

# **RESPONSABILITATEA SOCIAL CORPORATIVĂ PRACTICATĂ ÎN RÂNDUL IMM-URILOR: BENEFICII PENTRU MEDIUL DE AFACERI ȘI COMUNITATE** **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES IN SMES: BENEFITS FOR THE BUSINESS ENVIRONMENT AND THE COMUNITY**

*Magistru în administrare publică  
și relații internaționale*

**Olesea  
VULPE**

*Master in public administration  
and international relations*

**Rezumat.** „Responsabilitatea social-corporativă (RSC) ar trebui să fie o strategie de afaceri, sau, mai exact, o filosofie care să stea la baza afacerii. În sens restrâns, aceasta este văzută doar ca o strategie de dezvoltare de imagine, prin promisiuni și acțiuni de natură filantropică și implicarea în proiecte sociale. Acest angajament trece dincolo de obligațiile statutare de a respecta legislația și se manifestă în acțiuni voluntare de îmbunătățire a calității vieții pentru angajați și familiile acestora, a comunității și a întregii societăți”.

**Summary.** “Corporate social responsibility (CSR) should be a business strategy, or, more precisely, a philosophy that underlies the business. In a narrow sense, it is seen only as an image development strategy, through promises and actions of a philanthropic nature and involvement in social projects. This commitment goes beyond the statutory obligations to comply with the law and is manifested in voluntary actions to improve the quality of life for employees and their families, the community and society as a whole”.

Responsabilitatea Socială Corporativă reprezintă o întreagă cultură de afaceri care include etica de afaceri, drepturile consumatorului, echitatea economică și socială, tehnologii ce nu dăunează mediului ambiant, tratarea justă a forței de muncă, relații transparente cu oficialii publici, integritate morală și investiții în comunitate.<sup>1</sup>

Comisia Europeană a agreeat o definiție pentru Responsabilitatea Socială Corporativă (RSC), prin care aceasta reprezintă „un concept prin care companiile integrează preocupările sociale și de mediu în activitățile lor comerciale și în interacțiunea cu

Corporate Social Responsibility is a whole business culture that includes business ethics, consumer rights, economic and social equity, environmentally friendly technologies, fair treatment of the workforce, transparent relationships with public officials, moral integrity and community investment.

The European Commission has agreed on a definition of Corporate Social Responsibility (CSR), which is „a concept by which companies integrate social and environmental concerns into their business activities and interact with stakeholders on a voluntary basis”.

In 2010, the International Organization for Standardization (ISO)

<sup>1</sup> <https://www.greferat.com/referate/economie/Responsabilitatea-sociala-corp712.php>

*factorii implicați, pe o bază voluntară”.*

În anul 2010, Organizația Internațională pentru Standardizare (ISO) a lansat ISO 26000, un set de standarde voluntare menite să ajute companiile să implementeze responsabilitatea socială corporativă. Spre deosebire de alte standarde ISO, ISO 26000 oferă mai degrabă îndrumări decât cerințe, deoarece specificul RSC este mai degrabă calitativ decât cantitativ, iar standardele sale nu pot fi certificate. ISO 26000 clarifică ce este responsabilitatea socială și ajută organizațiile să transpună principiile RSC în acțiuni practice. Standardul se adresează tuturor tipurilor de organizații, indiferent de activitatea, dimensiunea sau locația acestora.

În anul 2011 Expert-Grup au elaborat o cercetare intitulată „Responsabilitatea Socială Corporativă în Republica Moldova: Ce poate face guvernul?”. În această lucrare se menționează că conceptul RSC este unul relativ nou pentru mediul de afaceri din Rep. Moldova. Situația pare să fie neschimbată până în prezent, mulți antreprenori în special din sectorul IMM adesea confundând activitățile de caritate/ filantropia cu activitățile de RSC.

În literatura de specialitate (jurnale, reviste, portaluri de afaceri) naționale cât și internaționale se găsesc multe articole privind impactul pozitiv al companiilor care aplică principiile RSC atât pentru mediul de afaceri cât și pentru comunitate și mediul ambiant.

### **Caracteristicile principale ale Responsabilității Sociale în întreprinderi:**

a. Adoptarea voluntară de către întreprinderi a măsurilor prin care să contribuie la rezolvarea problemelor sociale și de mediu;

launched ISO 26000, a set of voluntary standards designed to help companies implement corporate social responsibility. Unlike other ISO standards, ISO 26000 provides guidance rather than requirements, because the specificity of CSR is qualitative rather than quantitative, and its standards cannot be certified. ISO 26000 clarifies what social responsibility is and helps organizations to transfer CSR principles into practice. The standard is addressed to all types of organizations, regardless of their activity, size or location.

In 2011 Expert-Grup developed a research entitled „Corporate Social Responsibility in the Republic of Moldova: What can the government do?”. In this study it's stated that the concept of CSR is a relatively new one for the business environment in Rep. Moldova. The situation seems to be unchanged so far, with many entrepreneurs, especially in the SME sector, often confusing charity / philanthropy with CSR.

In the national and international literature (journals, magazines, business portals) there are many articles on the positive impact of companies that apply the principles of CSR for the business environment, for the community and the environment.

### **The main characteristics of Corporate Social Responsibility:**

a. Voluntary adoption by enterprises of measures to contribute to solving social and environmental problems;

b. Contribute to sustainable development: businesses must include

b. Contribuie la dezvoltarea durabilă: afacerile trebuie să includă impactul economic, social și de mediu în operațiunile lor;

c. Responsabilitatea Socială nu este un "accesoriu" opțional al activităților principale ale afacerilor – ci este vorba despre modul în care sunt administrate afacerile;

d. Responsabilitatea Socială nu este doar simpla donație în cadrul unor acțiuni filantropice. Ceea ce diferențiază Responsabilitatea Socială de filantropie, este faptul că Responsabilitatea Socială în întreprinderi presupune *dezvoltarea unei strategii de implicare în comunitate și un parteneriat* din care compania are la rândul său de câștigat.

economic, social and environmental impact in their operations;

c. Social Responsibility is not an optional "accessory" of the main activities of the business - but it is about the way the business is managed;

d. Social responsibility is not just a simple donation in philanthropic actions. What differentiates Social Responsibility from philanthropy, is the fact that Social Responsibility in enterprises involves the development of a strategy of involvement in the community and a partnership from which the company in turn has to gain.

Beneficii pentru comunitate	Beneficii pentru mediul de afaceri
<p><b>a.</b> Susținerea financiară a unei organizații caritabile locale;</p> <p><b>b.</b> Sponsorizarea unui eveniment local;</p> <p><b>c.</b> Organizarea evenimentelor de curățare a spațiului public;</p> <p><b>d.</b> Susținerea activităților de voluntariat în școli și proiecte comunitare.</p>	<p><b>a.</b> Produse îmbunătățite și/sau procese de producție mai eficiente ce garantează o mai mare satisfacție și loialitate a clienților;</p> <p><b>b.</b> Mai mare motivație și loialitate a angajaților, ceea ce conduce la un grad mai mare de creativitate și inovație;</p> <p><b>c.</b> Mai bună promovare datorată recunoașterii publice sporite;</p> <p><b>d.</b> Mai bună poziționare pe piață și o mai bună relaționare cu partenerii de afaceri și autoritățile locale;</p> <p><b>e.</b> Reducerea costurilor și creșterea profitabilității grație utilizării mai eficiente a resurselor umane și de producție;</p> <p><b>f.</b> Creșterea cifrei de afaceri/ datorită avantajului competitiv;</p> <p><b>g.</b> Accesul la piața externă, în special a UE, și extinderea oportunităților de parteneriat la nivel internațional.</p>

### Care sunt avantajele pentru IMM?

În condițiile unei creșteri accelerate a economiei imaginea întreprinderii depinde nu numai de indicatorii economico-financiari, de calitatea produselor, de locurile de muncă noi create, dar este influențată considerabil și de modul cum contribuie la dezvoltarea durabilă. Responsabilitatea Social Corporativă (RSC) este considerată o investiție inteligentă, care aduce beneficii atât companiei, cât și întregii comunități.

### Which are the benefits for SMEs?

In the context of an accelerated growth of the economy, the image of an enterprise depends not only on the economic-financial indicators, on the quality of the products, on the newly created jobs, but it is also considerably influenced by the way it contributes to the sustainable development. Corporate Social Responsibility (CSR) is considered a smart investment, which benefits both the company and the entire community.

Community benefits	Benefits for the business environment
<p><b>a.</b> Financial support of a local charity;</p> <p><b>b.</b> Sponsorship of a local event;</p> <p><b>c.</b> Organizing public space cleaning events;</p> <p><b>d.</b> Supporting volunteer activities in schools and community projects.</p>	<p><b>a.</b> Improved products and / or more efficient production processes that guarantee greater customer satisfaction and loyalty;</p> <p><b>b.</b> Greater motivation and loyalty of employees, which leads to a greater degree of creativity and innovation;</p> <p><b>c.</b> Better promotion due to increased public recognition;</p> <p><b>d.</b> Better market positioning and better relationship with business partners and local authorities;</p> <p><b>e.</b> Reducing costs and increasing profitability through more efficient use of human and production resources;</p> <p><b>f.</b> Increase in turnover / due to competitive advantage;</p> <p><b>g.</b> Access to the external market, especially the EU, and expanding international partnership opportunities.</p>

Majoritatea întreprinderilor care aplică principiile RSC au ajuns la un nivel de dezvoltare foarte înalt, astfel încât pot acorda o parte din venitul lor pentru activități și proiecte de dezvoltare a comunității. Cu toate acestea, Responsabilitatea socială corporativă nu este caracteristică doar marilor corporații și întreprinderilor internaționale. Întreprinderile mici și mijlocii au capacitatea de a contribui la dezvoltarea comunității în care activează. Multe IMM-uri realizează astfel de acțiuni însă fără a avea anumite proceduri de RSC formalizate în cadrul întreprinderii.

În cadrul cercetărilor realizate la nivel internațional în domeniul integrării principiilor RSC în cadrul IMM-urilor, s-a observat că multe întreprinderi mici „adesea adoptă, fără să știe, practici responsabile din punct de vedere social”. Datorită amplasării și nivelului înalt de integrare în comunitate a întreprinderilor mici și mijlocii, adoptarea de către acestea a unui model de afaceri responsabil social, poate contribui la dezvoltarea comunității și a întreprinderilor. Exemple de practici RSC în rândul IMM-urilor pot fi: conectarea la furnizori de energie ecologică, identificarea și încurajarea activităților de caritate în rândul angajaților, sponsorizarea echipelor sportive locale, donarea directă la organizații de caritate locale, integrarea managementului documentelor interne în format electronic etc.

### **Care sunt avantajele pentru IMM?**

În condițiile unei creșteri accelerate a economiei imaginea întreprinderii depinde nu numai de indicatorii economico-financiari, de calitatea produselor, de locurile de

Most companies that apply CSR principles have reached a very high level of development, so they can provide part of their income for community development activities and projects. However, Corporate Social Responsibility is not just for large corporations and international corporations. Small and medium-sized enterprises also have the capacity to contribute to the development of the community in which they operate. Many SMEs carry out such actions but without having certain formalized CSR procedures within the company.

International research on the integration of CSR principles into SMEs has shown that many small businesses „often unknowingly adopt socially responsible practices”. Due to the location and high level of integration of small and medium enterprises in the community, their adoption of a socially responsible business model can contribute to the development of the community and enterprises. Examples of CSR practices among SMEs can be: connecting to green energy suppliers, identifying and encouraging charitable activities among employees, sponsoring local sports teams, direct donation to local charities, integrating internal document management in electronic format, etc.

### **What are the benefits for SMEs?**

In the conditions of an accelerated growth of the economy, the image of the enterprise depends not only on the economic-financial indicators, on the quality of the products, on the newly created jobs, but it is also considerably influenced by the way

g. RSC nu este un "accesoriu" opțional al activităților principale ale afacerilor – ci este vorba despre modul în care sunt administrate afacerile;

h. RSC nu este doar simpla donație în cadrul unor acțiuni filantropice. Ceea ce diferențiază RSC de filantropie, este faptul că RSC presupune *dezvoltarea unei strategii de implicare în comunitate și un parteneriat* din care compania are la rândul său de câștigat.

### **1. Activitățile RSC orientate către angajați, sunt caracterizate prin:**

a. Îmbunătățirea condițiilor de lucru, adițional cerințelor legislației, (inclusiv în domeniul sănătății și securității în muncă) și a satisfacției angajaților la locul de muncă;

b. Echilibrul dintre activitatea profesională și cea personală;

c. Oportunități egale și diversitate;

d. Instruirea și dezvoltarea personalului (inclusiv planificarea carierei);

e. Informarea și implicarea angajaților luarea deciziilor companiei;

f. Remunerare responsabilă și corectă și/sau sprijin financiar pentru angajați (ex. Asigurare suplimentară de pensii, de sănătate, împrumuturi fără dobândă etc.).

### **2. Activitățile RSC orientate către comunitate, sunt caracterizate prin:**

a. integrare socială și/sau pe piața muncii la nivel de comunitate;

b. îmbunătățirea infrastructurii locale;

c. donații în bani sau în natură către instituțiile comunității locale (ex. școli, spitale, grupuri de mediu, organizații culturale, cluburi, sportive și de agrement etc.);

is about how business is managed;

h. CSR is not just a simple donation in philanthropic actions. What differentiates CSR from philanthropy is the fact that CSR involves the development of a strategy of community involvement and a partnership from which the company in turn has to gain.

### **1. Employee-oriented CSR activities are:**

a. Improving working conditions, in addition to the requirements of the legislation, (including in the field of health and safety at work) and employee satisfaction at work;

b. The balance between professional and personal activity;

c. Equal opportunities and diversity;

d. Staff training and development (including career planning);

e. Informing and involving employees in making company decisions;

f. Responsible and fair remuneration and / or financial support for employees (eg supplementary pension, health insurance, interest-free loans, etc.).

### **2. Community-oriented CSR activities are:**

a. social and / or labor market integration at community level;

b. improving local infrastructure;

c. donations in cash or in kind to local community institutions (eg schools, hospitals, environmental groups, cultural organizations, clubs, sports and leisure, etc.);

d. support given to society in a broader sense (eg the population of developing countries).



d. sprijin acordat societății într-un sens mai larg (ex. populației din țările în curs de dezvoltare).

### **3. Activitățile RSC orientate către piață, sunt caracterizate prin:**

Activitățile date vizează pe de o parte clienții și, pe de altă parte, partenerii de afaceri și/sau furnizorii:

- a. Activități ce țin de îmbunătățirea calității sau siguranței produselor;
- b. Furnizarea de servicii voluntare în beneficiul clienților;
- c. Politică a prețurilor corectă;
- d. Publicitatea etică;
- e. Plata furnizorilor sau a partenerilor de afaceri fără întârziere;
- f. Contractarea partenerilor locali;
- g. Respectarea standardelor în ceea ce privește lanțul de furnizori;
- h. Sprijinirea stabilirii alianțelor de afaceri la nivel local/regional.

### **4. Activitățile RSC în domeniul protecției mediului, se caracterizează prin:**

- a. Grijă față de mediu în proiectarea produselor / proceselor de producție;
- b. Utilizarea eficientă a resurselor naturale;
- c. Reducerea deșeurilor și a poluării;
- d. Reciclarea deșeurilor;
- e. Aplicarea unei "evaluări ecologice" a furnizorilor în ceea ce privește standardele lor de mediu;
- f. Informarea partenerilor de afaceri, a clienților sau a societății cu privire la aspectele legate de mediu.

### **5 Activități ale întreprinderilor "verzi", se caracterizează prin:**

- a. Eficiența energetică și resursele regenerabile;

### **3. Market-oriented CSR activities are:**

These activities target on the one hand customers and, on the other hand, business partners and / or suppliers:

- a. Activities related to improving the quality or safety of products;
- b. Providing voluntary services for the benefit of customers;
- c. Correct pricing policy;
- d. Ethical advertising;
- e. Payment of suppliers or business partners without delay;
- f. Contracting local partners;
- g. Compliance with standards regarding the supply chain;
- h. Supporting the establishment of business alliances at local / regional level.

### **4. CSR activities in the field of environmental protection are:**

- a. Care for the environment in the design of products / production processes;
- b. Efficient use of natural resources;
- c. Reduction of waste and pollution;
- d. Waste recycling;
- e. Applying an „environmental assessment” of suppliers to their environmental standards;
- f. Informing business partners, customers or society about environmental issues.

### **5 Activities of „green” enterprises are:**

- a. Energy efficiency and renewable resources;
- b. Reducing greenhouse gas emissions;

**b.** Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră;  
**c.** Reciclarea deșeurilor;  
**d.** Agricultură ecologică;  
**e.** Achiziții publice durabile (APD);  
**f.** Industria verde;  
**g.** Educația ecologică și educația pentru dezvoltare durabilă, informarea și conștientizarea publicului.

O IMM - pentru a fi responsabilă social presupune, pe lângă aplicarea cu strictețe a respectării prevederilor legale, o preocupare continuă față de angajații companiei, într-o manieră voluntară, pentru creșterea investițiilor în capitalul uman, în mediul înconjurător și în managementul relației cu toate părțile interesate.

### **Consiliul Național „IMM – Model Sustenabil de Responsabilitate Socială”, organizat pentru IMM active din Republica Moldova**

Pentru îmbunătățirea implicării întreprinderilor mici și mijlocii în activități de RSC și a promovării acestei filozofii pentru publicul larg, Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii împreună cu PNUD Moldova, ca promotor al ODD-urilor și cu partenerii din Rețeaua Pactul Global din Moldova educa un model responsabil de implicare a IMM, în dezvoltarea comunității și nu numai, promovând și realizând cu succes competiția destinată IMM: “IMM - Model Sustenabil de Responsabilitate Socială”.

Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului **Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM)** anual organizează Concursului Național „IMM – Model Sustenabil de Responsabilitate Socială”, pentru companiile active ce își des-

**c.** Waste recycling;  
**d.** Organic agriculture;  
**e.** Sustainable public procurement (ODA);  
**f.** Green industry;  
**g.** Ecological education and education for sustainable development, information and public awareness.

An SME - to be socially responsible requires, in addition to the strict application of legal provisions, a continuous concern for the company's employees, in a voluntary manner, to increase investment in human capital, the environment and the management of the relationship with all the stakeholders.

### **The National Competition „SME - Sustainable Model of Social Responsibility”, organized for active SMEs in the Republic of Moldova**

To improve the involvement of small and medium enterprises in CSR activities and to promote this philosophy for the general public, the Organization for the Development of the Small and Medium Enterprises Sector together with UNDP Moldova, as a promoter of the SDGs and partners in the Global Compact Network in Moldova model responsible for the involvement of SMEs, in the development of the community and not only, successfully promoting and realizing the competition for SMEs: “SME - Sustainable Model of Social Responsibility”.

The Organization for the Development of the Small and Medium Enterprises Sector (ODIMM) annually organizes - the National Competition „SME - Sustainable Model of Social



fașoară activitatea în Republica Moldova. Concursul promovează obiectivele dezvoltării durabile și principiile de Responsabilitate Social-Corporativă (RSC) în rândul IMM-urilor drept activități esențiale de sporire a competitivității.

- competiția este deschisă pentru toți agenții economici care sunt subiecți al articolului 2, din Legea nr. 179 din 21.07.2016 cu privire la întreprinderile mici și mijlocii (Monitorul Oficial Nr. 306-313 art nr : 651), privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii (Monitorul oficial al Republicii Moldova, 2006, nr.126-130, art.605),

- concursul este un eveniment deschis și gratuit, numărul de participanți și aplicații nu este limitat,

- câștigătorii competiției sunt întreprinderile din sectorul IMM - care aplică activ principiile de responsabilitate social-corporativă, obținând cele mai bune rezultate în activitatea lor antreprenorială pe parcursul anului precedent și aducând avantaje sustenabile pentru societate și mediu.

Concursul Național „IMM – Model de Responsabilitate Socială” este organizat anual de ODIMM, începând cu 2010, cu scopul promovării acestui concept și diseminării celor mai bune practici ale IMM-urilor.

Participanții la concurs sunt companiile care se înscriu în categoria IMM, desfășoară activitate economică mai mult de 1 an, sunt rezidenți ai Republicii Moldova și au realizat cel puțin una dintre activitățile de Responsabilitate Social-Corporativă.

Astfel, în perioada 2010 – 2020 au avut loc 11 ediții ale concursului, fiind premiați în total 51 de întreprinderi dintre care: Integrarea socială și

Responsibility”, for active companies operating in the Republic of Moldova. The competition promotes the objectives of sustainable development and the principles of Corporate Social Responsibility (CSR) among SMEs as essential activities to increase competitiveness.

- the competition is open to all economic agents that are subjects of article 2, of Law no. 179 of 21.07.2016 on small and medium enterprises (Official Gazette No. 306-313 art. No: 651), on supporting the small and medium enterprises sector (Official Gazette of the Republic of Moldova, 2006, no. 126-130, art. 605),

- the competition is an open and free event, the number of participants and applications is not limited,

- the winners of the competition are companies in the SME sector - which actively apply the principles of social and corporate responsibility, obtaining the best results in their entrepreneurial activity during the previous year and bringing sustainable benefits to society and the environment.

The National Competition „SME - Model of Social Responsibility” is organized annually by ODIMM, starting with 2010, in order to promote this concept and disseminate the best practices of SMEs.

The participants in the contest are companies that register in the SME category, carry out economic activity for more than 1 year, are residents of the Republic of Moldova and have performed at least one of the activities of Social-Corporate Responsibility.

In the period 2010 - 2020 there were 11 editions of the competition, being awarded a total of 51 compa-

sprijinul acordat comunității – 11 întreprinderi, Protecția mediului înconjurător – 11 întreprinderi, Grijă față de angajați – 11 întreprinderi, Grijă față de piață – 5 întreprinderi, Activități de RSC pentru utilizarea unui model de afacere verde și responsabilă - 2 și Premiul Mare – 11 întreprinderi.

*Responsabilitatea Socială Corporativă reprezintă un concept, care încurajează companiile să ia în considerare interesele societății prin asumarea responsabilității pentru impactul pe care-l au activitățile lor asupra comunității, clienților, angajaților, acționarilor și asupra mediului ambiant. Acest angajament trece dincolo de obligațiile statutare pe care sunt reprezentate în statutul întreprinderii.*

nies, including: Social integration and community support - 11 companies, Environmental protection - 11 companies, Care for employees - 11 companies, Caring for the market - 5 enterprises, CSR activities for the use of a green and responsible business model - 2 and the Grand Prize - 11 enterprises.

*Corporate Social Responsibility is a concept that encourages companies to consider the interests of society by taking responsibility for the impact that their activities have on the community, customers, employees, shareholders and the environment. This commitment goes beyond the statutory obligations that are represented in the statute of the enterprise.*

## BIBLIOGRAFIE:

<https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp#citation-13>

<https://www.futuredirections.org.au/publication/corporate-social-responsibility-benefits-for-business-and-community/>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/corporate-social-responsibility-local-community>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/business-benefits-corporate-social-responsibility>

[https://www.expert-grup.org/ro/biblioteca/item/download/934\\_41ad32e62b85871f86b4dce70db1b62a](https://www.expert-grup.org/ro/biblioteca/item/download/934_41ad32e62b85871f86b4dce70db1b62a)

Corporate Social Responsibility and Performance in SMEs: Scientific Coverage

[https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/tx\\_tevprojects/library/file\\_1523518061.pdf](https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1523518061.pdf)

De la responsabilitate sociala catre antreprenoriat social, Paunescu, Carmen. **Bucharest Vol. 13, Iss. 129, (Aug 2012): 21-28.**