNE TEORETICĂ ASUPRA ANTREPRENORIATULUI SOCIAL ȘI RESPONSABILITĂȚII SOCIALE CORPORATIVE	
Capitolul 1 Revizuirea literaturii prin studiu bibliometric.....	
1.1. Stadiul cunoașterii privind antreprenoriatul social și responsabilitatea socială corporativă: studiu bibliometric.....	
1.2. Caracterizarea setului de articole selecționate din perspectiva ariilor de interes.....	
1.3. Maparea bibliometrică a conceptelor de antreprenoriat social, responsabilitate socială corporativă și sustenabilitate.....	
1.3.1. Construirea și interpretarea hărților bibliometrice prin metode de vizualizare a similarităților.....	
1.3.2. Selecția datelor pentru VOSviewer și interpretarea acestora.....	
Capitolul 2 Studiul sistematic al literaturii privind problematica antreprenoriatului social și a responsabilității sociale corporative.....	
2.1. Antreprenorialul social- istoric, caracteristici, perspective.....	
2.2. Antreprenoriat social și responsabilitate socială corporativă - repere teoretico-metodologice	
2.3. Provocările, riscurile și performanța antreprenoriatului social.....	
2.4. Contribuția antreprenoriatului social la dezvoltarea sustenabilă.....	
2.5. Integrarea responsabilității sociale corporative în strategia unei afaceri sustenabile.....	
2.6. Abordarea conceptului balance scorecard: instrument al performanței manageriale.....	
Capitolul 3 Religia și cultura - determinanți ai antreprenoriatului social.....	
3.1. Religia - predictor al succesului antreprenoriatului social.....	
3.2. Creștinismul - sursă de inovare a demersului antreprenorial.....	
3.3. Riscul antreprenorial și atitudinea față de credință.....	
3.4. Religiozitate și responsabilitate socială-corporativă.....	
3.5. Islamul și inițiativa antreprenorială.....	
3.6. Abordări socio - culturale ale antreprenoriatului.....	
3.6.1. Valori culturale - surse de orientare pentru comportamentul antreprenorial.	
Modelul Hofstede.....	
3.6.2. Aspecte interculturale reflectate în practica antreprenorială.....	

Partea a II a	CONSIDERAȚII TEORETICE ȘI EMPIRICE PRIVIND RAPORTAREA NON - FINANCIARĂ ȘI MĂSURAREA IMPACTULUI SOCIAL.....
Capitolul 4	Raportarea non-financiară și transparența organizațiilor non-profit.....
4.1.	Privire de ansamblu asupra sectorului non-profit din statele europene: specificități contabile și fiscale.....
4.1.1.	Particularități ale organizațiilor non-profit în statele europene.....
4.1.2.	Particularități ale organizațiilor non-profit din România.....
4.2.	Rolul contabilității în reflectarea impactului social al organizațiilor non-profit.....
4.3.	De la raportarea financiară la raportarea non-financiară în organizațiile non-profit.....
Capitolul 5	Studiu empiric privind practicile de raportare nefinanciară a organizațiilor non-profit în țările europene.....
5.1.	Evaluarea atitudinii sustenabile a organizațiilor non-profit din spațiul european prin raportarea nefinanciară.....
5.1.1.	Investigarea practicilor de raportare a organizațiilor non-profit potrivit cadrelor Global Reporting Initiative (GRI).....
5.1.2.	Raportarea implicării sociale a organizațiilor non-profit. Relevanța unor cazuri particulare.....
5.2.	Analiza practicilor de raportare a organizațiilor non-profit potrivit obiectivelor de dezvoltare durabilă (ODD).....
5.3.	Repartiția organizațiilor non-profit implicate în antreprenoriatul social în funcție de caracteristicile obiectivelor de dezvoltare durabilă.....
5.4.	Integrarea obiectivelor de dezvoltare durabilă în cadrul competitivității la nivel european.....
Capitolul 6	O perspectivă asupra sistemului actual de raportare și măsurare a impactului social din cadrul organizațiilor non-profit din România.....
6.1.	Caracterizarea organizațiilor non-profit din România prin indicatori nefinanciari.....
6.2.	Privire de ansamblu asupra asociațiilor și fundațiilor de utilitate publică din România: Studiu explorator.....
6.3.	Măsurarea impactului social în organizațiile non-profit - modalitate strategică de sustenabilitate.....
6.4.	Evaluarea capacității unei organizații non-profit de a crea valoare socială. Studiu de caz.....
Capitolul 7	Studiu empiric privind raportarea aspectelor sociale în entitățile economice.....
7.1.	Modalități de integrare a dimensiunilor nefinanciare în raportarea entităților economice.....

7.2. Asocieri între tipurile de declarații nefinanciare și variabilele conexe.....	
7.3. Modelarea gradului de reflectare a impactului social în raportarea non-financiară.....	
Concluzii finale.....	
Contribuții personale.....	
Limite actuale și direcții viitoare de cercetare.....	
Lista figurilor.....	
Lista tabelor.....	
Bibliografie.....	
Lista articolelor publicate și a comunicărilor prezentate.....	
Anexe.....	

Introducere

Tematica acestei lucrări provine din preocuparea incontestabilă care privește realitatea multor persoane de a fi sprijinite în depășirea dificultăților pe care le întâmpină, ca urmare a situației sociale precare. Nu putem vorbi de o definiție unanim acceptată asupra ideii de antreprenoriat social, acesta fiind un subiect de interes atât pentru cercetătorii din domeniul managementului și antreprenoriatului, dar și pentru decidenții politici, puși în situația de a hotărî în legătură cu acest subiect. Se impune studierea unor aspecte necesare înțelegerii statutului și efectelor antreprenoriatului social. Folosirea termenului *social* accentuează rolul și contribuția pe care persoana (antreprenorul) le are, prin necesitatea soluționării unor aspecte referitoare la grupurile vulnerabile în societatea contemporană. Se poate afirma că nu există o abordare distinctă de cea socială, întrucât toate formele de antreprenoriat implică caracteristici sociale.

O dată cu accentuarea complexității relațiilor economice, s-a conturat din ce în ce mai clar distincția dintre scopurile antreprenoriatului comercial în opoziție cu cel social, precum și diferențele privind impactul pe care cele două forme îl produc. Așadar, compararea celor două categorii de antreprenoriat conduce la ideea că cel social angajează responsabilitatea etică la nivelul comunității, acordând acesteia prioritate în raport cu interesul față de profit. În condițiile existenței practicilor incorecte de pe piață, a dezechilibrelor ecologice din ce în ce mai amenințătoare la adresa mediului înconjurător grefate pe realitatea unei legislații permissive, devine actuală necesitatea unei abordări globale, prin promovarea unor afaceri care să pună accent mai mare pe principiile etice și ecologice. Acest aspect delimitează alte două subiecte, primul reprezentat de antreprenoriatul social propriu-zis, asociat cu un scop și misiune sociale, iar al doilea relevat prin demersurile pe care le fac entitățile în vederea rezolvării anumitor probleme legate de durabilitatea unei astfel de activități, în condițiile pieței concurențiale.

În concordanță cu scopul său asumat, antreprenorul social este nevoit să urmărească obținerea sustenabilității financiare prin dezvoltarea unor modele de afaceri menite să asigure finanțarea activităților sociale. Dees (1998) consideră că posibilitatea de a obține venituri este dependentă de problema socială pe care o are de înfruntat un antreprenor. De aceea, nu surprinde existența unui număr din ce în ce mai mare de astfel de entități care și-au reorientat activitățile către obiective din sfera responsabilității sociale și asigurării dezvoltării durabile.

Responsabilitatea socială corporativă nu acordă prioritatea cuvenită valorilor sociale, chiar dacă le integrează formal în propria activitate (Bacq, Janssen, 2011). O activitate poate fi socială, chiar dacă entitatea ce o promovează este una comercială, după cum o întreprindere socială poate urmări scopuri economice, deci profit, deoarece realizarea unui beneficiu (profit) este o condiție a viabilității pe piață. În acest sens, o încercare de a reprezenta paradigma scopului social ar pleca de la compatibilitatea activităților inovative cu atingerea unor obiective

sociale. Această cale este realizabilă deopotrivă de o organizație non-profit, cazul standard sau de o întreprindere comercială, cazul antreprenoriatului social (Faminow și colab., 2009). Prin urmare, responsabilitatea socială a unei entități se suprapune cu activități specifice antreprenoriatului social doar sub aspectul anumitor programe sau activități. Reformulând, aria de cuprindere a antreprenoriatului social nu include numai întreprinderile sociale, ci și activitățile cu acest specific, pe care o entitate sau o organizație le derulează.

Linii generale ale structurii tezei și aria sa tematică

În vederea atingerii problemelor sociale, se impune ca antreprenorii sociali să beneficieze de sprijin financiar, existând, firesc, obligația asigurării transparenței în utilizarea fondurilor alocate cu această destinație și de aceea raportarea, în cadrul acestui tip de antreprenoriat, devine un proces esențial în comunicarea activităților și a impactului generat.

Deoarece raportarea aspectelor particulare este un proces complex și contextual, supus specificului unei astfel de activități, raportarea tradițională, axată exclusiv pe informații financiare, nu poate surprinde aspectele care permit evaluarea calitativă a impactului social. Raportarea în cadrul antreprenoriatului social este un proces dinamic, reflectând dezvoltarea organizației sociale, iar din această perspectivă ar fi utilă includerea în aceasta a indicatorilor de impact, de natură a reda informații legate de rezultatele sociale, serviciile oferite ori de accesibilitatea și calitatea acestora, toate acestea venind, astfel, în întâmpinarea așteptărilor beneficiarilor. Pentru a reflecta eficiența cu care se folosesc fondurile disponibile, antreprenorii trebuie să evalueze și să compare performanțele realizate cu riscurile la care, în mod inevitabil, se expune afacerea lor.

Aspectele implicate în materializarea transparenței financiare și a celei non-financiare reprezintă baza dialogului dintre organizațiile non-profit și părțile interesate, constituind o expresie a responsabilității față de comunitățile din care fac parte. Raportarea financiară se traduce prin materializarea dialogului cu finanțatorii și comunitatea, prin resursele de care beneficiază, devenind astfel un instrument ce permite motivarea anumitor facilități fiscale, permise prin legislația existentă. Raportarea non-financiară asigură transparența obiectivelor propuse, performanța lor socială, eficiența și calitatea programelor implementate, fiind o garanție necesară pentru continuarea acestora și pentru utilitatea lor.

Este nevoie de metode compatibile și coerente de raportare, astfel încât aceste informații să fie relevante și obiective pe cât posibil, deoarece antreprenorii sociali au o misiune mai complicată decât cei comerciali, acestora din urmă fiindu-le familiare evaluările prin instrumente standardizate, care reflectă eficiența lor operațională. În plus, se poate vorbi despre

o responsabilitate mai mare față de diversele părți interesate, din considerente etice, dar și din complexitatea relațiilor presupuse de sfera socială. Aceasta implică provocări suplimentare produse de faptul că fenomenele sociale au cauze și efecte multiple, dificil de cuantificat, iar măsurarea impactului social ar trebui să fie eficientă, adecvată, utilă, validată prin modele folosite în mod uzual, bazate pe dovezi. Mai mult, transparența și relevanța procesului de raportare determină minimizarea riscului investitorilor, în demersurile aferente antreprenoriatului social.

Spectrul demersurilor de cercetare poate fi rezumat prin următoarele întrebări:

- raportarea non-financiară este în măsură să surprindă preocuparea entităților pentru antreprenoriat social, respectiv pentru responsabilitate socială?

- cum ar putea reuși antreprenoriatul social, respectiv responsabilitatea socială să răspundă nevoilor tot mai diverse ale societății?

- ce impact se creează la nivelul societății prin angajarea entităților în astfel de forme de implicare?

- orientarea antreprenorilor sociali către obiectivele de dezvoltare durabilă se realizează cu aceeași intensitate, indiferent de natura obiectivului vizat?

Cercetarea noastră urmărește ca, pe fondul analizei fenomenelor antreprenoriatului social și responsabilității sociale a entităților, să identifice potențialul acestora de a crea valoare socială și de a contribui la asigurarea durabilității dezvoltării, raportarea non-financiară având rol moderator în acest sens.

Prezentarea sintetică a capitolelor tezei

În primul capitol, dedicat revizuirii literaturii prin studiu bibliometric, folosind un set de articole de specialitate, vom cerceta, din perspectiva antreprenoriatului social și a responsabilității sociale corporative, modalitățile prin care referințele bibliografice ce vor fi selectate pot fi grupate în jurul celor două concepte. Astfel, se poate răspunde întrebărilor de cercetare, relevând importanța celor două realități economice, prin sesizarea diferențelor, asemănarilor și complementarității dintre ele. Nu în ultimul rând, se va acorda atenție problemelor specifice, identificarea de trăsături semnificative ale responsabilității sociale corporative, ale diversității antreprenoriatului social, care determină abordări specifice de măsurare a impactului social, comportament diferențiat în funcție atât de intențiile și resursele alocate, cât și de zona geografică de manifestare. Analiza bibliometrică pe care o vom realiza este un exemplu pentru definirea trăsăturilor și caracteristicilor conceptelor analizate, prin corelarea conținutului informațional din mai multe domenii, sub semnul dezvoltării durabile,

folosind cartografierea științifică prin programul *software* VOSviewer. Acesta identifică aspecte punctuale din cadrul unui anumit domeniu de studiu, conexiunile dintre acestea, autorii cu cele mai multe articole, publicațiile aferente, așadar o vizibilitate a producției științifice și care pot contura, în final, o viziune asupra problematicii avute în vedere. Construcția hărții bibliometrice reunește ideile subordonate antreprenoriatului social, responsabilității sociale corporative, ambele conexate pe principiile sustenabilității, conducând la selecția propusă a articolelor, pe baza importanței acestor concepte în rezolvarea provocărilor actuale. Mai mult, sustenabilitatea antreprenorială are rolul de a emite soluții durabile pentru categoriile de probleme (sociale, economice sau de mediu), care, în mod curent, nu sunt abordate de piață, dar constituie obiectul de interes al multor studii.

În cel de-al doilea capitol, cel dedicat studiului sistematic al literaturii privind problematica antreprenoriatului social și a responsabilității sociale corporative, sunt analizate ideea de antreprenoriat, cu particularizarea acestuia în forma sa socială și contextul în care cei implicați în mecanismele economice au început să devină conștienți de interferența între cele două concepte. Dimensiunea antreprenorială va fi privită ca un generator de schimbări sociale sistemice sau ca un spațiu al noilor parteneriate hibride, determinând apariția de noi tipuri de organizații. O enumerare a direcțiilor în care vor putea acționa entitățile din sfera antreprenoriatului social ar cuprinde organizațiile cu scop lucrativ, care urmăresc misiuni sociale, organizațiile non-profit care realizează venituri comerciale, precum și organizațiile mixte, sugerând că limitele tradiționale ale ceea ce se înțelegea tradițional prin antreprenoriat devin mai flexibile.

Constatările, la care s-a ajuns din studiul bibliometric, au evidențiat multiple aspecte de tipul provocărilor, riscurilor și performanțelor pe care le presupune antreprenoriatul social. Din acest motiv prezintă interes, pentru al treilea capitol, perspectiva diversității culturale și a tradițiilor existente în diferite regiuni geografice. Cealaltă coordonată majoră, pe lângă cultură, este religia, care va fi privită nu numai ca o opțiune personală, sau de micro-colectivitate, ci și ca pe un factor capabil să influențeze comportamentul economic și social, deci să exercite efecte asupra antreprenoriatului în cele mai diferite forme de manifestare. Antreprenoriatul social este cu atât mai pregnant vizat, cu cât el este un subiect major al discuției și are cele mai strânse legături cu situațiile economice și sociale ale numeroaselor persoane aflate în risc de sărăcie și de excluziune. Nu vor fi excluse aprecierile asupra transpunerii antreprenoriatului social în alte zone de pe glob, ale căror tradiții culturale, caracteristici sociologice, dinamică economică, diferă destul de mult de spațiul euro-atlantic. Rolul și influența factorilor culturali sunt condiționate de introducerea criteriilor Hofstede, precum și a dimensiunilor aferente, care

reflectă capacitatea de predictor al acestora în ceea ce privește disponibilitatea pentru antreprenariat.

Următorul capitol analizează particularitățile sectorului non-profit, atât din statele europene, cât și din România, legislația și reglementările ce definesc condițiile de funcționare ale întreprinderilor din acest domeniu, particularitățile contabile și fiscale specifice. Pe de altă parte, este subliniat rolul raportării nefinanciare în vederea asigurării transparenței și sustenabilității organizațiilor non-profit, ambele deziderate devenind importante (pentru că oferă o perspectivă mai bună asupra organizației) și utile în abordarea altor direcții în care aceasta se poate dezvolta. Altfel spus, o raportare de calitate va oferi informații despre obiective, strategii, motivații referitoare la activitățile vizate, detalii despre implicarea în acțiuni de voluntariat, satisfacerea cerințelor beneficiarilor, capacitatea de a-și realiza obiectivele de interes social, precum și despre eforturile de asigurare a sustenabilității financiare.

Pentru a oferi o imagine asupra raportării informațiilor nefinanciare și a evalua gradul de transpunere al obiectivelor de dezvoltare durabilă în practica antreprenoriatului social, în capitolul al cincilea vom analiza o serie de rapoarte ale unor organizații non-profit prin care vor fi dezvăluite diferite experiențe situaționale, factorii și modalitățile de realizare a obiectivelor propuse de fiecare entitate în parte. Baza de date oferită de organizația *Global Reporting Initiative* (GRI) oferă informații pentru acele entități care au publicat un raport de sustenabilitate sau un raport anual de activitate. Acestea au condus, prin diferite modele de regresie, la identificarea de legături între variabilele de interes, facilitând, prin această raportare, conform standardelor GRI, găsirea unui limbaj comun prin care organizațiile își comunică impactul, își raportează dimensiunea responsabilă, atitudinea socială, îmbunătățindu-și astfel imaginea creată.

Cel de-al șaselea capitol propune o perspectivă asupra cerințelor actuale privind raportarea și măsurarea impactului social, ca pași importanți pentru o entitate socială, deoarece îi permite acesteia să-și stabilească obiective realiste, să ia decizii în acord cu posibilitățile și cu resursele existente. O astfel de evaluare poate fi considerată eficientă atunci când aduce argumente solide că intervenția întreprinderii sociale a modificat în bine comunitatea din care face parte, un exemplu în acest sens constituindu-l studiul de caz pe care îl propunem, în cadrul unei proiect desfășurat la nivelul unei fundații, recunoscute în ceea ce privește activitatea caritabilă realizată. În același timp, sunt subliniate rolul și importanța indicatorilor nefinancieri, care vizează organizațiile non-profit. După o abordare exploratorie a informațiilor despre organizațiile non-profit, ale oportunităților și abilităților antreprenoriale ale acestora, care prin misiunea lor socială îmbunătățesc viața în comunitățile în care își desfășoară activitatea, se evidențiază transparența acelor practici prin care se realizează misiunea socială. Ne propunem

să reliefam contribuția acestor organizații la o dezvoltare durabilă, modalitățile de evaluare a impactului social, limitele inerente modalităților de raportare și relevanța informațiilor referitoare la performanța lor financiară sau la domeniul în care își desfășoară activitatea. Pentru a identifica în ce măsură aspectele de ordin *economic, social, comunitar* și de *voluntariat* constituie scopurile acestor entități, se vor acorda calificative grupate pe o scală de tip Likert, pentru caracteristicile menționate, reflectând astfel calitatea activității lor.

Studiul empiric realizat în cadrul capitolului al șaptelea este despre integrarea indicatorilor nefinanciarți în procesul raportărilor realizate de entitățile din mediul economic, pentru care cerințele dezvoltării durabile le-au impus acestora să furnizeze informații care să reflecte angajamentul de a se comporta etic și de a contribui la creștere economică prin îmbunătățirea calității vieții salariaților, a mediului și a comunității locale în care își desfășoară activitatea. Astfel, Comisia Europeană și Consiliul European al Uniunii Europene au inițiat un cadru legislativ contabil pentru a crește vizibilitatea companiilor cu peste 500 de angajați, cu raportarea de informații nefinanciare, prin Directiva 2014/95/UE a Parlamentului European. Este astfel impusă cerința de a prezenta aceste informații nefinanciare ca un exercițiu de responsabilizare a acestora față de părțile interesate în ceea ce privește politicile, rezultatele și riscurile legate de aspectele de personal, de domeniul social și de mediu, respectarea drepturilor omului, combaterea corupției, în măsura în care acestea sunt relevante pentru entitate și pentru comunitatea din care face parte.

Inițiativele de raportare non-financiară de dată recentă impun schimbarea modului de raportare, în vederea asigurării unui comportament corporativ durabil. Pentru aceasta pledează și activitatea entităților obligate să realizeze raportarea respectivă, aceasta impunând și o anumită flexibilitate, care să nu afecteze calitatea raportării. Propunem modele de regresie neliniare și logistice prin care se cercetează dependența tipurilor de declarații nefinanciare de diferite variabile luate în studiu, cum ar fi mărimea organizației și indicatorii sociali.

Aspecte metodologice și de interpretare

Scopul acestei cercetări este de a propune o abordare a problematicii antreprenoriatului social cu integrarea, atât a aspectelor teoretice, cât și empirice. Paradigma de înțelegere a conceptului de antreprenoriat social se focalizează pe două planuri, unul fiind reprezentat de acele entități care au scop social explicit, iar celălalt plan, prin angajamentul firmelor de a îndeplini misiuni sociale sau comunitare, concretizat în principal, în strategia de responsabilitate socială corporativă. Atitudinea entității economice poate fi orientată către îndeplinirea unor scopuri sociale sau să se subordoneze scopului de realizare a profitului.

S-ar putea aprecia că există o ordonare a finalităților dezirabile, pentru a face diferența între o întreprindere socială și alta comercială. Ordonarea nu exclude prezența simultană a scopului social în proiectele pe termen lung, pentru ambele categorii de întreprinderi. Finalitățile de ordin social presupun gradări de finețe în proiectarea priorităților pe termen, cel puțin mediu, la nivelul unei organizații. Astfel, o fațetă a politicii organizației este enunțarea, la modul declarativ, a priorității de care se vor bucura problemele sociale care îi privesc pe angajați, iar o altă fațetă este centrarea politicii organizației pe rezultate, în speranța că rezultatele mai vizibile, în plan local sau regional, vor da satisfacții tuturor părților interesate.

În acest context, devine clar de ce cea mai mare parte a literaturii din domeniu se centrează pe o abordare dihotomică, dată, pe de o parte, de economia socială cu antreprenoriat social, iar, pe de altă parte, de angajamentul de responsabilitate socială corporativă. Pentru a asigura realizarea de comparații în condiții de măsurare/estimare echivalente între două sau mai multe fenomene, procese cu impact asupra antreprenoriatului social, am folosit ca surse de informații, pe lângă literatura de specialitate, bazele de date din statistici macroeconomice, plecând de la coordonatele relevate în referințele bibliografice consultate. Epistemologic, am stabilit un set de repere teoretic conceptuale, axate pe noțiunile majore desprinse din subiectul tezei de doctorat: economie socială, impact social, valoare adăugată, dezvoltare sustenabilă, existența raportului între materializarea finalităților sociale / obținerea de profit, ce variază în jurul unui echilibru stabilit de logica pieței concurențiale sau de decizii politic administrative, emise de autoritățile publice.

În sprijinul fundamentării conceptului de antreprenoriat social, există opinii diverse privind impactul acestuia asupra activităților economice, prin evidențierea organizațiilor ce au atribuite cu o accentuată conotație socială (Chandra, Kerlin, 2021). Contextul în care se materializează antreprenoriatul social ține de raportul obiectiv / subiectiv, atunci când se formulează o aserțiune despre realitatea socială și îmbinarea acesteia cu aspectul economic. Ce tip de relații interumane sunt cele care generează înclinarea unui antreprenor către cauzele umanitare? Sunt relații din planul real-concret, ce pot fi identificate, mai ușor sau mai dificil, dar care țin de realitatea obiectivă, instalată odată cu sistemul economic și social apărut, la nivelul cvasitotalității statelor europene, după 1990? Ori, mai degrabă, se poate vorbi de dezirabilități, de intenții, izvorâte din unele aspecte contemporane de ordin social, nedorite, dar prezente, precum rata șomajului, starea materială a persoanelor defavorizate, a căror inserție socială s-a dovedit nereușită? Condiționarea epistemologică permite alegerea metodologiei de cercetare, iar cercetătorii dispun de instrumente variate și multiple, pentru a studia realitatea socială (Van de Ven, Engleman, 2004), începând cu metodologia ipotetico-deductivă, care se sprijină pe rezultatele datelor statistice publicate oficial și care conduc la o realitate particulară,

continuând cu latura inductivă (cum ar fi situațiile construite pe studiile de caz), care permit obținerea unei concluzii cu valoare de generalitate.

Pauperitatea, lipsa resurselor, excluziunea socială și nu doar aceste chestiuni cu un vizibil impact social reprezintă provocări de ordin epistemologic, prin aceea că orice cercetător, interesat de tematica socială, este în căutarea și motivarea unei variabile contextuale, care îi permite să cerceteze antreprenoriatul social, atât din punctul de vedere al reperelor temporale, cât și din cel al reperelor de circumscriere la un spațiu geografic, cu tradițiile culturale aferente ori al religiozității persoanelor implicate în astfel de acțiuni sociale. Modul în care diversele entități au răspuns nevoilor sociale rezultă din politicile factorilor de decizie, din colaborarea mai multor părți implicate, cum ar fi beneficiarii direcți sau finanțatorii acestor activități.

Vorbind în termenii triadei noțiuni-judecăți-raționamente, am obținut traiectorii distincte de abordare, comparare și decizie, atât pentru considerarea perspectivei deductive (de la general la particular, unde inferența realizată este rațional necesară și validă în conformitate cu premisele anterioare cercetării, principial exhaustive), cât și pentru perspectiva inductivă (de la particular la general), prin care s-a plecat de la premise individuale, minore, purtând pecetea situației singulare, izolate, finalizând cu constituirea unui tot unitar (Zaiț, 2015).

Antreprenoriatul social și noțiunile conexe acestuia au fost studiate în ipoteza următoarelor condiționări:

- constructivistă, de a integra rezultatele cercetării și de a descoperi implicațiile socio-economice ale acestora. Extrapolând la tema tezei de doctorat, am coroborat punctele proprii de vedere, cu opiniile desprinse din literatură, cu referire la capacitatea unor indicatori nefinanțari de a reflecta anumite caracteristici ale entităților luate în studiu;

- deductivă (general-particular), prin care, plecând de la afirmațiile teoretice susținute de literatura de specialitate, am ajuns la aspecte concrete din zona abordării punctuale, mai cu seamă în cadrul interpretărilor statistice și a inferențelor decurgând din acestea. Exemplu: introducerea și discutarea influenței unor variabile (care exprimă dimensiunea entității) asupra modalităților de raportare realizate de acestea;

- inductivă (particular-general), prin care s-a acoperit un drum de cunoaștere opus celui din cazul deductivist, cum ar fi, de exemplu, în monitorizarea raportării non-financiare, care ar trebui să includă, din punctul de vedere al aspectelor sociale, acei indicatori care ajută la înțelegerea modului în care entitatea încearcă să aibă impact social prin responsabilitățile asumate. Aceste aspecte vor fi analizate prin anumiți predictorii (variabile independente).

Prima parte a cercetării efectuate se sprijină pe studiul bibliometric, bazat pe conținutul unui set de articole (ani de apariție între 2005 și 2020), care răspund importanței acordate antreprenoriatului social și responsabilității sociale corporative. Această etapă este completată

de maparea literaturii științifice, care se sprijină pe un volum considerabil de articole, concretizată în obținerea unor hărți bibliometrice. Atributele acestora sunt identificarea zonelor de interes în cercetare, caracterizarea legăturilor dintre domeniile de cercetare, evaluarea volumului de literatură științifică relevant pentru acestea.

Pentru caracterizarea entităților non-profit se folosesc metodele grafice ce scot în evidență frecvențele variabilelor cercetate, permițând fie testarea implicită a normalității Gauss Laplace, fie sesizarea de legături între două variabile calitative sau între o variabilă calitativă și o alta cantitativă. Acolo unde natura variabilelor a permis, se utilizează teste parametrice (testul Student, t sau ANOVA unifactorială), iar pentru identificarea unor dependențe între variabile, sunt utile modele de regresie liniară, respectând condițiile impuse prin specificul acestora.

Pentru caracterizarea legăturilor între variabile cantitative, se folosesc modele de corelație parametrică, bazate pe folosirea coeficienților Pearson, iar în vederea identificării unor relații dintre variabile calitative, exprimate numeric, se folosește un model de regresie neliniară (pătratică). În cazul variabilelor calitative, se recurge la analiza multivariată, prin tehnica numită Analiza Factorială a Corespondențelor Multiple (AFCM). Se recurge la regresia logistică, pentru ierarhizarea unui set de variabile predictor (independente), în funcție de efectul pe care îl produc acestea pentru analizarea rapoartelor non-financiare ale entităților.

Bazată pe date cantitative și calitative, una din metodele recunoscute în evaluarea eficienței sprijinirii cauzelor sociale, denumită rentabilitatea socială a investiției, se aplică în proiecte de acest fel, implicând contribuții consistente sub aspectul validității, robusteții și a oportunității rezultatelor obținute. Acesta este un instrument ce poate fi adaptat în variate contexte pentru exprimarea impactului social din perspectiva finanțatorilor, cât și a beneficiarilor, iar „valoarea adăugată” demonstrează eficiența proiectului și clarifică modul de utilizare a resurselor.

Partea I : O viziune teoretică asupra antreprenoriatului social și responsabilității sociale corporative

Antreprenoriatul social își propune ca, prin inovare și creativitate, acționând asupra oportunităților, să rezolve probleme sociale, contribuind astfel la schimbări pozitive în societate, să conducă spre un echilibru social al implementării practicilor responsabile ale companiilor, care, dezvăluite prin informații financiare și nefinanciare, relevă gradul de responsabilitate socială corporativă. Cele două concepte, la care ne-am referit, înlesnesc crearea unor structuri sociale viabile, apte să se constituie într-un mijloc de adaptare flexibilă, răspunzând cerințelor de dezvoltare sustenabilă.

Capitolul 1: Revizuirea literaturii prin studiu bibliometric

Antreprenoriatul social este, prin evoluția tot mai dinamică a numărului de articole care îi sunt dedicate, un domeniu de actualitate incontestabilă a cercetării economice, interesând numeroase alte zone de cunoaștere, cum ar fi sociologia, dreptul, etica, conservarea biodiversității ș.a. Această creștere este însoțită și de o diversitate sub-tematică, ce transformă antreprenoriatul social într-un demers dificil de conturat, aceasta fiind și motivația apariției unui volum masiv de referințe bibliografice, ce abordează aspecte particulare ale acestui domeniu.

Maparea bibliometrică a literaturii științifice este domeniul care studiază cantitativ toate felurile de date bibliografice, constituind o reprezentare vizuală asupra literaturii ce stă la baza documentării pentru orice lucrare științifică. Scopul mapării bibliometrice este cel de a furniza o privire de ansamblu asupra literaturii științifice, dintr-un anumit domeniu sau legată de un aspect distinct al acestuia. Aplicațiile acestei tehnici de investigare a literaturii științifice se pot materializa în trei direcții:

- identificarea ariilor principale de cercetare, grupate pe domenii de interes;
- evaluarea volumului de literatură științifică, pe domenii de interes;
- sesizarea legăturilor dintre domeniile de cercetare.

Metoda cunoscută sub denumirea vizualizarea similarităților ("*visualization of similarities*" - VOS) aduce sub privirea specialiștilor hărțile bibliometrice, care exprimă vizual realități de ordin cognitiv privind relații de co-citare sau de co-autorat, pe un set de articole selectate din bazele de date internaționale, pe criterii specifice unei anumite cercetări, adecvate unei lumi globalizate.

Materializarea hărților bibliometrice se bazează pe aplicația *VOSviewer* (termen desemnând expresia "vizualizarea asemănărilor" sau, în engleză, "*visualization of similarities*"), denumită, în continuare, prin acronimul VOS (van Eck, Waltmann, 2010). Aplicația VOS este creată pentru a reprezenta o pereche de "obiecte", încât distanța dintre acestea să reflecte "asemănarea" lor. Principiul aplicat este cel potrivit căruia, cu cât este mai mare "asemănarea" dintre două "obiecte", cu atât ele sunt așezate mai aproape unul de celălalt.

Analiza bibliometrică se consideră utilă prin focalizarea spre direcții de cercetare reflectate prin cuvintele cheie folosite, oferind modalități de înțelegere a motivației și orientării potențialilor antreprenori, identificând strategii de dezvoltare ale antreprenoriului social, apte să conducă spre dezvoltarea durabilă. Nu lipsită de importanță este măsurarea impactului social, concomitent cu descrierea circumstanțelor în care pot funcționa noile tipuri de organizații, care

Capitolul 2: Studiul sistematic al literaturii privind problematica antreprenoriatului social și a responsabilității sociale corporative

Antreprenoriatul social, prin beneficiile pe care le realizează, a devenit o practică foarte răspândită și de certă actualitate în ultimii ani, implicând abordări inovatoare în domenii precum educația, științele mediului, economie, drepturile omului, fiind considerat un element important în dezvoltarea durabilă a țărilor (Mair, Noboa, 2006). Poate fi și un instrument ce determină schimbări sociale sistemice (Nicholls, 2006) și un spațiu pentru noi parteneriate hibride (Austin și colab, 2006), dând astfel legitimitate noilor tipuri de organizații mixte. Se au în vedere organizațiile cu scop lucrativ care urmăresc misiuni sociale, organizațiile non-profit generatoare de venituri comerciale și organizații mixte și colaborări intersectoriale, toate acestea sugerând că limitele tradiționale ale acestui sector tind să se estompeze (Battilana, Lee, 2014).

Antreprenoriatul social oferă actorilor politici și decidenților administrativi de pe diferite niveluri ierarhice un spațiu de reflecție și exemple de bune practici pentru realizarea dezideratelor economiei sociale din peisajul actual. Întrucât dimensiunea eforturilor depuse de stat ca administrator global al unei țări poate fi copleșitoare, experiențele provenite din sfera antreprenoriatului social vor reprezenta o soluție de ameliorare a acestui neajuns (Leadbeater, 1996; Nyssens, 2006).

Conform Mort și colab. (2003), antreprenoriatul social este un construct multidimensional, care implică un comportament menit să conducă la realizarea misiunii sociale, având capacitatea de a recunoaște oportunități de creare de valori sociale. Mair și Marti (2004) consideră că acesta este un proces care constă în utilizarea inovatoare a resurselor existente, pentru a explora și exploata oportunități în vederea împlinirii unei misiuni sociale. Se observă, astfel, o serie de caracteristici cheie care vizează concentrarea pe rezultatele sociale sau de mediu, care au prioritate în fața considerentelor strategice de realizare a profitului. O altă caracteristică definitorie este inovația, care poate fi urmărită prin modele noi organizaționale, prin produse și servicii care să răspundă noilor provocări societale (Huybrechts, Nicholls, 2012).

Dat fiind faptul că atât responsabilitatea socială, cât și antreprenoriatul social se referă la entități, organizații, persoane angajate în activități sociale, în următorul capitol se vor trata factori, precum religia și cultura, care au potențialul de a contribui la inițierea și dezvoltarea acestor procese.

Antreprenoriatul social apare și se adaptează la nou într-un mediu dependent de politicile publice guvernamentale (tratamente fiscale flexibile, mecanisme de finanțare adoptate), de factori de decizie politică, care sunt de natură a încuraja *stimularea și dezvoltarea*

acestui sector, de condițiile economice specifice țării / zonei geografice repective, de măsura în care statul vine în întâmpinarea nevoilor de ordin social aparținând unui segment de populație defavorizat, fiecare din aceste condiționalități reprezentând o oportunitate ce influențează această activitate. Alți determinanți, care permit dezvoltarea unui mediu propice social-economic, se referă la orientarea ideologică a antreprenorului, nivelul educațional de care acesta dispune, durata și nivelul stagiilor de formare inițială/continuă pe plan profesional, trăsăturile de personalitate, vârsta sau genul acestuia, fiecare din acestea explicând și promovând un anumit nivel de înțelegere și toleranță, un mod de a gândi și de a acționa bazat pe idei și convingeri.

Capitolul 3: Religia și cultura—determinanți ai antreprenoriatului social

Al treilea capitol acordă prioritatea cuvenită religiei și culturii, ca factori având o influență majoră asupra AS. Într-o lume globalizată și secularizată, este necesară o reconsiderare a reperelor etice și morale, de natură a conduce la schimbări în sistemul de valori contemporan. Soluționarea dezechilibrelor majore din epoca globalizării vieții economice și sociale este un deziderat de actualitate. Marile religii monoteiste sunt reprezentate de creștinism, islamism și iudaism, din care, în teză, au fost detaliate primele două din punctul de vedere al populației practice a credinței respective.

Mediul economic este definit de contextul socio-cultural și religios în care se desfășoară, iar antreprenorii, prin valorile culturale pe care le dobândesc, prin religia lor, prin trăsăturile lor de personalitate, creează un mediu favorabil pentru activități economice. Eisenstadt (1968) arată importanța potențialului transformativ al unei religii care influențează comportamentul antreprenorial, oferind un grad de deschidere socială mai mare între indivizi. Un dialog intercultural ar putea duce la înțelegere și la toleranță mai mare între comunități, așadar și guvernele și liderii religioși ar trebui să găsească căi de a consolida acest proces. Globalizarea a scos în prim plan faptul că diferențele culturale, în viziunea lui Huntington (1996), devin mai acute chiar decât cele politice, ele fiind principala forță care-i împarte pe oameni în grupuri ("viitoarele războaie ar putea fi purtate nu între țări, ci între culturi"). Cultura, și prin ea limba vorbită și religia, influențează comportamentul uman, fie prin ideile transmise, fie prin regulile specifice unei credințe religioase, astfel că există un impact puternic asupra schimbărilor economice.

Longenecker (1998) a emis opinia privind relația dintre angajamentul religios și etica în afaceri, indicând un nivel mai ridicat al deciziilor etice pentru acele persoane ale căror implicare

religioasă era mai mare. În aceleași coordonate, se înscrie și opinia lui McGuire și colab. (2012) prin care s-a remarcat că entitățile din zonele cu impact religios mai puternic au raportat mai puține nereguli financiare, dat fiind că există o asociere pozitivă între religiozitate și angajamentele morale ale managerilor. Literatura de specialitate a încercat de-a lungul timpului să cerceteze influența celor mai importante religii ale lumii, adică creștinismul, budismul, hinduismul și islamismul, asupra valorilor muncii, constatându-se că fiecare din acestea văd activitatea umană, munca, într-o lumină pozitivă. Chiar și cei fără vreo afiliere religioasă văd lucrul ca pe o componentă importantă a umanității. Deși Parboteeah (2009) consideră că acest fapt este rezultatul efectelor convergente ale globalizării, astfel de constatări sunt importante, deoarece companiile multinaționale încearcă să gestioneze o forță de muncă foarte diversă din punct de vedere cultural și religios.

Literatura de specialitate a evidențiat că normele sociale și religiozitatea locală au influență asupra alegerilor legate de responsabilitatea socială corporativă, aceasta influențând performanța lor financiară. Creșterea interesului consumatorilor pentru firmele responsabile social, cărora le pasă de problemele sociale, implică creșterea vânzărilor, (Lev și colab., 2010). Problematika RSC include o varietate de părți interesate, ce includ angajații, dar și comunitatea unde firma are sediul, McGuire și colab. (2012) arătând că angajații pot influența, prin credința religioasă locală, decizii legate de etică în afaceri, performanță și investiții. Acele firme, care iau decizii responsabile social din motive altruiste, într-o primă fază își sacrifică profitul pentru aceste beneficii sociale (Elahuge, 2005), iar aceasta va conduce la o îmbunătățire a reputației și la atragerea de noi clienți.

Din perspectiva valorilor culturale, literatura asociază valorile individuale sau personale cu un comportament pro-social, favorabile antreprenoriatului, încât prin valorile culturale, o colectivitate ajunge să se deosebească de alta (Hofstede, 1980), existând chiar măsurători care permit compararea mediilor culturale, ca premisă a dezirabilității unei cariere antreprenoriale.

Pentru realizarea unei comparații la nivel global, s-a considerat că sistemul de măsură Hofstede, constituit de circa trei decenii, validat, prin cercetări de anvergură, în diferite țări ale lumii, este un bun instrument care a permis asocierea dintre cultură și indicatorii demografici, geografici, economici și politici ai unei societăți (Kale și Barnes, 1992). Dacă, inițial, Hofstede a conturat patru dimensiuni culturale, confirmate prin cercetare empirică (*distanța de putere, individualismul, masculinitatea, evitarea incertudinii*), ulterior, Bond (Hofstede, Bond, 1988) a adăugat o a cincea dimensiune, denumită *orientare pe termen lung*, iar Minkov (2010) a adăugat o a șasea dimensiune, denumită *indulgență* (Hofstede și colab, 2010; David, 2015).

Semnificația dimensiunilor culturale Hofstede implică, respectiv, următoarele atribute: *distanța de putere*, care presupune monitorizarea inegalității între oameni; *individualismul*,

particularizat în dinamica relației individ-societate, *masculinitatea*, constând în urmărirea, cu prioritate, a atingerii scopurilor materiale, concomitent cu neglijarea celor spirituale; *evitarea incertitudinii*, privită ca fiind suprapusă peste o altă dimensiune culturală, *orientarea pe termen lung*; *indulgența* desemnează caracteristica unei culturi de a avea o anumită măsură a permisivității față de satisfacerea nevoilor și dorințelor personale.

O teorie eclectică a antreprenoriatului, datorată lui Verheul și colab. (2002) afirmă că, într-o societate, poziția antreprenoriatului este dependentă de capacitățile și preferințele populației. În același timp, există o influență certă a condițiilor de mediu și geografice asupra antreprenoriatului, de aceea, influența factorilor culturali apare mai dificil de sesizat. Oferta de a fi antreprenor este rezultanta multor capacități umane, printre care și trăsăturile de personalitate. Etzioni (1987) constată că antreprenoriatul este încurajat în societățile în care antreprenorii dețin un statut mai bine reprezentat, iar Hofstede și colab., (2004) afirmă că ponderi mai mari de oameni nemulțumiți dintr-o societate au tendințe mai mari către antreprenoriat, dorindu-și un grad sporit de autonomie. Luând în considerare toți factorii culturali care au impact asupra antreprenoriatului, acesta este sprijinit dacă vor coexista individualism ridicat, evitarea incertitudinii, distanță redusă de putere și masculinitate ridicată. Se poate afirma așadar, că distanța de putere este corelată negativ cu activitatea de antreprenoriat social.

Partea a II a: Considerații teoretice și empirice privind raportarea non-financiară și măsurarea impactului social

Schimbarea de la rentabilitate la sustenabilitate implică și încurajează comunitatea de afaceri spre a găsi modalitatea cea mai eficientă de raportare a activității, iar obiectivele de dezvoltare durabilă pot ghida strategic pentru a adopta cele mai inovatoare căi de materializare a acestor opțiuni. Acordarea priorității cuvenite aspectelor de sustenabilitate este firească prin raportarea la obiectivele de dezvoltare durabilă, așa cum au fost ele definite de ONU și, prin aceasta, ele sunt un reper al evoluției ulterioare a economiei mondiale, în ansamblul său. Orientarea spre valoarea socială nu implică ignorarea de către organizațiile non-profit a valorii economice reprezentate de câștigurile și fluxurile bănești, altfel acestea ar ajunge să nu mai poată să-și desfășoare activitatea. Din această constatare, rezultă distincția clară a pozițiilor entităților care au în vedere doar profitul, față de opinia celor care au misiuni eminamente sociale: primele văd acumularea bogăției ca expresie a valorii pe care o dețin, iar celelalte văd existența bogăției doar ca pe un mijloc de a-și îndeplini misiunea lor socială (Dees, 1998).

Capitolul 4: Raportarea non-financiară și transparența organizațiilor non-profit

O organizație din sectorul non-profit are o paletă extinsă de valori care includ continuitatea, cultura, istoria și tradițiile specifice comunității, din care aceasta face parte, toate fiind importante în caracterizarea relațiilor cu părțile interesate. Vizibilitatea principiilor la care organizația a subscris, modalitățile prin care aceasta se identifică cu ele în vederea consolidării poziției sale, generează încredere și durabilitate, prin specificul acțiunilor care o fac aptă să rezolve problemele sociale, acestea fiind câteva repere, care permit conturarea fermă a imaginii organizației în societate.

Antreprenoriatul social este influențat în mare măsură de mediul instituțional în care se desfășoară, acesta fiind definit ca un ansamblu de norme legale, proceduri administrative și politici sociale specifice contextului național. Dezvoltarea antreprenoriatului social diferă, în contextul european și de moștenirea cutumelor provenite de la fostele regimuri politice ce au divizat continentul (capitalism sau totalitarism comunist), de rolul guvernului în crearea unor scheme de sprijin concepute special pentru economia socială, de procedura de atestare și de certificare a întreprinderilor sociale și a celor de inserție, de existența unor piețe de investiții cu impact social, precum și de tradițiile culturale proprii fiecărei țări. În majoritatea țărilor europene, prin Comisia Europeană, prin fondurile alocate în acest sens, se iau măsuri de protecție socială, prin „pachetele de investiții sociale”, acestea contribuind la modernizarea sistemelor de protecție socială prin măsuri de:

- ocupare a forței de muncă;
- combatere a sărăciei și excluziunii sociale.

Formele juridice ale organizațiilor antreprenoriale sunt reprezentate de întreprinderi sociale, care fac parte din al treilea sector sau al economiei sociale, desfășurând o activitate în interes public sau al unei comunități. Astfel, printr-o strategie antreprenorială, al cărei scop este social, acestea aduc soluții inovatoare la diversele probleme sociale, de excluziune și șomaj (OECD, 1999).

O analiză de ansamblu asupra nivelului de informații raportate de organizațiile non-profit arată cum calitatea acestora adaugă credibilitate, accentuează importanța acestui sector, contribuind la vizibilitate în comunitate. O bună raportare ar trebui să conțină informații despre obiective, strategii, explicații despre acțiunile și programele derulate, detalii despre voluntariat, performanță, capacitatea de a-și îndeplini misiunea socială și despre eforturile de a fi sustenabile financiar (Roslan și colab., 2017).

Capitolul 5: Studiu empiric privind practicile de raportare nefinanciară a organizațiilor non-profit în țările europene

Obiectivele sustenabilității au ca trăsături definitorii răspândirea ideii de durabilitate în realizarea dezideratelor, de integrare economică, de incluziune prin parteneriate economice, iar raportarea informațiilor nefinanciare are un rol important în a face față acestor realități, prin sprijinirea entităților în operaționalizarea acestor inițiative.

Necesitatea de a dezvălui informații non-financiare față de public și față de părțile interesate vine dintr-o obligație etică a organizațiilor non-profit de a-și desfășura activitățile cu responsabilitate, deoarece, în mare parte, acestea lucrează pentru comunitate (Gazzola și Ratti, 2014).

Organizațiile non-profit reprezintă cel mai important actor economic în promovarea antreprenoriatului social. Necesitatea cuantificării contribuțiilor aduse la promovarea acestuia conduce la căutarea celor mai inovative căi de acțiune social-economică. În acest sens, Conde, Rodriguez (2020) identifică similitudini între indicatorii relevanți ai economiei sociale și contribuția acestora la obiectivele de dezvoltare durabilă, precum și aspecte de corelație cu indicatorii de sustenabilitate. Se pune astfel în evidență progresul social realizat și comunicarea acestuia prin raportul lor de activitate.

Horne și colab.(2019) au subliniat faptul că antreprenorii nu se orientează cu aceeași intensitate către oricare ODD, existând o concentrare a interesului antreprenorial pentru anumite obiective. Cu toate acestea, absența activității antreprenoriale referitoare la un anumit ODD arată că antreprenorii nu identifică oportunități adecvate pentru a se orienta către acel obiectiv. În absența antreprenorilor activi într-un domeniu, există șanse reduse de a fi inițiate soluții inovatoare din partea sectorului privat, pentru atingerea obiectivelor de dezvoltare durabilă, așa cum cere Agenda 2030 (Adunarea Generală, 2015). Prin urmare, se poate aprecia că frecvența activității antreprenoriale într-un domeniu de dezvoltare sustenabilă este o condiție prealabilă pentru progres în acea direcție, date fiind condițiile specifice de interdependență dintre obiective.

În această parte a cercetării, am urmărit să identificăm activitățile generatoare de valoare socială, reflectate prin obiectivele de dezvoltare durabilă. Atingerea acestora este promovată și prin politicile publice guvernamentale, care oferă un mediu de reglementare propice, cu o abordare integrată a problemelor legate de schimbări climatice, energie curată, conservarea biodiversității, a problemelor legate de sănătatea publică și incluziune socială.

Pentru a înțelege modul în care aceste entități echilibrează misiunea organizațională cu responsabilitatea publică față de părțile interesate, precum și impactul societal, vom analiza o

serie de rapoarte ale unor organizații non-profit, care vor surprinde complexitatea procesului de antreprenariat social. Din eșantionul de 70 entități, pentru care au fost stabilite, un domeniu, respectiv o modalitate de a-l atinge, s-a luat în considerare și o a treia condiționare, mai exact aderarea fiecărei organizații la caracteristicile unui Obiectiv al Dezvoltării Durabile (ODD). Această condiționare introduce, o așa numită "cotă de conformare" cu cerințele unui ODD dat, exprimată dihotomic prin valorile 0 sau 1, unde treapta minimă (0) reprezintă absența intenționalității organizațiilor non-profit de a adera la ODD respectiv, iar treapta maximă (1) reprezintă expresia intenției clare, lipsite de echivoc, a entității respective cuprinse în studiu, de a se alina la cerințele ODD respectiv.

Pentru a ilustra grafic dependențele dintre variabilele incluse în studiu, vom reda, ecuația $z = f(x,y)$, unde pe axa z se prezintă valorile variabilei dependente, *scorurile ODD 01, 03, 04, 05, 08, 10, 13 și 16*, (adică exact ODD în care opțiunea 1 predomină), iar pe celelalte două axe sunt redată valorile variabilelor independente $x = \text{Domeniul}$, respectiv $y = \text{Modalitatea}$ (prin care domeniul se transpune în practică).

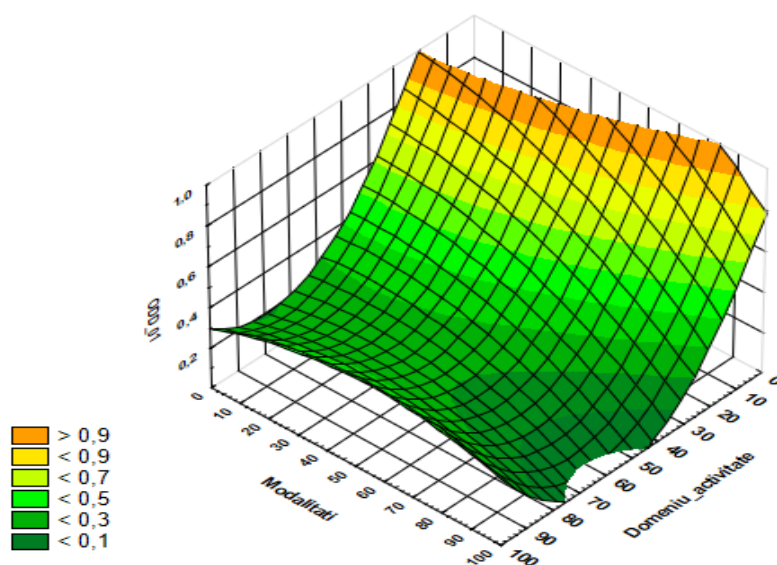


Figura 2- Cotele de conformare la ODD_01 (Fără sărăcie) din perspectiva Modalităților și Domeniilor de activitate ale entităților cuprinse în studiu

Din Figura 2, în care se caracterizează gradul de atingere a ODD_01 "Eradicarea sărăciei în toate formele sale și în orice context", se constată că ecuația de regresie polinomială este de forma:

$$\text{ODD_01} = 1,6872 - 0,0377*x - 0,0039*y + 0,0002*x^2 + 9,4022E-5*x*y - 5,1823E-5*y^2.$$

Luând în discuție perspectiva de valorizare pentru ODD 01, care să tindă la valoarea 1, sunt mai bine materializate modalitățile de realizare intitulate *promovarea economiei rurale, incluziune persoane vulnerabile, acțiuni social-educative și asigurarea stării de sănătate*.

Capitolul 6: O perspectivă asupra sistemului actual de raportare și măsurare a impactului social din cadrul organizațiilor non-profit din România

Cercetarea aferentă acestui capitol urmărește modul în care se asigură raportarea și măsurarea impactului produs la nivelul organizațiilor non-profit în vederea susținerii antreprenoriatului social, prin contribuția acestora la soluționarea diverselor probleme actuale.

Cadrul acestei cercetări este o abordare exploratorie pentru a colecta date furnizate de către organizații non-profit, referitoare la antreprenoriatul social, materializat prin activitatea acestora, pentru îmbunătățirea vieții oamenilor din comunitățile în care își desfășoară activitatea. Dimensiunea socială ce rezultă din transparența acelor practici, prin care se realizează misiunea socială, contribuția acestor organizații la o dezvoltare durabilă, sunt elemente ale contextului actual pentru configurarea studiului asupra antreprenoriatului social.

Ne propunem să construim o perspectivă asupra sistemului actual de raportare, financiară și / sau non-financiară, a acestor organizații, limitele acestor dezvăluiri, relevanța informațiilor și influența pe care o pot avea asupra diferitelor variabile cantitative, reprezentate de performanța lor financiară/socială sau de domeniul în care își desfășoară activitatea.

Cercetarea impactului economic și social al acestor organizații vizează promovarea și sporirea vizibilității lor instituționale, precum și sensibilizarea legată de importanța din ce în ce mai mare a acestora. Analiza performanței acestora confirmă contribuția lor la remedierea unor lacune ale sistemului de asistență socială sau la integrarea în muncă a acelor categorii sociale mai dificil de angajat, expuse riscului de excluziune socială (persoane vulnerabile sau fără calificare).

Scopul cercetării propuse este analiza unui set de rapoarte de activitate ale unor asociații și fundații de utilitate publică, care, prin obiectivele lor, răspund unor nevoi sociale, modul în care aceste entități oferă fie oportunități de muncă, educare și formare (prin integrare socială), fie diverse servicii sociale de sprijin pentru persoanele defavorizate (de asistență medicală). Analiza va permite identificarea mijloacelor prin care aceste organizații răspund diverselor nevoi sociale, concretizate prin fondurile generate de activitățile lor sau provenite de la bugetul local sau din proiecte europene. Informațiile despre performanța acestor entități vor dovedi abilitatea de a-și atinge obiectivele și de a obține rezultatele de interes social, evaluarea realizându-se printr-un set de caracteristici, care depind de contextul și problemele specifice acestora, demonstrând măsura în care aceste organizații reprezintă un potențial domeniu de aplicare pentru antreprenoriatul social.

Măsurarea impactului social are prioritate pentru fiecare entitate socială pentru că îi permite acesteia să-și stabilească obiective realiste, să ia decizii în acord cu posibilitățile și cu

resursele existente. În prezent există o diversitate largă de metode de măsurare a impactului social, care recurg la atribute specifice, date fiind caracteristicile diverse ale întreprinderilor sociale, precum și a tipului de impact care este analizat, făcând astfel dificilă definirea unui sistem de măsurare unic, comun. Multe entități întâmpină dificultăți în selectarea celei mai bune metode de măsurare a efectelor produse de propria activitate (Perrini și colab., 2021).

Măsurarea impactului social poate fi considerată eficientă atunci când aduce argumente solide că intervenția întreprinderii sociale respective a modificat în bine viața beneficiarilor săi. În mod cert, există diverse dificultăți în timpul procesului de măsurare, dintre care unele referitoare la reglementarea nepotrivită atât la nivel național, cât și la nivel internațional. Printre aceste dificultăți, pot fi enumerate judecata subiectivă implicată în orice metodă de evaluare, modul de alocare a valorilor cantitative și a altor date necesare, adesea greu de obținut. Extinzând discuția, relația dintre acțiunea întreprinsă de întreprinderea socială și impactul creat de aceasta este în suficient de multe situații una neclară, conducând măsurarea într-o zonă nesigură referitoare la semnificativitatea rezultatelor obținute. În altă ordine de idei, nu orice impact social poate fi cuantificat cu o oarecare facilitate: cu cât comportamentul entității este mai greu de evaluat, cu atât este mai greu de măsurat și impactul generat de aceasta.

Entitățile non-profit doresc definirea unor instrumente capabile să ofere dovezi ale impactului activității lor asupra părților implicate, dar și asupra comunităților. Metodele cele mai utilizate pentru măsurarea impactului social, care combină date cantitative, dar și calitative sunt rentabilitatea socială a investiției (*Social Return on Investment - SROI*), tabloul de bord echilibrat al întreprinderilor sociale (*Social Enterprise Balanced Scorecard - BSC*), analiza cost-beneficiu (*Cost Benefit Analysis - CBA*) și metoda intitulată “cea mai bună opțiune de caritate disponibilă” (*Best Available Charitable Option - BACO*). Aceste instrumente de măsurare a impactului social sunt considerate eficiente și populare (Clark și colab., 2004), fiecare metodă întrunind un număr considerabil de citări în literatura de specialitate (Perrini și colab., 2021).

Rentabilitatea socială a investiției este un instrument care poate fi aplicat în multe domenii de activitate, fiind astfel conceput pentru a putea fi implementat în cultura organizațională a entităților, cu scopul de a comunica, prin rapoarte anuale, impactul social atât finanțatorilor, cât și beneficiarilor. Evaluarea impactului social demonstrează eficiența acestuia, furnizând transparență și legitimitate în obiectivele organizaționale ale entităților implicate.

Prin studiul de caz realizat am demonstrat capacitatea organizației cercetate de a scoate în evidență modul de a-și utiliza resursele, dovedind capacitatea de a realiza ample misiuni sociale, de a raporta impactul creat în urma implementării programelor sale, de a dezvolta inițiativa socială, prin modalități care câștigă încrederea părților implicate.

Capitolul 7 Studiu empiric privind raportarea aspectelor sociale în entitățile economice

Mediul economic actual, caracterizat prin globalizare, concurență, cu majore provocări sociale și ecologice, impune companiilor să-și reevalueze performanța printr-o abordare care să includă atât aspectele financiare, cât și pe cele non-financiare, încât să reflecte responsabilitatea socială și de mediu în contextul dezvoltării durabile a societății.

Nuanțarea conceptului de performanță impune identificarea și folosirea unor indicatori cât mai adecvați valorizării strategiei de dezvoltare a entităților din punct de vedere economic, social, de mediu și cultural. Evaluarea acestor aspecte, care reflectă în principal performanța socială și de mediu, oferă entităților numeroase beneficii, asigură sustenabilitatea acestora, precum și posibilitatea de a face față constrângerilor părților interesate (asociați, investitori, salariați, clienți).

Acești indicatori nefinancieri trebuie aleși astfel încât să reflecte schimbările sociale și de mediu ce au loc într-o anumită perioadă de timp, identificând legăturile de cauzalitate cu obiectivele companiei. Utilitatea acestor indicatori este de necontestat, dar selectarea acestora depinde de domeniul de activitate, de managementul companiei, de importanța datelor procesate și interpretarea lor, calitatea lor fiind în strânsă corelație cu experiența managerială a organizației, fiind adeseori subiectivi, cu prezentarea doar de aspecte pozitive. Pe de altă parte, indicatorii care reflectă performanța financiară se introduc pe baza unor date trecute (istorice), fiind o consecință a modificărilor indicatorilor nefinancieri (Evans, 2017). Insuficiența indicatorilor financieri în sistemul de evaluare corporativă a fost demonstrată în mai multe studii, aceștia concentrându-se pe obiective pe termen scurt și neglijând pe acelea pe termen lung (Halek și colab., 2020).

Cerințele dezvoltării durabile impun companiilor să furnizeze informații părților interesate, iar acestea să fie accesibile și să reflecte, să promoveze obiectivele cu impact economic, social și de mediu. Astfel, Comisia Europeană și Consiliul European al Uniunii Europene au inițiat un cadru legislativ contabil pentru a crește transparența companiilor în divulgarea de informații nefinanciare de către acele entități care au peste 500 de angajați (Directiva 2014/95/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2014). Această responsabilitate este un angajament permanent de a se comporta etic, contribuind la creștere economică în același timp cu a susține îmbunătățirea calității vieții salariaților, a mediului și a comunității locale (Holme, Watts, 2000). În acest sens, obligativitatea de a prezenta informații nefinanciare implică și aspectele legate de salariați, de social și de mediu, respectarea drepturilor omului, combaterea corupției, în măsura în care acestea sunt relevante pentru entitate și pentru comunitatea din care face parte.

Cerințele declarației nefinanciare legate de aspectele sociale și de salariați se referă la acțiuni care privesc egalitatea de gen, aplicarea convențiilor Organizației Internaționale a Muncii în ceea ce privește respectarea condițiilor de muncă decentă, a dialogului social, a reprezentării prin sindicate, aspecte legate de sănătate și siguranță la locul de muncă.

În practica corporativă formatul acestei raportări este destul de eterogen, deoarece fiecare entitate raportează în mod diferit informațiile financiare, sociale și de mediu. Din analiza datelor referitoare la entitățile care au realizat această raportare în anul 2019, ca urmare a Ordinului nr. 3456/ 07.11.2018 se constată existența, pe lângă declarația nefinanciară de sine stătătoare, a unei serii de rapoarte cu denumiri diferite în funcție de integrarea unor probleme specifice (raport de mediu, raport social) sau de o abordare cuprinzătoare, a mai multor aspecte de sustenabilitate.

Obiectivul cercetării noastre îl reprezintă identificarea entităților care publică informații nefinanciare sociale relevante, utile și concise, care respectă prevederile Directivei Europene 2014/95/ UE, la nivelul anului 2019, astfel încât să fie asigurată comparabilitatea între unitățile raportoare. S-a urmărit să fie identificate acele aspecte esențiale, care surprind o imagine corectă a entității din perspectiva urmărită, prag de la care, prin omitere sau prezentare eronată, raportările pot influența anumite decizii ale utilizatorilor acestora. Cercetarea noastră a cuprins un număr de 608 firme, din care rămân în studiu doar 230, adică doar acelea care au depus declarații nefinanciare. Pentru care prezentăm legătura dintre domeniile de activitate ale firmelor și tipurile de declarații nefinanciare depuse de acestea în Figura 3.

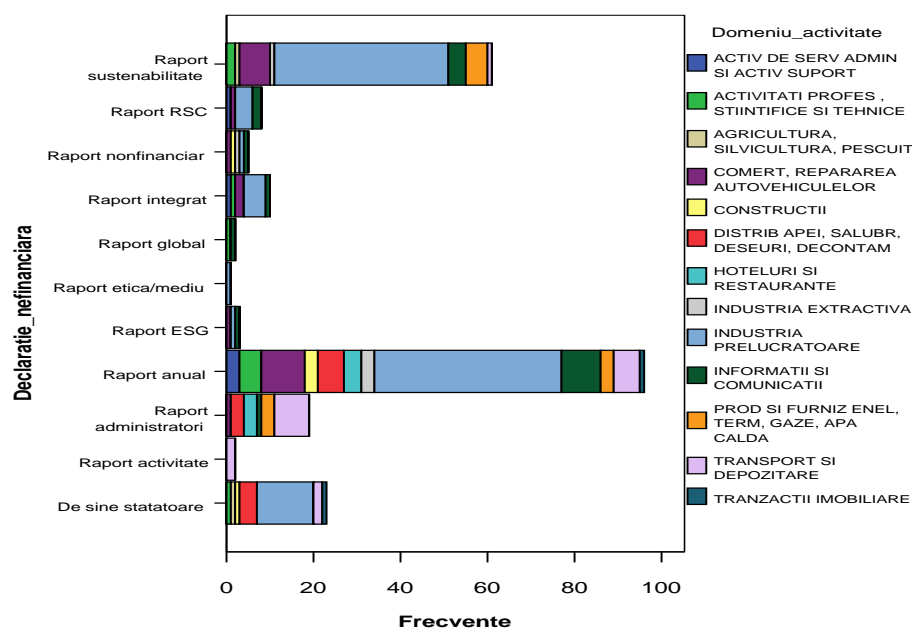


Figura 3- Legătura dintre domeniile de activitate ale firmelor și tipurile de declarații nefinanciare depuse
 Sursa: prelucrare proprie după baza de date proprie, elaborată din datele accesate din site-ul *listafirme.ro*

Prezintă interes modul în care, prin integrarea acestor aspecte, este pusă în valoare imaginea entității, măsura în care aceasta publică informații privind aspectele sociale, cele cu forța de muncă, chestiuni legate de diversitatea și egalitatea de gen. Cele mai frecvente patru domenii de activitate ale entităților implicate în raportarea nefinanciară sunt următoarele, în ordinea descrescătoare a ponderilor: *Industria prelucrătoare, Comerț și repararea autovehiculelor, Informații și comunicații, Transport și depozitare*, iar în cazul declarațiilor nefinanciare, primele trei categorii ale acestora, în aceeași ordine, sunt *Raport anual, Raport de sustenabilitate și Declarații de sine stătătoare*.

Pe baza acestor date, propunem un model de analiză bazat pe regresia logistică, (Azen, Walker, 2011), în care să fie incluse, pe de o parte, ca variabilă dependentă (VD) reflectând tipul de declarații nefinanciare, sub titulatura *Declarații nefinanciare*, iar de cealaltă parte ca variabilă independentă (VI), formată din: *1) Aspecte angajați; 2) Relații cu comunitatea; 3) Respectarea egalității de șanse; 4) Indicatori cheie de performanță (KPI)*. Aceste 4 variabile ilustrează aspectele sociale, adică modul în care entitatea încearcă să aibă impact social prin responsabilitățile asumate.

Tabelul 1- Structura variabilelor implicate în studiu

Structura variabilelor independente		Număr	Procente
Aspecte angajați(VI)	0	13	5,7
	1	217	94,3
KPI nefinanciar(VI)	0	20	8,7
	1	210	91,3
Relația cu comunitatea (VI)	0	68	29,6
	1	162	70,4
Respectarea egalității de șanse (VI)	0	38	16,5
	1	192	83,5
Total		230	100

Categoriile ale VD	Număr	Procente
De sine statatoare	23	10
Raport de activitate	2	0,9
Raport administratori	19	8,3
Raport anual	96	41,7
Raport ESG	3	1,3
Raport etica/mediu	1	0,4
Raport global	2	0,9
Raport integrat	10	4,3
Raport nefinanciar	5	2,2
Raport RSC	8	3,5
Raport sustenabilitate	61	26,5

Sursa: prelucrare proprie folosind aplicația SPSS 21

Regresia logistică modelează o relație dintre o variabilă dependentă și una independentă, formate din două sau mai multe categorii. Categoriile măsoară apartenența la o decizie dihotomică (da/nu) sau prezența/absența unui eveniment a cărui prezență se testează. Ea își datorează numele logaritmului natural din raportul probabilităților (probabilitatea p ca o variabilă să aibă o caracteristică de interes / probabilitatea $(1-p)$ de a nu o avea), logaritm

denumit *logit*. Raportul celor două probabilități, denumit *raport de șanse*, ajută la ordonarea influenței variabilei independente asupra celei dependente

Tabelul 2- Valorile raportului de șanse pentru producerea evenimentelor datorate variabilei independente

Variabile independente (VI)	Raport opțiuni	Raport între nr. opțiunilor Da=1/Nu=0	Raport de șanse
<i>Aspecte angajați</i>	1 / 0	217 / 13	16,692
<i>Indicatori cheie de performanță</i>	1 / 0	210 / 20	10,500
<i>Respectarea egalității de șanse</i>	1 / 0	192 / 38	5,053
<i>Relații cu comunitatea</i>	1 / 0	162 / 68	2,382

Sursa: prelucrare proprie folosind aplicația SPSS 21

Se observă că cea mai mare valoare a raportului de șanse este cea întâlnită în cazul variabilei independente *Aspecte angajați* (16,692), iar cea mai mică valoare a fost întâlnită în cazul variabilei independente *Relații cu comunitatea* (2,382). Raportul de șanse este util în ierarhizarea variabilelor independente în funcție de gradul de tratare a acestora, fiind o cale pentru anticiparea unei dependențe sugerate de o regresie logistică.

Se impune compararea ierarhiei create între variabilele independente prin raportul de șanse (Tabelul 2), față de ierarhia creată între variabilele independente prin procedeul de regresie logistică (Tabelul 3) constând în introducerea separată a fiecărei VI și sesizarea efectului produs asupra VD, ilustrată prin descreșterea valorii criteriului de fitare, corespunzător situației respective. Acest procedeu stă la baza regresiei logistice, iar efectele produse s-au evidențiat prin scăderea valorilor criteriului de fitare

Din prima situație (construită pe baza raportului de șansă, Tabelul 2), rezultă ordonarea descrescătoare a variabilelor independente: *Aspecte angajați* > *KPI nefinanciar* > *Respectarea egalității de șanse* > *Relații cu comunitatea*, iar din a doua situație (construită pe baza reducerii valorilor criteriului de fitare, Tabelul 3), rezultă ordinea influenței VI asupra VD (dată de inegalitățile: *KPI nefinanciară* > *Aspecte angajați* > *Respectarea egalității de șanse* > *Relații cu comunitatea*).

Ierarhia rezultată este și ordinea descrescătoare a influenței VI asupra VD, obținută din descreșterea valorilor criteriului de fitare, deoarece cele mai mici valori ale raportului de probabilitate implică cel mai intens efect exercitat de VI asupra VD. În Tabelul 3 sunt prezentate și valorile testului neparametric de asociere Chi pătrat (χ^2), instrument de testare a validității criteriului de fitare, atestând semnificativitatea statistică a rezultatului găsit prin regresia logistică.

Tabelul 3-Testul raportului de probabilitate existent între cazurile de ignorare / acceptare a

Variabile implicate în modelul de regresie logistică	Criteriul de fitare	Confirmare rezultat obținut din raportul de probabilitate		
	-2 Log (raportul de probabilitate)	Chi-Pătrat(χ^2)	NGL	Nivel de semnificație.
Inițial (ignorarea efectelor VI)	1279,018	-	-	-
Relații_cu_comunitatea	993,602	338,737	10	0,000
Egalitatea_de_șanse	720,208	65,343	10	0,000
Aspecte_angajați	701,008	46,144	10	0,000
KPI_nefinanciară	695,636	40,771	10	0,000
Final (acceptarea efectelor VI)	654,865	-	-	-

efectelor variabilei independente

Sursa: prelucrare proprie cu ajutorul aplicației SPSS 21; NGL = număr grade de libertate

Atenția acordată angajaților (*Aspecte angajați*) și indicatorii cheie de performanță nefinanciară (KPI) dețin prioritatea, fiind indicatorii consistent prezentați în declarațiile nefinanciare, indiferent de domeniul de activitate al entității, iar la polul opus, chestiunile legate de *Relațiile cu comunitatea* sunt cel mai puțin prezente în raportările acestora.

Concluzii finale

Cercetarea noastră a urmărit modul în care antreprenoriatul și responsabilitatea socială sunt privite ca alternative inovatoare ale dezvoltării durabile, capabile să ofere răspunsuri flexibile la provocările actuale. Având în vedere multiplele intercondiționări existente între organizațiile non-profit și entitățile economice, problematica antreprenoriatului social a fost abordată pe ambele paliere, atenția fiind orientată către identificarea căilor prin care raportarea non-financiară devine un factor important în gestionarea schimbărilor către o economie durabilă, în cadrul căreia una din trăsăturile importante este reprezentată tocmai de modul în care entitățile abordează preocupările sociale.

Am formulat puncte de vedere, care oferă perspective asupra modului în care antreprenoriatul social identifică problemele sociale și dezvoltă soluții inovatoare, împărțând obiectivele de sustenabilitate. Integrarea indicatorilor de realizare a obiectivelor de dezvoltare durabilă în cadrul raportării nefinanciare a evidențiat caracteristicile entităților (organizațiilor non-profit) din baza de date, în contextul specificității legate de sfera socială sau de mediu.

Cercetarea noastră referitoare la organizațiile non-profit a reliefat că există o gamă largă de entități cu misiuni sociale, care aduc îmbunătățiri calității vieții oamenilor cu situații vulnerabile, prin serviciile sociale oferite, prin diversele programe de îngrijire, de integrare, de consiliere oferite sau prin acele acțiuni de dezvoltare economică și durabilă la nivel local și

regional. Mai mult decât atât, facilitarea integrării sociale, parte integrantă a multor activități din cadrul entităților luate în studiu, este o practică larg răspândită în cadrul economiei sociale.

În ceea ce privește evaluarea calității voluntariatului, aceasta are influență semnificativă asupra activităților din cadrul organizațiilor non-profit prin valoarea economică și socială adăugată. Totodată, este promovată solidaritatea și înțelegerea față de persoanele aflate în dificultate, voluntariatul având rol important atât în dezvoltarea viitoare a competențelor de relaționare, cât și în construirea unei coeziuni sociale.

Conceptul de dezvoltare durabilă presupune angajamentul companiei / organizației de a fi responsabilă social, în acord cu normele etice, care ar trebui să stea la baza evaluării angajaților, cu asigurarea unui suport ecologic întregii activități de producție / comerț / servicii, prin angrenarea factorilor ce depind de comunitatea locală în care entitatea economică se află. Rezultatele studiului legate de raportarea non-financiară a entităților evidențiază faptul că se acordă importanță aspectelor sociale, entitățile dovedind conștientizarea față de astfel de probleme și necesitatea de a le raporta, acest comportament demonstrând modul în care entitățile își caută legitimitatea, prin conștientizarea problemelor sociale. Pentru un eșantion reprezentativ la nivel național, au fost selectate informații statistice privind setul de variabile cantitative și legătura acestora cu modalitatea / tipul de declarație nefinanciară depusă de entitatea economică.

Selecția entităților incluse în studiu, pentru realizarea obiectivelor de dezvoltare durabilă, a implicat cuprinderea unui set de valori, care încorporează viziunea, cultura, istoria și tradițiile specifice comunității din care acestea fac parte. Vizibilitatea principiilor la care au aderat organizațiile cercetate reprezintă o dovadă a rezilienței acestora, ca factori de încredere și stabilitate în timp pentru promovarea misiunii lor sociale. Specificitatea acțiunilor care conferă unicitate fiecărei organizații este un atribut intrinsec acestora, distingând-o de acțiunile sociale ale instituțiilor de stat, fiind elementul care contribuie la dezvoltarea strategică a imaginii unei organizații.

Impactul pe care acestea îl au asupra comunităților reflectă gradul de conștientizare față de tematica dezvoltării durabile, precum și modul în care adoptarea raportării non financiare reprezintă un instrument de atingere a unui avantaj competitiv, pentru imaginea și performanța lor organizațională.

Având în vedere multiplele provocări cu care se confruntă aceste organizații, ținând seama de faptul că, pe de o parte, trebuie să protejeze interesele persoanelor cu probleme de inserție socială, iar pe de altă parte, au de realizat propria susținere financiară, se impune asigurarea transparenței acțiunilor, gestionarea corectă a reputației lor, încât organizațiile să-și

construiască o imagine credibilă, care să reflecte viziunea și misiunea organizațională, strategia de acțiune.

Contabilitatea legată de aspectele dezvoltării durabile este un instrument prin care se reflectă performanța economică, socială și de mediu, creând posibilitatea de a lua decizii bine informate indiferent de contextul existent. Au fost propuși predictorii de tipul obiectivelor dezvoltării sustenabile, care să explice valorile indicelui de competitivitate, generând încredere în înțelegerea și aplicarea aspectelor de ordin social pentru fundamentarea competitivității. Modul în care contabilitatea apare și funcționează în diverse contexte organizaționale își are originea în complexitatea entităților respective, având în vedere diversele părți interesate pe care le deservește, structurile lor organizaționale, componența personalului existent (angajați și voluntari), dependența lor de multiple surse de finanțare, dar mai ales problemele complexe pe care încearcă să le abordeze, de la atenuarea sărăciei și excluziunii sociale, până la promovarea drepturilor omului, indiferent de religie sau convingerile de natură ideologică.

Contribuții personale

Această parte a tezei cuprinde lista contribuțiilor personale, derivate din cercetarea antreprenoriatului social și a comunicării valorii sociale create prin raportarea nefinanciară a organizațiilor non-profit și a entităților economice.

1. Am realizat un studiu bibliometric, care a redat măsura în care sunt tratate temele antreprenoriatului social și a responsabilității sociale corporative, iar pentru materializarea acestuia au fost selectate 48 referințe bibliografice din literatura consultată, rezultând că cele mai răspândite abordări din articolele analizate au fost cele de tip teoretic conceptual. Pentru a aprofunda cercetarea legată de analiza bibliografică, au fost utilizate instrumentele de cartografiere științifică, prin utilizarea programului *software* VOSviewer. S-au pus astfel în valoare similitudini aferente temelor de antreprenoriat, responsabilitate socială și sustenabilitate, pentru a crea o imagine de ansamblu asupra acestor subiecte. S-au identificat publicațiile cele mai influente, autorii cei mai vizibili, cuvintele cheie incluse în studii, toate contribuind la obținerea unei baze de cunoștințe mai accesibile.

2. Am contribuit la clarificarea raportului dintre antreprenoriatul social și responsabilitatea socială corporativă, am argumentat legătura existentă între cele două concepte și am evidențiat diferențele dintre acestea, în urma analizei critice a literaturii de specialitate în domeniu.

3. Am analizat efectele produse la nivelul comportamentului economic sau social sub influența credințelor religioase și cutumelor care își au sorginea în aceste credințe, precum și efectul preceptelor religioase asupra comportamentului antreprenorial, pentru două mari religii monoteiste, creștinismul și islamismul.

4. Având ca punct de plecare modelul dimensiunilor culturale al lui Hofstede, am analizat condițiile care conduc la luarea deciziei de a fi antreprenor (social). Întrucât condiționările prezentate influențează dorința de a urma o carieră antreprenorială, am descris antreprenoriatul social, ca predictor cu particularități oarecum atipice, ale comportamentului antreprenorial tradițional.

5. Sub aspectul rolului raportării nefinanciare în evaluarea atitudinii sustenabile a organizațiilor non-profit din spațiul european, au fost propuse și discutate modele de regresie neliniară (pătratică) care să surprindă, din conținutul rapoartelor de activitate ale organizațiilor non-profit, estimarea aderenței acestora la obiectivele de dezvoltare durabilă, definite ca atare prin documentul intitulat Agenda 2030.

6. Din perspectiva caracteristicilor de ordin social, folosite în evaluarea activității organizațiilor non-profit, am propus modele inferențiale (ANOVA unifactorială sau testul Student), și am evidențiat variabilitatea semnificativă a calității activității acestor entități și orientarea cu precădere spre integrarea socială, prin servicii ce presupun asigurarea prevenirii, limitării sau înlăturării situațiilor de risc pentru persoanele defavorizate.

7. Am realizat un studiu de caz asupra unei fundații implicate în proiecte social-caritabile de anvergură pentru a cunoaște, din realitate, bunele practici privind capacitatea acesteia de a îndeplini misiuni sociale, modul de utilizare a resurselor, cum își măsoară performanța și impactul social al acțiunilor întreprinse.

8. A fost propus un studiu empiric, privind integrarea indicatorilor nefinanciară în procesul raportării entităților economice, ceea ce a permis, prin intermediul unei regresii logistice, evidențierea ierarhizării unor variabile de interes social (variabilele independente: *Aspecte angajați; Relații cu comunitatea; Respectarea egalității de șanse; Indicatori cheie de performanță (KPI) nefinanciară*) în funcție de tipurile de declarații ale organizațiilor non-profit (variabila dependentă). În final, se obține ierarhizarea influenței predictorilor de ordin social asupra raportărilor nefinanciare ale acestor entități.

9. Calcularea rentabilității sociale a investiției este o procedură utilă și accesibilă, care se constituie într-un reper decizional, permițând evaluarea și validarea acțiunilor realizate de entitate, consolidând încrederea partenerilor în realizarea de proiecte comune. Astfel, studiul de caz aplicat unei entități contribuie la o mai bună înțelegere a practicilor organizațiilor non-profit, relevând necesitatea măsurării impactului generat de aceasta.

Limite actuale și direcții viitoare de cercetare

Această lucrare are anumite limite obiective cu referire la cercetarea empirică din cadrul tezei, care vor fi prezentate în continuare.

- selecția aleatoare a articolelor face dificilă reconstituirea unui portofoliu de articole cu o structură similară pentru retestarea unei ipoteze de lucru. Căutarea bibliometrică nu oferă cu aceeași probabilitate, la o eventuală retestare, același set de articole din perspectiva unui anumit subiect (ex: construirea și interpretarea hărților bibliometrice, care să fie identice cu cele obținute inițial, prin metoda VOS, este puțin probabilă).

- poate exista riscul subiectivismului notării legat de acordarea unei alte încadrări / clasificări pentru itemii unei scale calitative, la reaplicarea acesteia într-un context nou. Acest risc se exprimă prin acordarea de calificative în limitele scalei anterioare, distincte față de cele acordate inițial.

- o analiză a raportărilor non-financiare pentru setul de organizații cercetate, din cadrul bazei de date GRI, a constatat că raportările furnizate de acestea au abordat diverse domenii și modalități de rezolvare a misiunii lor asumate, că au avut un caracter predominant descriptiv, cu relativ puține date cantitative de performanță, ceea ce întărește ideea că pentru aceste entități este mai important să-și expună concret activitatea, decât să o încadreze în tiparul unor indicatori impuși. Deși prin aceste raportări este evidențiată motivația luată în considerare pentru adoptarea unor astfel de cadre, există un grad oarecum scăzut de angajament și de implicare a organizațiilor în această direcție, datorită costurilor ridicate și a penuriei de personal. Căutarea unui echilibru adecvat între costurile și beneficiile acestor raportări presupune că dificultatea accesului la informațiile de comunicat să fie contrabalansată de beneficiul credibilității entității.

Ca direcție viitoare de cercetare, ne vom concentra pe conceperea de chestionare, în vederea esimării, în rândul persoanelor de vârste diferite, a dorinței de a desfășura activitate de voluntariat, de a continua acest fel de activitate, dacă persoanele din grupurile țintă vizate prin viitoare proiecte au lucrat deja în această calitate, toate aceste aspecte fiind privite ca sursă a dezvoltării viitoare a antreprenoriatului social. În mod similar, ne vom focaliza asupra găsirii acelor proceduri operaționale, aplicabile pentru diferențierea între activitățile prestate de organizațiile non-profit și cele tradiționale, care să aducă îmbunătățiri în obținerea de rezultate economice profitabile, sprijinirea comportamentelor antreprenoriale generatoare de soluții punctuale în fiecare situație.

Liniile directoare vor avea în centrul atenției o analiză a ansamblului de măsuri ce ar putea fi avute în vedere de către autoritățile executive în vederea sprijinirii antreprenoriatului

social, care, prin efectele pe care le produce la nivelul organizațiilor non-profit, contribuie la acomodarea migranților la realitățile statelor primitoare, mai ales sub aspectul estompării diferențelor interculturale pe care aceștia le resimt. În acest moment, conform Eurostat, pe teritoriile statelor UE își duc viața circa 21,6 milioane de cetățeni provenind din țările terțe (non-UE), aceștia reprezentând aproximativ 4,2% din totalul populației UE. Perioada de acomodare a migranților depinde de găsirea unui loc de muncă, pas ce ar permite integrarea lor în spațiul european. Din aceste motive, analiza aspectelor referitoare la chestiuni sociale, constând în accesul la locuințe, asigurarea asistenței medicale, inserția copiilor în sistemul european de educație constituie un deziderat al demersurilor de cercetare. Motivele decalajelor în integrarea migranților se referă în principal la aspecte întâlnite în educație, existența barierelor lingvistice, discriminare, nepotrivirea locurilor de muncă cu gradul de calificare.

Bibliografie selectivă

- 1 Amelio, S. (2016). Social Entrepreneurship and disclosure of non-financial information. Evidence from the European Union, *Strategica International Conference: opportunities and risks in the contemporary business environment*, pp.885-897.
- 2 André, K., Cho, C.H., Laine, M. (2018). Reference points for measuring social performance: Case study of a social business venture. *Journal of Business Venturing*, Volume 33, Issue 5, pp. 660-678
- 3 Ansari, S., Euske, K.J. (1987). Rational, rationalizing, and reifying uses of accounting data in organizations, *Accounting, Organizations and Society*, Volume 12, Issue 6, pp. 549-570
- 4 Ansari, S., Munir, K., Gregg, T. (2012). Impact at the 'Bottom of the Pyramid': The role of social capital in capability development and community empowerment, *Journal of Management Studies*, Volume 49, Issue 4, pp. 813-842.
- 5 Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 30, Issue 1, pp. 1-22.
- 6 Azen, R., Walker, C. M. (2011). *Categorical data analysis for the behavioral and social sciences*. New York: Routledge. ISBN: 1848728360
- 7 Bacq, S., Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional, Issue based on geographical and thematic criteria, *Entrepreneurship & Regional Development*, Volume 23, Issue 5-6, pp. 373-403.
- 8 Battilana, J., Lee M. (2014). Advancing research on hybrid organizing-insights from to study of social enterprises, *Journal the Academy of Management Annals*, Volume 8, Issue 1, pp. 397- 441.
- 9 Belluci, M., Nitti, C., Franchi, S., Testi, E., Bagnoli, L. (2019). Accounting for social return on investment (SROI). The costs and benefits of family-centred care by the Ronald McDonald House Charities, *Social Enterprise Journal*, Volume 15, Issue 1, pp. 46-77

- 10 Bratu, A. (2019), Influencing factors of adopting integrated reporting practices. a FTSE 100 perspective, 7th International Scientific Conference IFRS: Global Rules and Local Use - beyond the numbers, Volume 1, pp 75-85.
- 11 Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, Volume 38, Issue 3, pp. 268–295.
- 12 Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Volume 34, Issue 4, pp. 39-48.
- 13 Chan, C. H., Chui, C. H., Chan, K. S. T., Yip, P. S. F. (2019). The role of the social innovation and entrepreneurship development fund in fostering social entrepreneurship in Hong Kong: A study on public policy innovation, *Social Policy & Administration*, pp. 1-17, doi:10.1111/spol.12524
- 14 Chandra, Y., Kerlin, J.A. (2021). Epistemo-Social entrepreneurship in context: pathways for new contributions in the field. *Journal of Asian Public Policy*, Volume 14, Issue 2, pp. 135-151.
- 15 Clark, C., Long, D., Rosenzweig, W., Olsen, S. (2004). Double Bottom Line Project Report: assessing Social Impact in Double Bottom Line Ventures. Methods Catalog, The Rockefeller Foundation.
- 16 Conde, M.A.A., Rodriguez, J.F.A. (2020). The Social Balance and the Relations between the Sustainable Development Goals and the Cooperative Principles for Columbia under Social Network Analysis. *Ciriec- Espana Revista de Economia Publica Y Cooperativa*, Volume 99, pp. 57-87, DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.99.14322>
- 17 Costa, E., Parker, L.D., Andreaus, M. (2014). The rise of social and non-profit organizations and their relevance for social accounting studies, *Accountability and Social Accounting for Social and Non-Profit Organizations*, *Advances in Public Interest Accounting*, Volume 17, pp. 3-21
- 18 David, D. (2015). Psihologia poporului român: profilul psihologic al românilor într-o monografie cognitiv- experimentală, Polirom, Iași.
- 19 Dees, G. J. (1998). Enterprising non-profits. *Harvard Business Review*, Volume 76, Issue 1, pp. 54–66.
- 20 Dees, G.J. (1994) Social enterprise: Private initiatives for the common good. Working Paper Series 9-395-116, Harvard Business School.
- 21 DiDomenico, M., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 34, Issue 5, pp. 681-703.
- 22 DiMaggio, P. J., Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, Volume 48, Issue 2, pp. 147-160. doi:10.2307/2095101.
- 23 Ebrahim, A., K. Rangan. (2014). What Impact? A Framework for Measuring the Scale and Scope of Social Performance, *California Management Review*, Volume 56, Issue 3, pp. 118-141.
- 24 Eisenstadt, S.N. (1968). *The Protestant Ethic and Modernization*, Basic Books Inc., New York, pp. 3-45.
- 25 Elahuge, E. (2005). Corporate managers' operational discretion to sacrifice profits in the public interest, in B. Hay, R. Stavins, and R. Vietor, eds. *Environmental Protection and the Social Responsibility of Firms*, Washington, D.C. Resources for the Future.
- 26 Elkington, J., Emerson, J., Beloe, S. (2006). The value palette: A tool for full spectrum strategy. *California Management Review*, Volume 48, Issue 2, pp. 6-28.
- 27 Emerson, J. (2003). "The blended value proposition: integrating social and financial returns", *California Management Review*, Volume 45, Issue 4, pp. 35-51.

- Erpf, P., Ripper, M.J., Castignetti, M. (2019). Understanding Social Entrepreneurship Based on Self-Evaluations of Organizational Leaders—Insights from an International Survey, *Journal of Social Entrepreneurship*, Volume 10, Issue 3, pp. 288-306
- Etzioni, A. (1987). Entrepreneurship, adaptation and legitimation. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Volume 8, pp. 175–189.
- Evans, J. C. (2017). The Influence of Corporate Social Responsibility to Corporate Financial Performance. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, Volume 2, Issue 1, pp. 54-60.
- Gazzola, P., Ratti, M. (2014). Transparency in Italian non-profit organizations, *Annals of Faculty of Economics*, Volume 1, Issue 1, pp. 125-135
- Hálek, V., Borkovcová, A., Hašek, F. (2020). Non-financial Indicators. *Business Administration and Management*, Volume 23, Issue 1, pp. 60-74
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, Volume 2, Issue 1, pp. 1–26. doi:10.9707/2307-0919.1014
- Hofstede, G. H. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Hofstede, G., Bond, M. H. (1988). The Confucius connection: From cultural roots to economic growth. *Organizational Dynamics*, Volume 16, pp. 5–21.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind* (3rd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Holme, R., Watts, P. (2000). *Corporate social responsibility: Making good business sense*. The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). <http://www.wbcd.org/web/publications/csr2000.pdf>
- Holtzhausen, L. (2014). Non-profit organizations bridging the communication divide in a complex South Africa. *Public Relations Review*, Volume 40, Issue 2, pp. 286-293.
- Hoogendoorn, B., Hartog, C., (2016). The Prevalence and Determinants of Social Entrepreneurship at the Macro Level. *Journal of Small Business Management*, Volume 54 (S1), pp. 278–296. doi:10.1111/jsbm.12301
- Hoogendoorn, B., Zwan, P., Thurik, R. (2011). Social entrepreneurship and performance: the role of perceived barriers and risk, <https://www.researchgate.net/publication/228196700>.
- Horne, J., Recker, M., Michelfelder, I., Jay, J., Kratzer, J. (2019). Exploring entrepreneurship related to the sustainable development goals - mapping new venture activities with semi-automated content analysis. *Journal of Cleaner Production*, 118052, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.118052
- Huntington, S., P. (1996). *The Clash of Civilizations and Remaking of World Order*, New York: Simon and Schuster.
- Huybrechts, B., Nicholls, A. (2012). Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges, pp. 31-48, Springer Gabler
- Kale, S.H., Barnes, J.W. (1992). Understanding the domain of cross-national buyer-seller interactions. *Journal of International Business Studies*, Volume 23, Issue 1, pp. 101–132.
- Lev, B., C. Petrovits, S. Radhakrishnan. (2010). Is doing good good for you? How corporate charitable contributions enhance revenue growth. *Strategic Management Journal*, Volume 31, Issue 2, pp. 182-200.
- Longenecker, J., McKinney, J., Moore, C. (1998). Entrepreneurship, religion and business ethics, 1998 USASBE Annual National Conference, Bright Horizons for Small Business and Entrepreneurship, Florida.

- 47 Mair, J., Battilana, J., Cardenas, J. (2012). Organizing for society: A typology of
social entrepreneuring models, *Journal of Business Ethics*, Volume 111, Issue 3, pp.
353–373.
- 48 Mair, J., Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation,
prediction, and delight. *Journal of World Business*, Volume 41, Issue 1, pp. 36-44.
- 49 Mair, J., Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case
study from Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, Volume 24, Issue 5, pp. 419-
435.
- 50 Mair, J., Noboa, E. (2006). *Social Entrepreneurship; how intentions to create a social
venture are formed*, Palgrave Macmillan.
- 51 McGuire, S.T., Omer, T.C., Sharp, N.Y. (2012). The Impact of Religion on Financial
Reporting Irregularities, *The accounting Review*, Volume 87, Issue 2, pp. 645-673.
- 52 Minkov, M., Hofstede, G. (2011). The evolution of Hofstede's doctrine, *Cross
Cultural Management: An International Journal*, Volume 18, Issue 1, pp. 10-20
- 53 Mort, S., Weerawardena, J., Carnegie, K. (2022). Social entrepreneurship: Towards
conceptualisation, *International Journal of Non-profit and Voluntary Sector
Marketing*, Volume 8, Issue 1, pp. 76-88
- 54 Nicholls, A. (2009). We do good things, don't we? Blended value accounting in social
entrepreneurship. *Accounting, Organizations and Society*, Volume 34, Issue 6-7, pp.
755-769.
- 55 Nicholls, A. (2010). Fair Trade: Towards an Economics of Virtue, *Journal of Business
Ethics*, Volume 92, pp. 241-255.
- 56 Parboteeah K.P., Paik Y., Cullen J.B. (2009). Religion groups and work values: A
focus on buddhism, Christianity, Hinduism and Islam, *International Journal of Cross
Cultural Management*, Volume 9, Issue 1, pp. 51-67
- 57 Parboteeah, K. P., Hoegl, M., Cullen, J. (2009). Religious dimensions and work
obligation: A country institutional profile model. *Human Relations*, Volume 62, Issue
1, pp. 119-148.
- 58 Perrini, F., Costanzo, L.A., Karatas-Ozkan, M. (2021). Measuring impact and creating
change: a comparasion of the main methods for social enterprises, *Corporate
Governance*, Volume 21, Issue 2, pp. 237-251. [https://doi.org/10.1108/CG-02-2020-
0062](https://doi.org/10.1108/CG-02-2020-0062)
- 59 Rai, A. (2015). Sustainability Reporting - A recent trend and future prospects in India.
Pacific Business Review International, Volume 7, Issue 8, pp. 90-99
- 60 Roslan, N., Arshad, R., Mohd Pauzi, N. F. (2017). Accountability and Governance
Reporting by Non-Profit Organizations. *SHS Web of Conferences*, 36, 00041.
[doi:10.1051 / shsconf / 20173600041](https://doi.org/10.1051/shsconf/20173600041).
- 61 Seelos, C., Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to
serve the poor, *Business Horizons*, Volume 48, Issue 3, pp. 241-246.
- 62 Shane, S., Venkataraman, S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of
research. *Academy of Management Review*, Volume 25, Issue 1, pp. 217-226.
- 63 Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social
entrepreneurship: Past contributions and future opportunities, *Strategic
Entrepreneurship Journal*, Volume 3, pp. 161–194.
- 64 Shrivastava, A., Sharma, N.N., Sharma, N. (2018). Havells India Ltd: QRG
foundation on the cross road, *Emerald Emerging Markets Case Studies*, Volume 8,
Issue 4, pp. 1-14.
- 65 Smith, P.B, Peterson, M.F., Schwartz, S.H. (2002). Cultural values, sources of
guidance, and their relevance to managerial behavior, *Journal of Cross-Cultural
Psychology*, Volume 33, Issue 2, pp. 188-208
- 66 Solomon, R. C. (2004). Aristotle, ethics and business organizations, *Organization
Studies*, Volume 25, Issue 6, pp. 1021–1043.

- 67 Tasavori, M., Ghauri, P.N., Zaefarian, R. (2016). Entering the base of the pyramid
market in India: A corporate social entrepreneurship perspective, *International
Marketing Review*, Volume 33, Issue 4, pp. 555-579.
- 68 Thananusak, T. (2019). Science Mapping of the Knowledge Base on Sustainable
Entrepreneurship, 1996-2019. *Sustainability*, Volume 11, Issue 13, 3565,
doi:10.3390/su11133565
- 69 Thompson, J., Alvy, G., Lees, A. (2000). Social entrepreneurship - a new look at the
people and the potential, *Management Decision*, Volume 38, pp. 328–338.
- 70 Tsagas, G., Villiers, C. (2020). Why "Less is More" in Non-
Financial Reporting Initiatives: Concrete Steps Towards Supporting Sustainability,
Accounting Economics and Law-a Convivium, Volume 10, Issue 2, pp. 1-42, DOI
10.1515/acl-2018-0045
- 71 Tsalis, T.A., Nikolaou, I.E., Grigoroudis, E., Tsagarakis, K.P. (2013). A framework
development to evaluate the needs of SMEs in order to adopt a sustainability-
balanced scorecard. *Journal of Integrative Environmental Sciences*, Volume 10, Issue
3-4, 179-197.
- 72 Van de Ven, A. H., Engleman, R. M. (2004). Event-and outcome-driven explanations
of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, Volume 19, Issue 3, pp. 343–358
- 73 van Eck, N.L, Waltman, L. (2006). "VOS: A New Method for Visualizing Similarities
between Objects", Faculty of Economics, Erasmus University Rotterdam, P.O. Box
1738, DR Rotterdam, The Netherlands.
- 74 Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., Thurik, R. (2002). An eclectic theory of
entrepreneurship: Policies, institutions and culture. In *Entrepreneurship:
Determinants and policy in a European-US comparison*, pp. 11–81, Springer.
- 75 Yunus, M. (2007). *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future
of Capitalism*, Perseus Books Group, Philadelphia.
- 76 Zahra, A., Gedajlovic, E., Neubaum, D., O., Shulman, J., M. (2009). A typology of
social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges, in *Journal of
business venturing*, Volume 24, pp. 519-532.
- 77 Zahra, S. (2005). Entrepreneurial Risk Taking in Family Firms, *Family Business
Review*, Volume 18, Issue 1, pp. 23–40.
- 78 Zaiț, D., Spalanzani, A., Zaiț, A. (2015). Construcția strategică a cercetării. Opțiuni
metodologice-între logic și euristic, *Editura Sedcom Libris*, pp. 180-182.