

GHID DESPRE



ANTREPRENORIAT SOCIAL



GHID DESPRE ANTREPRENORIAT SOCIAL



Acest material a fost creat special pentru cei care doresc să descopere lumea Impact businessului, economiei sociale și Antreprenoriatului Social.

Ghidul a fost elaborat de Asociația Obștească EcoVisio în parteneriat cu Agenția pentru Inovare și Dezvoltare, Asociația Antreprenoriatului Social, cu asistența financiară a Suediei și Marii Britanii în cadrul proiectului "Dezvoltarea capacităților de export pe malurile Nistrului" (AdTrade) implementat de Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD). Conținutul ghidului este responsabilitatea exclusivă a autorului și nu reprezintă în mod necesar opiniile Suediei, Marii Britanii și PNUD.

Copyright © 2023 PNUD Moldova

*Redactarea și crearea materialului: Idrisova Aina,
Traducere: Cușnir Iana,
Chișinău, Moldova, 2022*

INTRODUCERE

Pornește inovația și contribuie cu schimbări pozitive pentru comunitate și mediu în!

Crează impact prin antreprenoriat responsabil!

*Toate referințele și link-urile se regăsesc în Bibliografie la sfârșitul Ghidului.

PLANUL GHIDULUI

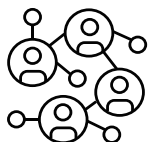
ANTREPRENORIATUL SOCIAL: INFORMAȚII GENERALE	8
ANTREPRENORIATUL SOCIAL: De jure și De facto	21
CLASIFICAREA DIFERITOR FORME DE ACTIVITATE	27
DIFERENȚELE DINTRE ÎNTREPRINDERILE SOCIALE ȘI ALTE TIPURI DE INSTITUȚII	32
INOVAȚIILE SOCIALE	40
OBIECTIVELE DE DEZVOLTARE DURABILĂ (în contextul) ANTREPRENORIATULUI	
SOCIAL	47
PRINCIPIILE (criteriile) ANTREPRENORIATULUI SOCIAL	50
ECOSISTEMUL ANTREPRENORIATULUI SOCIAL	56
TIPURILE DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE	64
DOMENIILE DE ACTIVITATE ALE ANTREPRENORIATULUI SOCIAL	67
MODELUL ECONOMIC AL ÎNTREPRINDERII SOCIALE	69
MĂSURAREA IMPACTULUI SOCIAL	71
INOVAȚIILE DE IMPACT (sau SOCIALE)	74
BIBLIOGRAFIA	78

CUM FUNCȚIONEAZĂ ANTREPRENORIATUL SOCIAL:

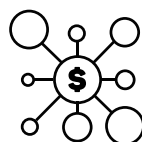


ANTREPRENORIATUL SOCIAL

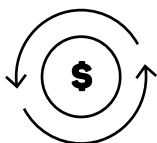
PRINCIPII:



REZOLVAREA UNEI PROBLEME CONCRETE ALE SOCIETĂȚII SAU DE MEDIU



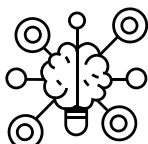
MODEL ECONOMIC PROFITABIL



REINVESTIREA VENITULUI ÎN REZOLVAREA PROBLEMEI



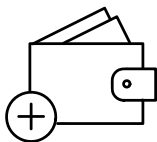
IMPACT POZITIV PRIN ANTREPRENORIAT SUSTENABIL



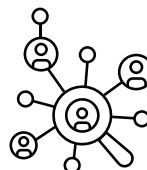
INOVAȚIE



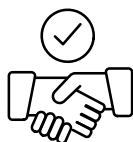
FOCUSAREA PE ODD
(OBIECTIVE DE DEZVOLTARE DURABILĂ)



MAJORITATEA VENITULUI - DIN VÂNZĂRI, ȘI NU DIN GRANTURI



LOCURI DE MUNCĂ PENTRU PERSOANELE DIN GRUPURI VULNERABILE



COOPERARE

ANTREPRENORIATUL SOCIAL: INFORMAȚII GENERALE

Antreprenoriatul social este un fenomen care se dezvoltă de zeci de ani în țările din Europe, SUA și Australia. Astăzi putem întâlni foarte des o companie americană sau europeană care nu se ocupă doar de producerea venitului, dar acordă atenție și părții sociale și responsabile a activității sale. Necătând la asta, businessul social sau antreprenoriatul cu impact se consideră o ramură nouă a economiei la scară mondială și locală. Fiecare țară/regiune are o viteză de dezvoltare proprie, majoritatea definind antreprenoriatul social, impactul social și inovația în mod propriu.

Încă la începutul secolului XIX economistul francez clasic Jean Baptiste Say a caracterizat antreprenorul în modul următor:

«antreprenorul mută resursele economice din regiunea productivității scăzute în regiunea productivității și venitului ridicat».

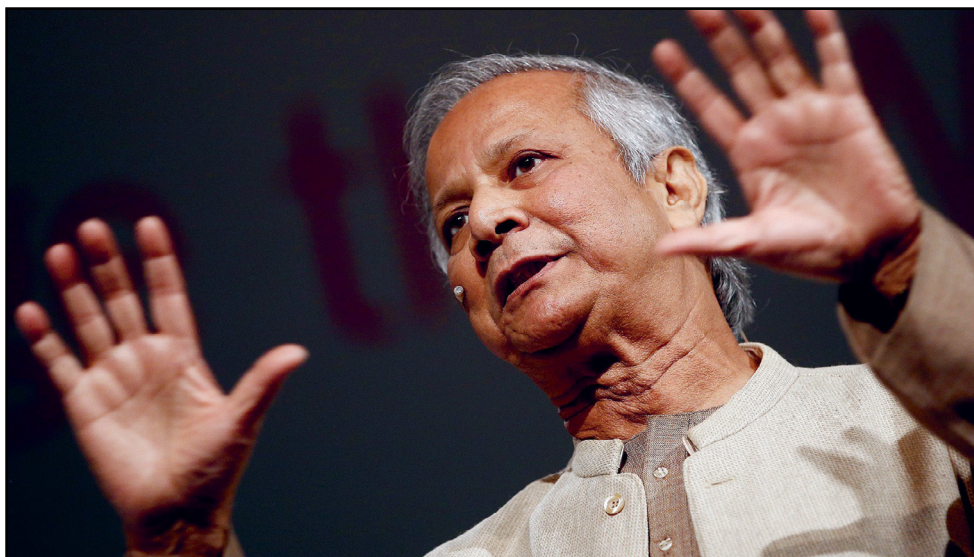
Asemenea faptului cum un **antreprenor tradițional** (cum ar fi Henry Ford, Steve Jobs) modifică **productivitatea resurselor economice tradiționale**, **antreprenorul social**, după cum spunea teoreticul managementului Peter Drucker, modifică **productivitatea întregii societăți**.

Business consultantul și managerul american Bill Drayton, care deseori era supranumit «părintele antreprenoriatului social», a înființat, în 1980, fondul «Asoka». Acesta a devenit, ulterior, prima organizație

*“Everyone can be a Changemaker”
Fiecare poate fi creatorul schimbării*



*asociația globală de susținere a
antreprenoriatului social*



care s-a ocupat exclusiv cu determinarea și susținerea antreprenorilor sociali din întreaga lume.

Un mare efect de popularitate a fost produs după ce Premiul Nobel pentru pace a fost înmănat profesorului **Muhammad Yunus din Bangladesh** în anul 2006. Yunus a fondat Grameen Bank care a devenit pionierul conceptului de microcreditare inovatoare în unele țări în curs de dezvoltare din Asia, Africa și America Latină. După ce a obținut Premiul Nobel, Yunus a devenit o figură centrală și de cult în lumea antreprenoriatului social.

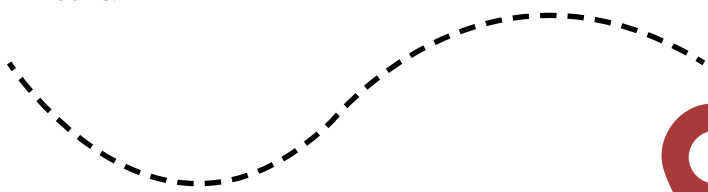
Studiul EESC ne arată, că domeniul economiei sociale a constat din cca 2,8 mln. de organizații în Europa în ultimii ani, generând, de asemenea, peste 13,6 mln. de locuri de muncă salariale (adică 6,3% din forța de muncă).^[1]

Antreprenoriatul social este o nouă formă a capitalismului, menită să satisfacă cele mai imperioase necesități ale umanității.

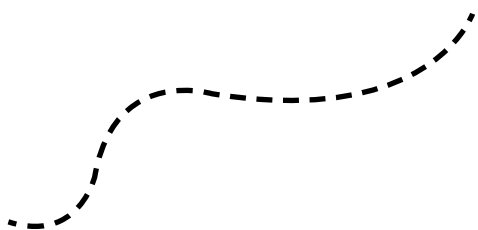
Pentru a ne aprofunda în conceptul de antreprenoriat social: vă propunem să vă gândiți la o **problemă**. O problemă a societății în care trăiți. Pentru o rezolva această problemă, puteți urma una din următoarele căi:



Puteți organiza o campanie de binefacere și aduna voluntari pentru a realiza ideile și faptele bune!



Puteți atrage resurse financiare și realiza proiecte sociale fiind în componența unei asociații obișnuite sau obștești!



Sau puteți găsi un model de business cu ajutorul căruia veți rezolva problema în mod direct obținând în același timp venitul care poate fi parțial investit în alte domenii de activitate care aduc efect comunitar

ANTREPRENORIATUL SOCIAL

– un model de business care se caracterizează printr-o abordare antreprenorială și inovativă a activității, scopul principal al căruia este rezolvarea problemelor sociale în interesul comunității printr-o misiune cu impact.

Venitul afacerilor care practică antreprenoriatul social se reinvestește pentru a susține scopurile sociale, a dezvoltării noi necesități sociale, a încuraja încadrarea persoanelor cu dizabilități în societate, a crea piețe pentru nevoile nesatisfăcute, a oferi locuri de muncă și pentru a utiliza resursele alternative.

AS (antreprenoriatul social) lucrează în așa fel, încât oferă produse și servicii pentru piețe în manieră antreprenorială și inovativă și utilizează venitul său pentru a atinge, în primul rând, **scopurile sociale**. Acesta se dirijează în mod deschis și responsabil și implică, parțial, în procesul său angajații, consumatorii, beneficiarii și părțile cointeresate pe care îi atinge activitatea comercială.

Comisia Europeană utilizează termenul «SOCIAL ENTERPRISE» (întreprindere socială) pentru determinarea următoarelor tipuri de business:

- Acelea, pentru care scopul de bunăstare socială sau comunitară reprezintă cauza activității comerciale, deseori sub forma nivelului înalt de inovații sociale;
- Acelea, a căror venit în mare parte se reinvestește pentru atingerea misiunii sociale care stă la baza creării modelului de business;
- Acelea, în care metoda de organizare sau sistemul de proprietate reflectă misiunea întreprinderii, utilizând principii democratice sau principii participative sau orientându-se pe dreptatea socială.

Deseori în materialele educaționale se poate întâlni și termenul de BUSINESS SOCIAL (sau IMPACT BUSINESS). Mulți nu pot diferenția antreprenoriatul social de business, dar în unele surse se separă noțiunea de Business social, acesta fiind un tip de activitate cu risc scăzut și o cale mai «sigură» pentru fondatori, comparativ cu antreprenoriatul. Ideea de bază a businessului social este de a avea un impact semnificativ asupra societății, mediului înconjurător și a comunității locale.

Întreprinderile sociale promovează creșterea moderată, reacționând prin inovații sociale la necesitățile care încă nu sunt satisfăcute.

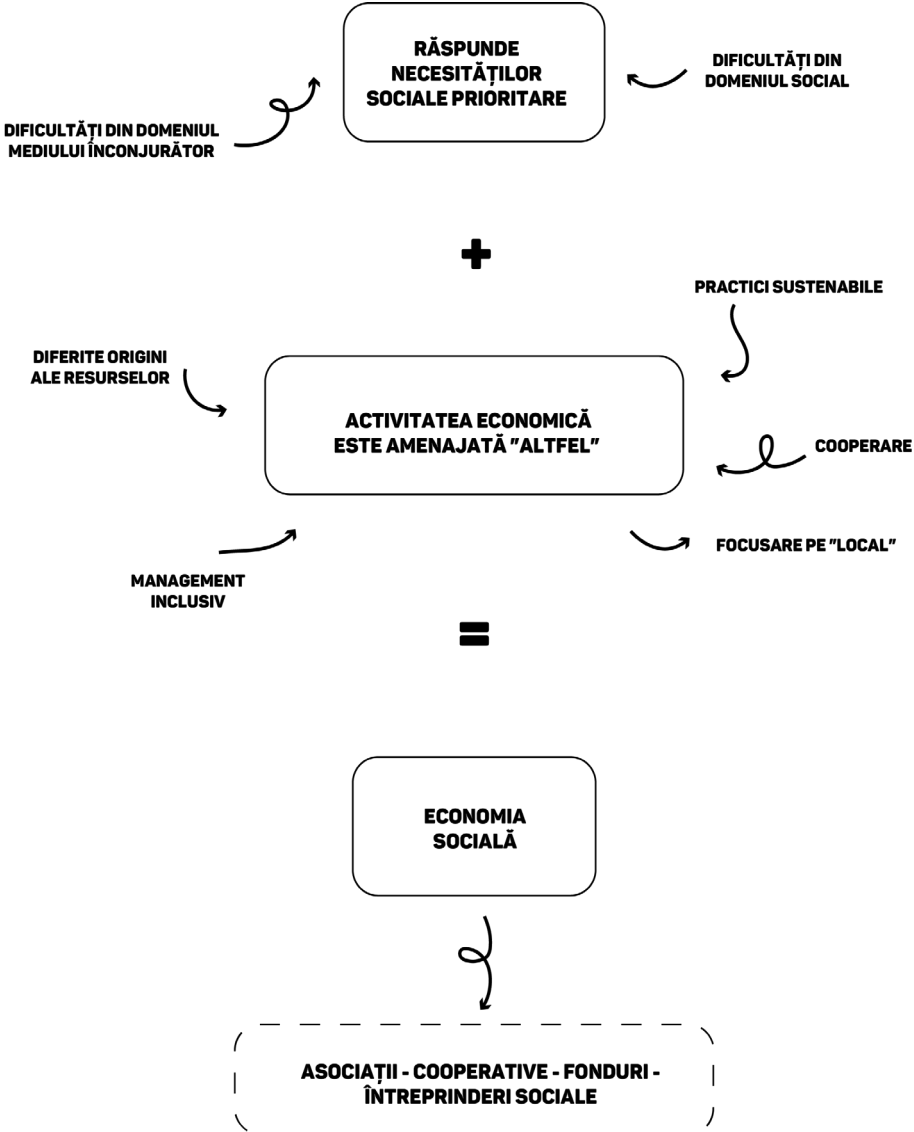
Antreprenoriatul cu impact prioritizează mai mult valoarea profitului comercial, comparativ cu antreprenoriatul social, însă ia în considerare pe o scară mai largă și pe termen mai lung schimbările în comunitate și misiunea socială.

Antreprenoriatul social este parte și reprezintă unul dintre tipurile de activitate care intră în categoria comună de **ECONOMIE SOCIALĂ**. Aceasta reprezintă un spectru mai larg de diferite tipuri de activitate.

Economia socială - un ansamblu de activități publice (prestarea serviciilor, agricultura și industria alimentară, comerțul și producția industrială, educația, medicina ș.a.), care este organizat independent de ramura industriei al cărei scop este de a servi interesul general, interesul colectiv și/sau interesele personale neproprietare, prin creșterea nivelului de ocupare a persoanelor aparținând unui grup vulnerabil și/sau producția și furnizarea de bunuri, prestarea de servicii și/sau efectuarea de lucrări. Economia socială include întreprinderile cooperatiste, companiile mutuale și companiile de asigurări, fundațiile și asociațiile publice, precum și toate celelalte tipuri de organizații non-profit care se încadrează în conceptul de „al treilea sector” al economiilor moderne.



SCHEMA ORGANIZĂRII ÎN DOMENIUL ECONOMIEI SOCIALE [2]



DIVERSITATEA ECONOMIEI SOCIALE [3]

INSTITUȚIILE	Asociații, Cooperative, Fonduri, Organizații de ajutor reciproc, Întreprinderi sociale	
DIMENSIUNEA	Întreprinderi mici și mijlocii, Instituții mari și Comunități de instituții pe economie socială	
ACOPERIREA	Acoperire regională locală, națională, internațională	
SECTOARELE	Protecția sănătății și serviciile sociale	Sărăcia, integrarea în câmpul de muncă, integrarea socială
	Comerțul și comerțul cu amănuntul	Organizarea comerțului just (Fair Trade), magazine locale
	Cultura și media	Cinematografe, teatre, festivaluri, cooperative de tipar lent
	Construcțiile	Materiale de construcții sustenabile, construcția pasivă
	Educația	Școli, centre de excelență, analfabetism
	Sectorul energetic	Inițiative comunitare cu privire la surse de energie regenerabilă
	Producerea	Echiptament de izolare, împachetare, poligrafie
	Serviciile ICT	Furnizori ICT și inițiative de susținere a ICT
	Reciclarea	Centre de uz repetat și reciclare, reciclarea stofei, magazine second-hand
	Mobilitatea	Mobilitatea ecologică și în comun, inițiative de promovare și reparare a bicicletelor
	Băncile și finanțarea socială	Cooperative sau fonduri de economii comune
	Imobiliarul	Cooperative locative, fonduri funciare comune, obiecte ocupate temporar
	Turismul	Hosteluri pentru tineri, turism eco
Industria alimentară	Agricultura ecologică, lanțuri trofice cu deficit, supermarketuri cooperative sau vii	

Antreprenoriatul social lucrează pe baza modelului de business care deseori se caracterizează prin creșterea lentă a profitului, dar o influență asupra economiei de caracter social sau ecologic vizibilă. Caracterul complex al întreprinderilor sociale, de rând cu numărul și influența în toată lumea în creștere promovează înțelegerea și măsurarea influenței sociale pe care o crează, devenind tot mai prioritar pentru multe părți interesate (organe guvernamentale, investitori, utilizatori ai serviciilor și însăși antreprenorii sociali).

Subiectul și conductorul antreprenoriatului social este **antreprenorul social** sau **antreprenoarea socială**. Această persoană-visionar este deseori gata să-și asume riscul și eforturile necesare pentru crearea schimbărilor pozitive în societate prin intermediul inițiativelor sale. Antreprenorul social lider este, de asemenea, și un recrutor în masă a oamenilor care doresc schimbări în societate. De aceea el este un exemplu demn de urmat, care le spune oamenilor că ei pot schimba condițiile și sistemele.

Utilizarea largă a asemenea practici etice, precum investiția de impact, consumul conștient și programele de responsabilitate socială corporativă contribuie la promovarea și sporirea interesului față de AS (antreprenoriat social). Câteva caracteristici importante ale businessului social sunt: inovația, autosuficiența și stabilitatea financiară, scalabilitatea și replicabilitatea.

Asemenea faptului, cum antreprenorii și startup-erii clasici pot schimba fața business-ului cu ofertele, programe și produse riscante, la fel și antreprenorii sociali pot lucra drept conductori a schimbărilor în societate. Ei caută astfel de posibilități care includ în sine ameliorarea sistemelor, găsirea noilor abordări și crearea soluțiilor care pot schimba situația în zonele problematice ale societății către mai bine. Astăzi, antreprenorul clasic poate crea o ramură complet nouă. La fel și antreprenorul social poate propune noi soluții pentru problemele societății, realiza aceste propuneri pe scară largă și schimba abordarea și atitudinea față de întrebările complexe.

De regulă, cetățenii să așteaptă că anume sectorul de stat și instituțiile de stat vor asigura realizarea nevoilor sociale, incluziunea ș.a. Însă, noi putem observa că lucrurile nu funcționează în acest mod și că sectorul de stat nu reușește să prelucreze toate cerințele sociale, de aceea anume AS sunt predispuși să găsească acele domenii care nu lucrează eficient în sistemul existent și le propun soluțiile proprii.

Comisia Europeană

identifică antreprenoriatul social conform următorilor factori descriptivi⁴:

1

AS este un operator al economiei sociale: scopul de bază al căruia este crearea impactului social și nu obținerea venitului pentru proprietarii și acționarii săi (criteriul misiunii sociale);

2

Acesta lucrează în așa mod încât prestează bunuri și servicii pentru piață în manieră antreprenorială și inovativă (criteriul orientării către piață);

3

Acesta utilizează venitul său pentru a atinge în primul rând scopuri sociale (criteriul misiunii sociale);

4

Aceasta se dirijează în mod deschis, transparent, just și responsabil (criteriul administrării);

5

În dezvoltarea acestuia participă angajații, consumatorii și părțile cointeresate pe care îi atinge activitatea socială în cauză (criteriul administrării)

Punctele menționate anterior includ în sine și trei aspecte ale întreprinderii sociale care se întâlnesc deseori în literatura științifică și politică: ^[5]

● ASPECTUL ANTREPRENORIAL

implicarea în activitatea economică continuă care deosebește întreprinderile sociale de organizațiile/subiecții clasice(-i) necomerciale(-i) ale/ai economiei sociale (care urmăresc scopuri sociale și crează o oarecare formă de autofinanțare, dar care nu se ocupă numai de activitatea comercială regulată);

*Criteriul de bază 1: Implicarea în activitatea economică

● ASPECTUL SOCIAL

misiunea și scopul de bază și cel evident, care diferențiază întreprinderile sociale de întreprinderile clasice (comerciale). Orientarea către rezolvarea problemelor din societate și mediul înconjurător și crearea schimbărilor și impactului pozitiv;

*Criteriul de bază 2: Misiunea socială de bază și evidentă

● ASPECTUL ADMINISTRATIV

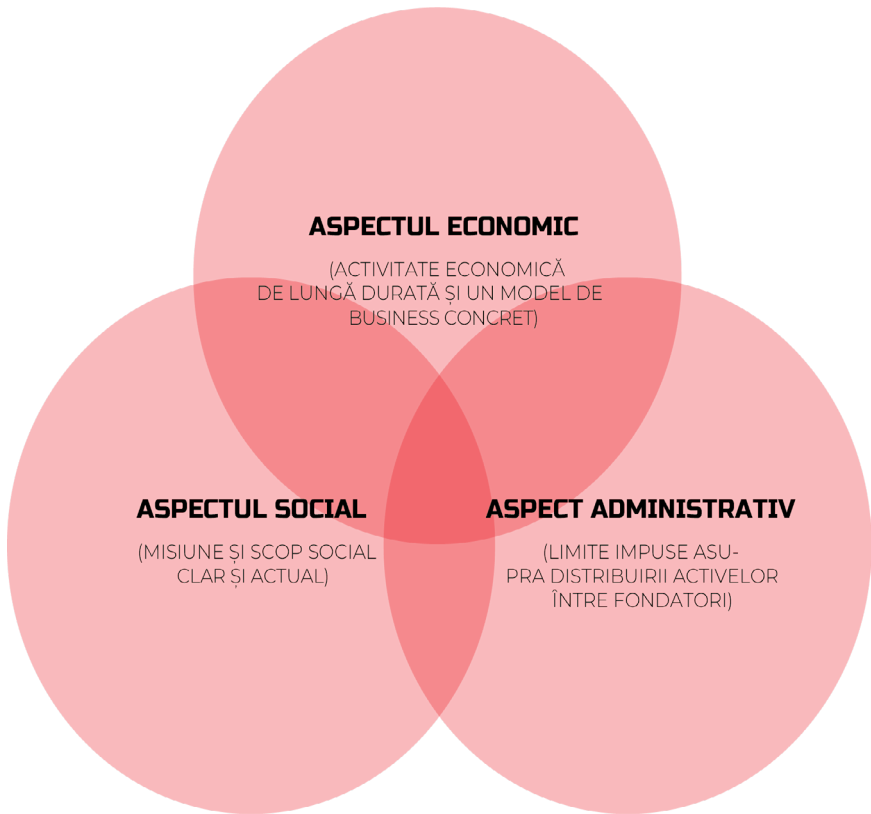
prezența mecanismelor “de fixare” a scopurile sociale ale organizației. Trăsăturile definitorii ale structurii de administrare a întreprinderii sociale sunt autonomia organizațională; luarea deciziilor în mod democratic și/sau participativ; și limite impuse asupra distribuirii venitului și/sau a activelor. În așa mod, aspectul administrativ diferențiază și mai clar întreprinderile sociale de întreprinderile clasice și organizațiile necomerciale clasice/subiecții economiei sociale.

*Criteriul de bază 3: Limitele impuse asupra distribuirii venitului și/sau a activelor.

*Criteriul de bază 4: Autonomia organizațională

*Основной критерий 5: ИCriteriul de bază 5: Conducerea incluzivă





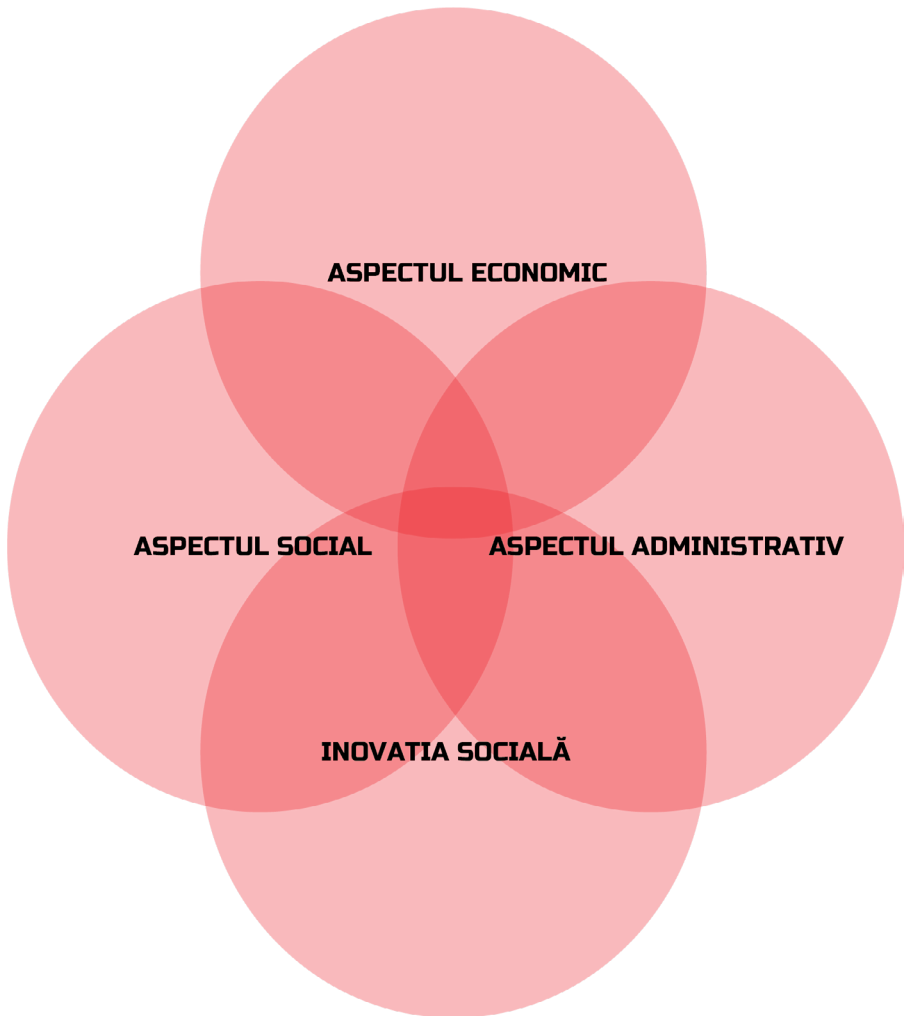
NOI PROPUNEM ADĂUGAREA ȘI A UNUI ASPECT ADIȚIONAL, CELUI DE-AL PATRULEA:

● ASPECTUL INOVATIV

Inovațiile sociale se definesc drept acele idei noi despre produse, servicii și modeluri, care rezolvă problemele sociale sau satisfac nevoile mai eficient și productiv, decât alternativele existente, creând, în același timp, o nouă atitudine socială și sinergie.

1. ideea mea este nouă pentru comunitate sau societate și eu am preluat-o dintr-o altă țară și dintr-un alt context, dar pentru societatea în cauză ea este nouă;
2. soluția nu este una nouă, dar ea se realizează în așa mod, aspect sau tehnică, care nu a fost utilizat(-ă) anterior.

Criteriul de bază 6: Inovația socială



ANTREPRENORIATUL SOCIAL:

De jure și De facto

În întreaga lume a întreprinderilor sociale nu există o formă organizațional-legală comună.

Multe întreprinderi sociale activează sub forma de cooperativelor sociale. Unele sunt înregistrate drept companii private cu răspundere limitată, altele sunt reciproce, iar multe dintre ele sunt organizații necomerciale, spre exemplu societăți de economii, asociații, organizații de voluntariat sau fonduri. Această variație este posibilă în acele comunități și state în care nu există o bază legislativă despre Antreprenoriat social sau Economie socială.

În unele state este prezentă o formă juridică reglementată specială pentru ÎS, iar în altele în textul proiectului de lege sunt specificate tipurile de activitate și statutul reglementat pentru întreprinderea socială, pe când în altele nu există deloc o bază legislativă sau definiție a acestui termen.

Pentru anul 2022, în Republica Moldova există Legea cu privire la Antreprenoriat și Întreprinderi, o parte a căreia reglementează Antreprenoriatul Social - acesta se obține drept un statut special, fiind cooperativ sau SRL, societate cu răspundere limitată.

Luând în considerație imperfecțiunea proceselor, inclusiv a agendei legislative, în ecosistemul antreprenoriatului social există:

ÎNTEPRINDERI SOCIALE DE JURE

care dețin statutul legal și numărul lor este destul de mic (ele pot fi clasice sau de inserție),

ORGANIZAȚII, COMPANII, INDIVIZI, GRUPURI DE INIȚIATIVĂ, care realizează antreprenoriat social drept o formă de activitate, fiind întreprinderi sociale de facto, dar care nu dețin statutul oficial. Ele sunt mai mult de 50.

CÂTEVA EXEMPLE ALE PRIMELOR ÎNTREPRINDERI SOCIALE:

· În România, o companie cu cinci angajați și cinci voluntari lucrează, începând cu anul 1996, asupra prestării serviciilor în limba română pentru aproximativ 90 000 de persoane nevăzătoare, adaptând mass-media (în special cărțile audio și filmele) la necesitățile acestora.

· În anul 2004 o întreprindere din Franța a lansat un concept inovativ a spălării fără apă a automobilelor, folosind produse biodegradabile și angajând personal necalificat și oameni din grupuri vulnerabile cu scop de a îi reintegra în piața muncii.

· În Ungaria un fond a deschis un restaurant în care activează personalul cu necesități speciale (40 de angajați) și i-a ajutat cu educația și grija pentru copii, pentru a asigura trecerea la un lucru stabil.

· În Țările de Jos o companie învață copiii să citească, utilizând instrumente și metode digitale inovative bazate pe joacă. Această metodă se potrivește copiilor hiperactivi sau cu autism, dar poate fi utilizată și pentru oamenii analfabeți sau imigranți.

· În Polonia, o cooperativă socială alcătuită din două asociații angajează pe perioadă lungă oamenii fără un loc de muncă și cu grad de grad de handicap. Aceștia prestează diferite servicii: catering și servicii de alimentație publică, mici lucrări meșteșugărești și de construcții și învață oamenii din grupurile vulnerabile cum să se angajeze în câmpul de muncă.

ANGAJAȚII ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE ȘI A BUSINESS-URILOR VOR AVEA O ATITUDINE LOIALĂ FAȚĂ DE LUCRULOR CU O PROBABILITATE MAI ÎNALTĂ, CEEA CE SE REFLECTĂ POZITIV ASUPRA PERCEPȚIEI OAMENILOR ASUPRA UNEI ASEMENEA PĂRȚI MASIVE A VIETII LOR PRECUM LUCRUL. ÎN AȘA FEL LUCRUL VA AVEA SENS NU DOAR PENTRU PERSOANA ÎN CAUZĂ, CI PENTRU ÎNTREAGA SOCIETATE ÎN CARE TRĂIEȘTE, CEEA CE ARE UN POTENȚIAL DE A RIDICA NIVELUL DE ÎNCREDERE, FERICIRE ȘI RECUNOAȘTERE A SENSULUI PERSOANEI.

Atitudinea personalului nu garantează doar fiabilitatea și secvența în lucrul business-ului, ci poate avea o influență asupra însăși business-ului: poate că angajații vor lua mai rar zile libere pe motiv de boală și nu vor lepăda business-ul? Pe lângă aceasta, cheltuielile administrative sunt mai mici comparativ cu multe analoge, iar salariul este mai moderat. Aceasta oferă business-ului social o prioritate pe piață. Pe lângă aceasta, venitul obținut de business se reinvestește, ceea ce face ca întreprinderile sociale să devină oportunități viabile de investiție de lungă durată.

Pentru a înțelege dacă sunteți gata de a merge pe calea de a deveni un antreprenor sau o antreprenoare socială, este important să înțelegeți unele **aspecte dificile** și plăcute despre care vom vorbi în continuare.^[7]



ANTREPRENORIATUL SOCIAL ESTE, DE REGULĂ, MULT MAI COMPLICAT, DECÂT ADMINISTRAREA UNUI MODEL DE BUSINESS TRADIȚIONAL SAU COORDONAREA A UNUI GRUP NEFORMAL DE ACTIVIȘTI.

Cauza constă în faptul, că antreprenoriatul social combină în sine dificultățile strategice și cotidiene de administrare a businessului cu rezolvarea problemelor și abordarea sectorului public și a activității sociale. Administrarea unui business pur comercial este o sarcină deja complicată, și, conform diferitor studii, 90% din startup-uri eșuează. Un startup orientat social se confruntă cu probabilitatea înaltă de eșuare care este, probabil, și mai înaltă decât în analogele sale comerciale.



ÎN VIAȚA COTIDIANĂ ÎNTREPRINDEREA SOCIALĂ SE ASEAMĂNĂ CU BUSINESSUL, CEEA CE ÎNSEAMNĂ CĂ EA SE VA CONFRUNTA CU ACEEAȘI CONCURENȚĂ CU CARE SE CONFRUNTĂ TOATE COMPANIILE DE PE PIAȚĂ.

În dependență de modelul dvs. de business și produs/servicii, puteți concura atât cu organizațiile comerciale mari, cât și cu cele mici. Pe lângă aceasta, fenomenele economice, precum devalorizarea valutei sau reducerea transferurilor bancare, pot afecta dezvoltarea pieții și atitudinea față de produsul dvs.



ÎN MULTE SOCIETĂȚI ÎNCĂ ESTE DIFICIL DE EXPLICAT CU CE SE OCUPĂ ANTREPRENORIATUL SOCIAL.

Majoritatea publicului larg încă nu înțelege cum este posibil de creat un business cu misiune de bunăstare comunitară sau confundă businessul social cu caritatea. Dvs. nu vă confrunțați cu probleme atunci când explicați ce este caritatea sau chiar lucrul voluntar în scop comunitar. Dar cum oare este posibil de schimbat viața oamenilor și a obține venit? La început, pentru mulți clienți potențiali va fi dificil de combinat aceste două aspecte.



Și iată câteva momente din lista punctelor forte a lansării ÎS (Întreprinderii Sociale):

Majoritatea organizațiilor și inițiativelor în domeniul activității sociale sunt ori pur caritabile, ori dependente de finanțarea donatorilor. Aceasta înseamnă că veți putea susține un nivel de activitate doar până în momentul în care vă permite bugetul, iar bugetul dvs. depinde de persoane terțe asupra cărora, de regulă, nu aveți control direct. **Iar în cadrul antreprenoriatului social, persoanele care ve oferă banii o fac, deoarece ei au nevoie de un produs sau serviciu pe care îl prestați.** În multe cazuri ei pot simți că valorile lor corespund cu misiunea voastră socială și este posibil ca venitul dvs. să includă și bani de la persoanele care nu știu sau cărora nu le pasă de influența voastră socială. Până când aveți o piață și un produs sau serviciu de calitate, bugetul dvs. este potențial nelimitat, ceea ce face ca influența voastră socială să fie posibilă de măsurat.

Modelul de business vă permite să găsiți, la fel, o abordarea a părților cointeresate și să interacționați cu ei altfel decât o organizație comunitară clasică sau un grup comunitar de activiști. În cele mai multe cazuri dvs. puteți să atrageți persoane noi la lucrul dvs., crescând, astfel, nivelul lor de conștientizare cu ajutorul produsul sau serviciului dvs. Inițial ei pot să nu cunoască problema, iar descoperirea întreprinderii dvs. sociale poate fi cauzată doar de necesitatea materială de a obține produsul dvs.

Odată ce ei vor obține produsul, ei vor putea, în final, să facă cunoștință cu problema și să se confrunte cu ea pentru prima dată, bazându-se pe experiența lor de client, pe ambalajul produsul sau pe ceva aditional.

Abordarea antreprenorială vă va ajuta, de asemenea, să percepți în alt mod lumea corporativă. Multe întreprinderi mari și mici uneori percep organizațiile comunitar drept “ cerșetori de donații” și “filantropi” fără a înțelege dimensiunea lucrului pe care aceștia îl îndeplinesc și importanța activității lor. Însă, fiindcă întreprinderea socială divizează toate problemele caracteristice pentru sectorul privat, ea permite businessului comercial să aibă, în perspectivă, un alt punct de vedere referitor la organizație, oferind, potențial, accesul la interacțiunea în care, de regulă, nu participă organizațiile necomerciale clasice.

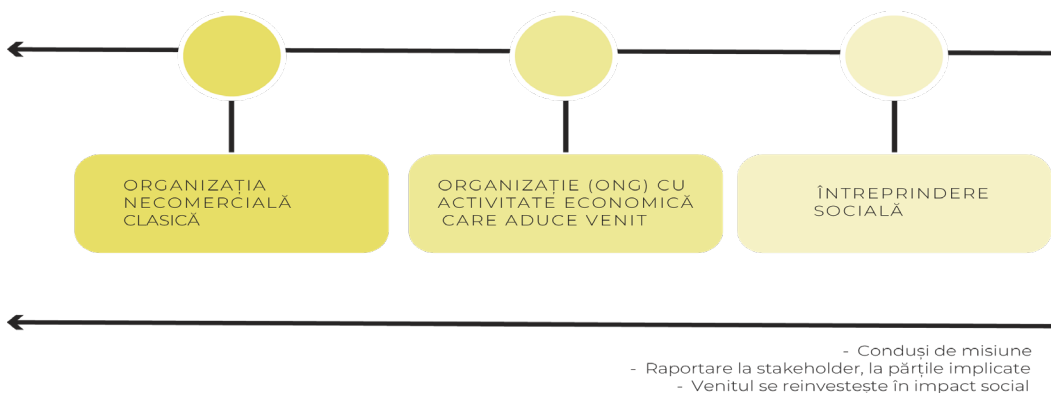
CLASIFICAREA DIFERITOR FORME DE ACTIVITATE

Pentru a conștientiza și a înțelege mai profund conceptul de antreprenoriat social trebuie să observăm diferențele acestui tip de activitate față de acele tipuri cu care este deseori confundat sau în care acesta se poate transforma/din care poate “evolua” o întreprindere socială.

IMPORTANT!

ÎN ACEST BLOC NOI VOM DESCRIE DIFERITE TIPURI DE ACTIVITATE ȘI ACEASTA NU ÎNSEAMNĂ CĂ NOI CONSIDERĂM TOATE TIPURILE ÎN AFARA AS “INCORECTE”. ÎN MOD CONTRAR, AICI ESTE IMPORTANT CA DVS. SĂ PUTEȚI GĂSI SETUL DE CARACTERISTICI POTRIVIT PENTRU DVS. FIECARE ACTIVITATE ÎȘI ARE PARTICULARITĂȚILE SALE ȘI ÎN ACEASTA CONSTĂ FARMECUL LOR!

Vă prezentăm, mai jos, clasificarea diferitor forme de activitate în dependență de 2 caracteristici: cele conduse de misiune socială și impact – cele conduse de misiunea comercială și venit.

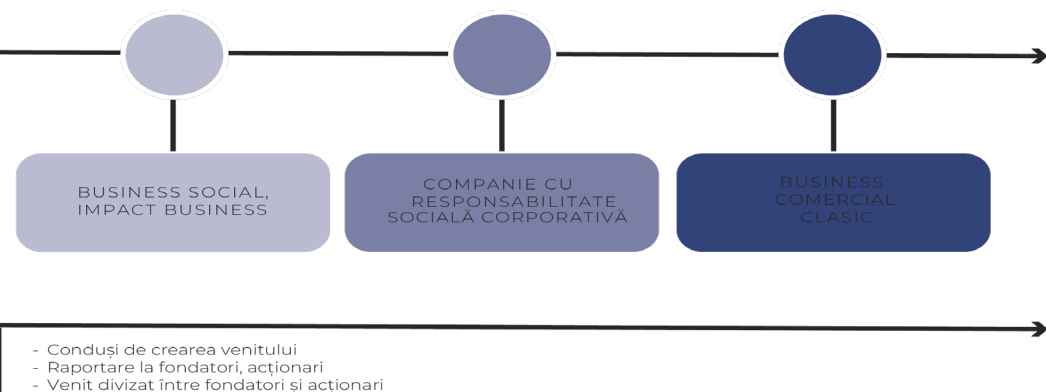


ACTIVITATEA NECOMERCIALĂ CLASICĂ:

Inițiativele de voluntariat, activism, organizațiile comunitare (f fondate pe baza finanțării pe proiect) și caritatea. Toate aceste tipuri de activitate sunt a priori create conform misiunii sociale și viziunii asupra unei lumi și societăți mai bune. Implicarea poate fi voluntară sau remunerată sub formă de salariu. Acest tip de activitate există, de regulă, datorită finanțării din exterior ("obținut" cu ajutorul fundraisingului), crowdfundingului sau plății cotizațiilor de membru sau donații. Abilitățile antreprenoriale, de marketing, vânzări, branding și altele din domeniul "businessului" nu sunt prioritare în acest tip de activitate.

ACTIVITATEA NECOMERCIALĂ COMUNITARĂ ÎN CADRUL CĂREIA SE PRESTEAZĂ SERVICII:

Organizații comunitare, asociații, fonduri, consorții de experți. În această categorie intră organizațiile necomerciale ce prestează servicii și dezvoltă activitatea în cauză drept o sursă de finanțare pentru realizarea programelor sale sociale și proiecte. Pentru aceasta, echipa organizației dispune, de regulă, de specializare sau expertiză într-un anumit domeniu, alcătuiește o listă limitată de servicii și o promovează prin prisma unui program sau impact social. "Venitul" nu există în acest caz, deoarece



acest tip de activitate rămâne, în mod direct, în contul organizației pentru realizarea misiunii sociale. Pentru procesele de “business și promovare” deseori duc răspundere un specialist sau echipă aparte.

BUSINESS-UL SOCIAL RESPONSABIL (BUSINESS SOCIAL, BUSINESS DE IMPACT):

În acest tip de activitate se acordă o prioritate și poziționare deosebită pentru strategia de dezvoltare a venitului comercial. Însă, impactul social este, la fel, un aspect important al dezvoltării a acestui business. În acest caz, fondatorii decid desinestătător ce procent al venitului va fi redirecționat aspectelor sociale și ecologice. La fel, impactul social nu este punctul de start în crearea modelului de business, dar este (de regulă) o alegere conștientă a fondatorilor sau a administrației echipei pentru creșterea loialității clienților, promovarea ameliorării calității de viață a comunității, manifestarea empatiei, rezolvarea problemelor locale, ameliorarea condițiilor de muncă, creșterea personală și profesională și a relațiilor între persoanele din echipă. Abilitățile antreprenoriale sunt importante!

CORPORAȚIILE CARE PRACTICĂ RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ:

Comaniile de business mari sau mijlocii care aleg să se ocupe periodic de RSC sau care includ un procent foarte mic al veniturului pentru realizarea acestor idei. Este important faptul că aceste companii nu sunt, în cele mai multe cazuri, gata să excludă procesele, materia și produsele care aduc, în paralel, un impact negativ. La fel, idea de bază a investiției RSC în impact social se naște nu din cauza importanței problemei și nu scopul de a ameliora condițiile, ci se alătură/ia naștere drept o “chestie” adițională care se utilizează, deseori, pentru a ridica loialitatea clienților, angajaților, comunității. Aceasta nu este o obligațiune, dar depinde de responsabilitate și dorința de a crea o lumea sustenabilă la nivel personal/corporativ. Abilitățile antreprenoriale sunt importante!

COMPANIILE COMERCIALE CLASICE:

Comaniile, SRL, corporațiile ș.a sunt companiile care urmăresc scopul de a obține cel mai mare venit posibil pentru fondatori și investitori. Abilitățile antreprenoriale sunt “vital de importante”.





ECONOMIA

HUB

ACT FOR BREAKFAST

LA VINA - INVESTIȚII SOCIALE -
PLANUL DE ACȚIUNE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

DIFERENȚELE DINTRE ÎNTREPRINDERILE SOCIALE ȘI ALTE TIPURI DE INSTITUȚII: [9]

Organizații nonguvernamentale (obștești, ONG):

Activitatea comercială. Antreprenoriatul social utilizează activitatea comercială drept un instrument pentru atingerea scopurilor sociale. Din acest motiv activitatea comercială de succes este foarte importantă. Spre deosebire de ONG, procesul de lucru al AS depinde de finanțarea de scurtă durată. În majoritatea cazurilor ei obțin surse materiale din proiecte, de la stat sau de la sponsori independenți. Cu toate acestea, ONG-urile, fondurile de ajutor și de caritate sunt reinvestite înapoi în organizație în modul cum ar face-o businessul social. Întreprinderile sociale, ca și orice alt business, au ca scop să devină sustenabile și autosuficiente. Ele aduc un venit stabil din activitatea comercială.

Clienții. Antreprenoriatul social este orientat în așa mod, încât clienții să cumpere produse sau servicii care sunt oferite de către întreprinderea socială (acest fapt nu trebuie încurcat cu marketingul de țintă).

Piața. Schimbările și oportunitățile pieței influențează dezvoltarea modelului de business AS.

Planificarea de lungă durată. Antreprenoriatul social se caracterizează printr-un business plan de 3-5 ani pentru a-și extinde cota de piață. Această abordare se diferențiază de planificarea de scurtă durată care este specifică pentru multe organizații obștești/caritabile care se bazează pe proiect.

Business clasic:

Scopul social bine determinat. Antreprenoriatul social este două scopuri, ambele fiind la fel de importante. Scop de bază al businessului clasic este venitul; aspectul comercial este tot atât de important în cadrul antreprenoriatului social, însă cea mai mare atenție se acordă misiunii sociale. Din acest motiv succesul businessului clasic se măsoară prin venit, iar impactul social sau ecologic este un factor de succes al antreprenoriatului social.

Domeniul. De la bun început, antreprenoriatul social deseori înseamnă necesitatea de a începe o activitate de scară largă pentru a îndeplini obligațiile sociale. Acest lucru poate duce la cheltuieli inițiale mai mari decât în businessul comercial clasic.

Sursele de finanțare. Coordonarea scopurilor sociale și comerciale deschide ușile către sursele diverse de finanțare. Întreprinderea socială deseori are o structură de finanțare complexă, alcătuită din venitul din vânzări, contracte comerciale, finanțare de proiect și de stat.

Motivarea. Influența socială potențială a organizației de obicei motivează antreprenorii sociali. Businessul clasic poate fi social responsabil, dar aceasta nu reprezintă misiunea lui de bază, ci doar o activitate adițională cu scopul de a promova schimbările pozitive în societate.

Părțile interesate. În domeniul antreprenoriatului social este implicat un cerc larg de părți interesate care include și sectorul stat. Din acest motiv este posibil de așteptat influențe politice sau birocratice asupra procesului de dezvoltare a întreprinderii.

Preîntâmpinarea riscului. Echipa administrativă (board) deseori reglementează în mod voluntar întreprinderile sociale, ceea ce înseamnă, că ea poate lua deciziile riscante.

Imparțialitatea. Proprietarii businessului privat deseori investesc capitalul în calitate de capital de pornire, tinzând să întărească și să extindă businessul lor în viitor, contând pe faptul că astfel își vor mări investițiile, în special în scenariul în care business se planifică de a fi vândut. Capitalul propriu este la fel de necesar pentru a da start unei întreprinderi sociale, însă proprietarii și alți angajați nu pot conta pe aceleași beneficii financiar în viitor, deoarece întreprinderile sociale se vând rareori.

Administrarea. Antreprenoriatul social se caracterizează printr-o administrare transparentă – informarea părților interesate despre venit și impact social. Administrarea incluzivă garantează reprezentarea balansată a diferitor părți interesate în procesul luării deciziilor (angajații salariați, voluntarii, clienții, utilizatorii, beneficiarii, investitorii ș.a.). Însă cel mai important moment este că, spre deosebire de businessul clasic, venitul se reinvestește pentru realizarea misiunii sociale.

Inovațiile. Businessul comercial percepe o taxă pentru inovații, pe când antreprenoriatul social încurajează inovația în acele grupuri de oameni, a căror glas este puțin reprezentat în societate, care sunt social și financiar vulnerabile, nu au putere politică, financiară sau socială. Datorită naturii sociale a businessului și a principiilor de lucru, soluțiile inovative nu se patentează, ci se promovează, pentru ca acestea să ajute la răspândirea în larg și maximizarea beneficiului social.

Impactul social. Orice business este bidimensional – el poate avea atât o influență socială pozitivă, cât și una negativă de rând cu venitul, însă antreprenoriatul social are o influență prioritar pozitivă asupra societății.

Instituțiile de stat (Î.S.):

Definiția. Instituție de stat – organizație comunitară necomercială a cărei scop este satisfacerea nevoilor comunitare. Întregul venit comercial legat de scopurile instituției trebuie să fie redirecționat către acest scop. Se aseamănă aceasta oare cu businessul social? Sigur că da. Ca rezultat, Î.S. este una dintre cele mai favorabile forme legale de business social în Letonia. Însă nu orice Î.S. este o întreprindere socială.

Independența. Majoritatea Î.S. nu corespund în totalitate aspectului social a businessului independent, deoarece instituțiile de stat pot fi create doar de organele statale sau municipale.

Scopul. Scopul Î.S. este nemăsurabil și neclar. Î.S. trebuie să satisfacă interesele publice în domeniul educației, științei, culturii, ocrotirii sănătății, ocrotirii mediului înconjurător, dezvoltării sportului, ajutorului social sau juridic și alte domenii din care societatea are de câștigat. Însă, activitatea deseori nu este direcționată către o măsurare concretă a impactului social, la fel ca și beneficiarii țintă care rareori îi aleg activitatea.

Responsabilitatea socială corporativă (RSC):

Definiția primă. Responsabilitatea socială corporativă – inițiativă de bună voie a companiei comerciale care își asumă o responsabilitate în plus în domeniul social, ecologic și al transparenței în măsură mai mare decât o cere legea. RSC pune accentul pe obținerea responsabilă a veniturii, dar nu tinde spre scopul de a micșora venitul (acele aspecte problematice ale societății). În acest fel scopul principal al businessului social responsabil rămâne același, ca și în cazul businessului clasic – obținerea veniturii pentru proprietari – spre deosebire de scopul principal al antreprenoriatului social, adică de a aduce schimbări sociale pozitive și măsurabile pentru atingerea cărora se cheltuiește venitul.

“

Responsabilitatea socială corporativă pune accentul pe dobândirea responsabilă a veniturii, dar nu tinde spre a diminua problema care va scădea venitul

”

EN: “CSR PUTS EMPHASIS ON RESPONSIBLE PROFIT-TAKING BUT DOES NOT SEEK TO REDUCE THE CUT-PROFIT PURPOSES.”

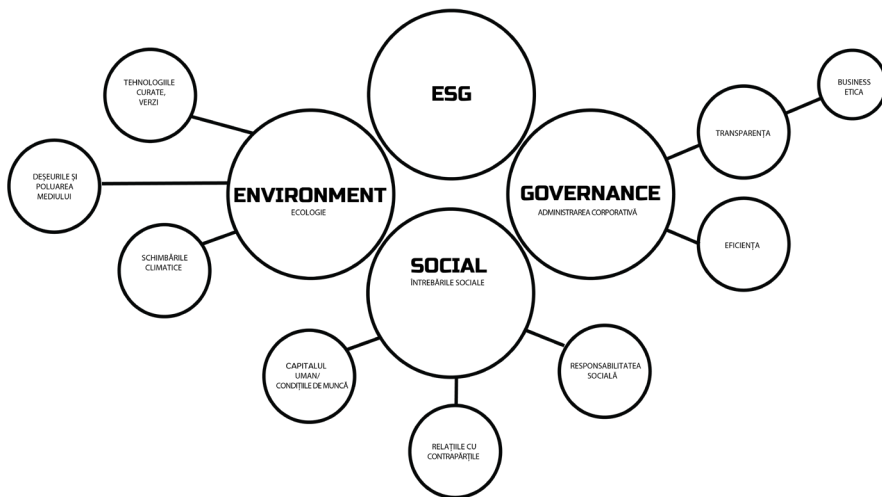
Dezvoltarea ideii de finaltropic corporativă în secolul XX a condus la apariția Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) – o practică de dezvoltare responsabilă a organizației. O contribuție majoră în acest domeniu a fost adusă de către sindcatele care, în mijlocul sec. XX, au început să apere activ lucrătorii fabricilor din țările industrial dezvoltate (spre exemplu din SUA). De acolo, în a doua jumătate a sec. XX, au pornit conceptele de responsabilitate socială corporativă (CSR) și investiții social responsabile (SRI). Cu timpul, din investițiile social responsabile s-a dezvoltat conceptul de impact investiții, care se deosebesc de cele clasice prin faptul că ele se fac mereu cu scopul de a avea o influență socială sau ecologică benefică și măsurabilă de rând cu randamentul financiar.

Antreprenoriatul social este strâns legat de **investițiile social responsabile (SRI)** și **investițiile ecologice, sociale și administrative (ESG)**.

SRI – practică de investiție a banilor în companii și fonduri care crează impact social pozitiv. În ultimii ani popularitatea SRI a crescut. Investitorii social responsabili mai des refuză investițiile în companiile care produs substanțe ce crează dependență (spre exemplu alcool, jocuri de azart sau tutun). La fel, aceștia pot căuta companiile care se ocupă de justiția socială, sustenabilitatea ecologică și sursele alternative de energie/tehnologii ecologice/curate.

Investitorii social responsabili verifică investițiile potențiale noi sub criteriile ecologice, sociale și administrative (**ESG**). În conformitate cu acest set de standarde se evaluează cum compania în cauză lucrează pentru a păstra mediul înconjurător, cum dirijează relațiile cu angajații, furnizorii, clienții și companiile, cu care ea lucrează, ce atitudine are față de echipa administrativă, cum achită remunerarea șefilor și ce abordare are față de audit, audit intern, controlul și drepturile acționarilor.

Criteriile ecologice, sociale și administrative (ESG) reprezintă un set de standarde de comportament al companiei utilizat de către investitorii social responsabili pentru verificarea investițiilor potențiale. Criteriile ecologice iau în considerare dacă compania ocrotește mediul înconjurător, incluzând, spre exemplu, politică corporativă în ceea ce ține schimbările climatice. Criteriile sociale cercetează modul în care compania dirijează relațiile cu angajații, furnizorii, clienții și societățile cu care lucrează compania în cauză. Administrarea atinge așa aspecte, precum administrația companiei, achitarea muncii șefilor, auditul, controlul intern și drepturile acționarilor. ^[10]



MEDIU ÎNCONJURĂTOR

prevede și cercetează imaginea comercială a companiei care acționează cu scopul de a ocroti mediul înconjurător, clima, ecosistemele, biodiversitatea.

SOCIAL

cercetează cum compania dirijează relațiile cu angajații, furnizorii, clienții și societatea.

MANAGEMENT

are de-a face cu modul în care compania se autoadministrează.

Criteriile ESG reprezintă baza pentru analiza impact businessului.

IMPACT BUSINESS - paradigmă, în cadrul căreia dezvoltarea companiei se măsoară nu doar în baza indicatorilor financiari, ci și în baza impactului asupra mediului înconjurător, asupra societății și angajaților.

E ecologia și protecția mediului înconjurător

S interacțiunea cu clienții, angajații și comunitatea la general

G standardele administrării corporative

PENTRU CE COMPANIILE PRO-MOVEAZĂ AGENDA ESG?

- mărește cu 10-20% rata de apreciere a companiei
- mărește cu 1% rata de retur a investițiilor
- micșorează cu 10-20% schimbarea personalului
- mărește cu 5% nivelul de productivitate





EU ALEG

ANTREPRENORIATUL
SOCIAL

Ten

Pă

INOVAȚII SOCIALE

Inovații sociale - concept care trebuie să se afla la baza oricărei întreprinderi sociale, dar care nu se limitează doar la domeniul antreprenoriatului sau bussinesului social, adică este o noțiunea diferită de acest domeniu. Nașterea atât a inovației sociale, cât și a întreprinderea sociale reiese dintr-o problemă socială.

Pe lângă aceasta, inovațiile sociale pot fi întâlnite în proiectele realizate de către organizațiile comunitare, în activitatea voluntară, campaniile de caritate, grupurile de inițiativă, procesele clasice ale businessului, activitatea guvernamentală, la fel ca și sub forma unui eveniment sau acțiuni unice.

Tot ceea ce dă un răspuns sau o SOLUȚIE pentru problemele SOCIALE este NOU.

Inovația socială este despre designul și realizarea noilor soluții care presupun schimbări conceptuale, procesuale, organizaționale sau de produs, create pentru a ameliora bunăstarea indivizilor sau comunităților particulare.

[11]

ESTE OARE IDEA MEA DE ÎNTEPRINDERE SOCIALĂ INOVATIVĂ?



Inovațiile sociale se definesc ca toate acele idei noi despre produse, servicii sau modele care rezolvă problemele sociale sau satisfac necesitățile utilizării mai eficiente și productive decât alternativele existente, instalând, în același timp, o nouă atitudine socială și sinergie. Acestea pot fi:

- o noutate pentru localitatea sau comunitatea în care aceasta se realizează (chiar dacă a fost preluată dintr-o altă comunitate sau localitate),
- poate fi o activitate, un model deja existent în domeniu, dar utilizat într-un mod nou sau cu un scop care nu a fost aplicat până acum. Exemplu: Hackathoanele au fost inițial create pentru domeniul IT. Cu timpul, acest format a fost preluat de sectorul public și s-a transformat într-un model prin intermediul căruia acum se adună oamenii dornici de a rezolva problemele sociale, educaționale, ecologice ș.a. prin gândirea de design și într-o limită de timp foarte scurtă.

NEW

10 %

INOVAȚII TRANSFORMAȚIONALE

20%

INOVAȚII AFERENTE

INCREMENTAL

70%

INOVAȚII DE BAZĂ

EXISTING

REGULA 70-20-10

Întrebarea cu care cel mai des se confruntă atât antreprenorii începători, cât și cei avansați: **Cum să creez, de unde să preiau acest "element" al inovației?** Ideea este simplă: trebuie să vă concentrați pe responsabilitățile dvs. de dezvoltare a afacerii, pentru ca întreprinderea/compania să lucreze, însă dacă o veți face tot timpul, dvs. nu vă veți dezvolta sau incorpora inovații niciodată. ^[12]

70% | Inovațiile de bază

Acest punct este despre concentrarea atenției asupra îmbunătățirii produselor și serviciilor curente care se aliniază bine cu strategia organizației. Aceasta mai înseamnă și redirectionarea a 70% din resurse pe tipurile verificate de activitate cu nivelul de risc scăzut care și-au demonstrat eficiența în trecut. Susținerea acestei activități și „alegerea unui drum care este deja mai mult sau mai puțin pășit/cunoscut”.

20% | Inovațiile aferente

Este benefic de meditat asupra ideilor inovative și asupra proiectelor drept asupra unui portfolio: trebuie să diversificați portfolio dvs. pentru a reduce riscurile și a atinge echilibrul. Din acest motiv, pe lângă activitatea de bază, antreprenorii încep să cerceteze piețele și oportunitățile aferente. Însă, o concentrație a atenției exagerată asupra oportunităților aferente poate fi mai riscantă decât concentrația atenției pe proiectele inovative de bază. Așadar, concentrația pe inovațiile aferente trebuie să cuprindă cca 20% din resursele echipei întreprinderii sociale sau clasice.

10% | Inovațiile transformazionale

Pentru a putea planifica din timp și inventa ceva nou, echipele inovative redirectionează 10% din surse pentru dezvoltarea descoperirilor și invențiilor pentru acele piețe, care încă nu există.



Aceasta implică luarea în considerare a inițiativelor transformăionale direcționale către crearea unui lucru complet nou. Inovațiile subversive deseori se pot defini drept încorporare a unei tehnologii noi care crează a ramură nouă și schimbă modul în care noi lucrăm și creăm un produs în așa mod, încât produsele și procesele anterioare să devină cu timpul de prisos și ineficiente.

Vă prezentăm mai jos un checklist pentru a putea determina dacă idea dvs. de business social este inovativă.

*Aceste întrebări vă vor ajuta să dezvoltați o rezolvare unică a problemei pe care o aveți.

ÎN PRIMUL RÂND TREBUIE SĂ DETERMINĂ PROBLEMA:

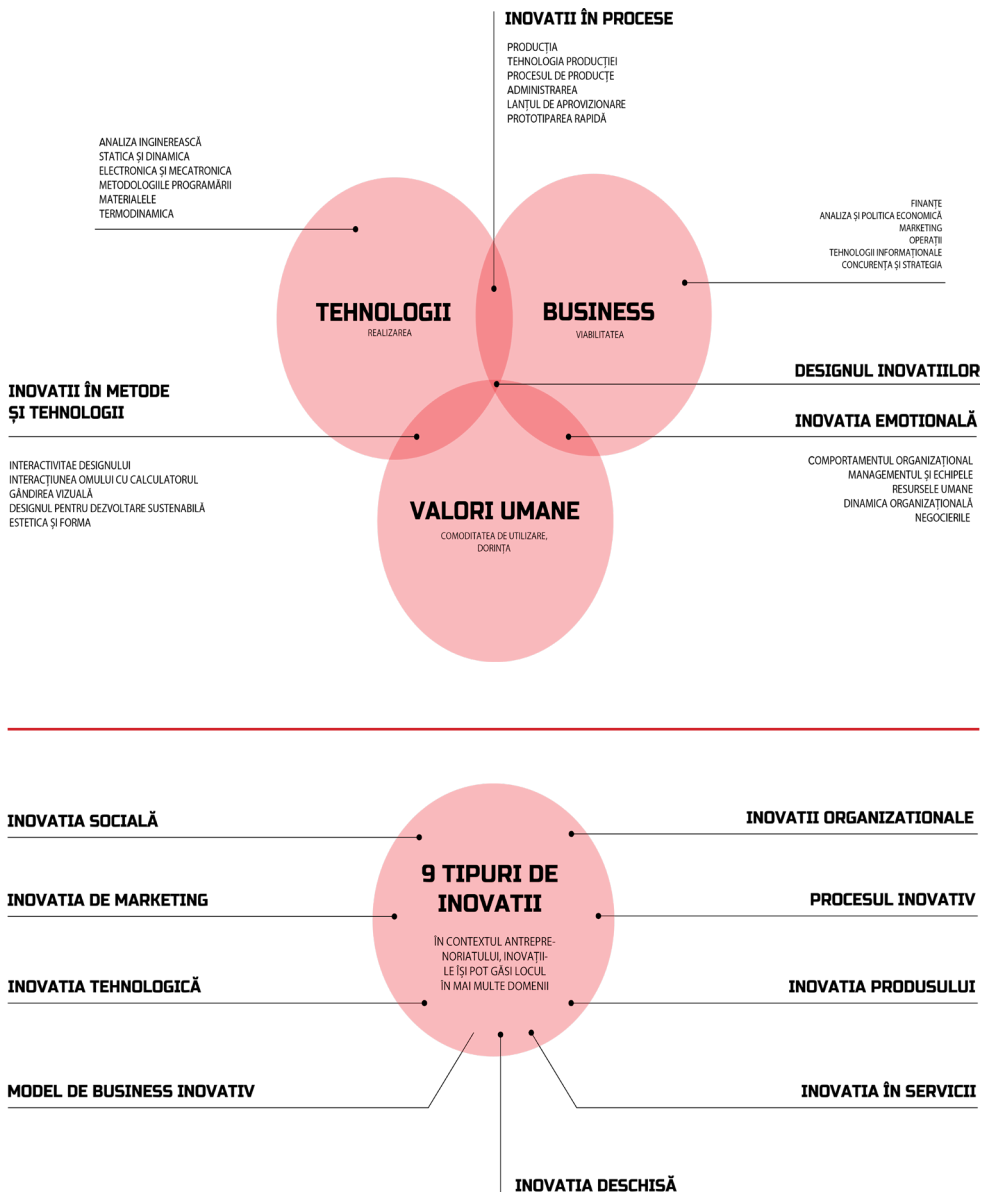
- Ce scopuri globale rezolvăm?
- Ce problemă concretă dorim să rezolvăm?
- Unde are loc această problemă? (continent, țară, regiune, ...)
- Pe cine atinge această problemă? (grupul țintă afectat)
- Ce fel de rezolvare le propun? (produs sau serviciu)

După aceasta trebuie să înțelegem și CINE LUCREAZĂ ÎN ACEASTĂ DIRECȚIE ȘI CE A FOST DEJA FĂCUT PENTRU A REZOLVA PROBLEMA DATĂ. În acest fel ne vom putea baza pe ideile altora sau chiar să colaborăm cu ei pentru a atinge scopul comun. Mai este important și să luăm în considerație toate contextele și comunitățile. Poate că o altă comunitate deja a găsit răspunsuri pe care le căutați:

- Cine lucrează cu același scop global?
- Cine lucrează asupra aceleiași probleme?
- Cine lucrează într-o regiune cu noi?
- Cine valorifică același grup țintă?
- Ce aspect face ca idea mea să fie inovativă și unică în comparație cu cele existente?

HARTA INVOAȚIILOR

(Universitatea de design Stanford) - hartă, ce deseori se utilizează în Gândirea de Design pentru a explica și căuta idei inovative.



STRUCTURA INVOAȚIILOR

Diferite tipuri de inovații se raportează la cele 3 tipuri de bază:

FORMA



**MODEL ECONOMIC
(MODEL DE BUSINESS)**

OFERTA



SISTEM DE PRODUSE

EXPERIENȚA



SERVICII



BRAND



NETWORKING



PROCES




**IMPLICAREA
CLIENTILOR**



**PREZENTAREA
PRODUSULUI**



**CANALE DE
COMUNICARE**



Inovațiile au devenit un termen popular și îl puteți întâlni oriunde, în special atunci când vorbim despre procese de business. Pentru a corespunde tendinței și a fi “pe aceeași undă”, echipa și antreprenorii se pot poziționa drept inovatori fără a fi defapt așa, sau având un volum sau eficiență foarte mică - acest fenomen poartă denumirea de “Teatru (simulație) al Inovației”. Teatrul inovațiilor descrie situația în care inițiativele inovative par eficiente și influențează businessul, dar au, defapt, o importanță NEsemnificativă.

OBIECTIVELE DE DEZVOLTARE DURABILĂ:



OAMENI

crearea condițiilor pentru viața sănătoasă, educația și participarea femeilor și copiilor



VIAȚĂ DEMNĂ

eradicarea sărăciei și lupta cu inegalitatea



PLANETĂ

conservarea ecosistemelor în interesul tuturor comunităților și a copiilor noștri



JUSTIȚIE

încurajarea unei existențe mondiale sigure a oamenilor și instaurarea instituțiilor de stat



PARTENERIATE

mobilizarea solidarității globale în interesul dezvoltării sustenabile



PROSPERITATE

dezvoltarea unei economii puternice, incluzive și transplanetare

OBIECTIVELE DE DEZVOLTARE DURABILĂ ÎN CONTEXTUL ANTREPRENORIALITĂȚII SOCIALE

“ SDG (ODD) - O LISTĂ GLOBALĂ DE PROVOCĂRI ”

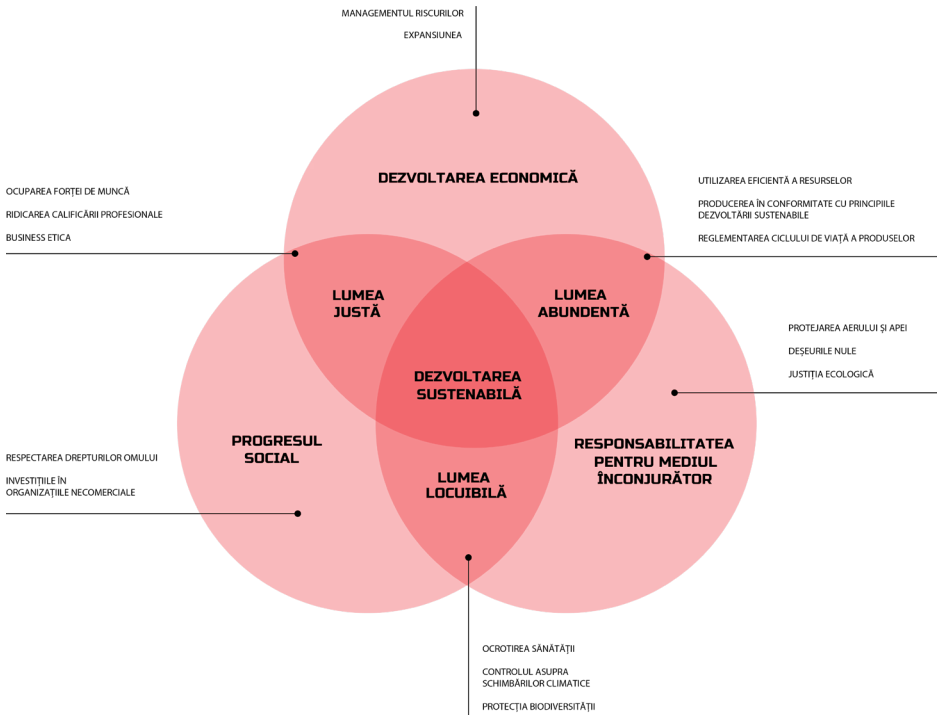
Sustenabilitate - un cuvânt complicat și tot mai popular. Dacă “proveniți” din sectorul civic, atunci la siguranță ați întâlnit aplicații, rapoarte și recomandări care au cerut să determinați în direcția cărui Obiectiv din domeniul Dezvoltării Durabile se realizează proiectul dvs.

Scopurile din domeniul Dezvoltării Durabile (ODD) reprezintă un set din 17 scopuri interconectate care a fost dezvoltat în anul 2015 de către Adunarea Generală a Națiunilor Unite în calitate de “plan de atingere a unui viitor mai bun și mai sustenabil pentru toți” [14].

Prin dezvoltare sustenabilă se subînțeleg acele procese, produse, interacțiuni, fenomene care vor fi de lungă durată și care vor fi eficiente datorită interacțiunii de succes și a luării în considerare a 3 aspecte diferite: economic, social și ecologic. Vorbind mai simplu, pentru a trăi “mult și bine”, nu trebuie să dezvoltăm sau să punem în prioritate doar 1 din cele 3 aspecte.

Trebuie să dezvoltăm și să atragem atenția la toate cele 3 aspecte, deoarece, în cazul lipsei măcar al unui din ele, existența individului, companiei sau a comunității țintă va fi nesustenabilă, adică aceasta va înceta să mai existe sau va atinge criza. Acest fenomen mai poartă și denumirea de “abordare holistică”.





Scopurile în domeniul dezvoltării durabile servesc drept sursă inițială de inspirație pentru rezolvarea problemelor sociale care apar la nivel regional, la scară de stat, în Uniunea Europeană sau chiar în întreaga lume. În 2015, Organizația Națiunilor Unite (ONU) a determinat 17 ODD-uri și le-a introdus în Agenda de dezvoltare durabilă 2030. Fiecare Obiectiv își are rezultatele sale planificate și indicatori pentru măsurarea progresului. În total, lista ODD cuprinde 17 obiective, 169 de rezultate planificate și 304 indicatori. Poziția centrală în cadrul deceniului 2020–2030 o ocupă necesitatea de a lua măsuri pentru lupta cu sărăcia, împunerea femeilor și fetelor și remedierea urgențelor climatice ^[15].

DE CE ACEST FAPT ESTE IMPORTANT PENTRU ANTREPRENORIATUL SOCIAL?



Această abordare holistică și balansată stă la baza economiei sociale. Adică, în caz ideal, fiecare întreprindere socială își va aduce contribuția sa în atingerea ODD-urilor. O practică bună pentru căutarea ideilor o reprezintă analiza Obiectivelor (ODD) și determinarea acelor care prezintă un interes personal sau profesional și care reprezintă o problema determinată actuală și realistă în comunitatea dvs.



PRINCIPIILE (CRITERIILE) ANTREPRENORIATULUI SOCIAL

În țările în care este prezentă o bază legală formată cu privință la antreprenoriatul social în economie, cetățenilor le vine mai ușor să identifice noțiunea de Întreprindere Socială, deoarece ea este stipulată în textul legii. În Republica Moldova există noțiunile de “întreprindere socială” și “antreprenoriat social” în legea nr. 223. Însă nu întotdeauna definiția din lege descrie complet și menționează fiecare aspect. Cu atât mai mult, ce să facă persoanele care trăiesc într-un stat în care nu este formulată o asemenea lege (acestea fiind foarte multe!)?

ANTREPRENORIATUL SOCIAL CA TIP DE ACTIVITATE ESTE, ÎN PRIMUL RÂND, DESPRE VALORI.

Valori și principii! Anume ele definesc “regulile” în baza cărora se crează, inventează și realizează întreprinderile sociale.

Noi deja am menționat cele **4 componente ale Antreprenoriatului Social**: misiune socială și impact, model de business profitabil, administrate democratică și sustenabilă, inovația socială.

Acum urmează să vorbim despre valori și principii. Noi am adunat punctele de referință din mai multe surse și le-am combinat într-o listă comună. Important: nu toate întreprinderile sociale vor corespunde în totalitate cu principiile menționate în continuare, așadar noi prezentăm doar o variantă ideală, însă aceste principii servesc mai mult ca și un punct de orientare și autoverificare, adică: cât de real este ceea cu ce mp ocup și se poate oare identifica acesta drept Întreprindere Socială?

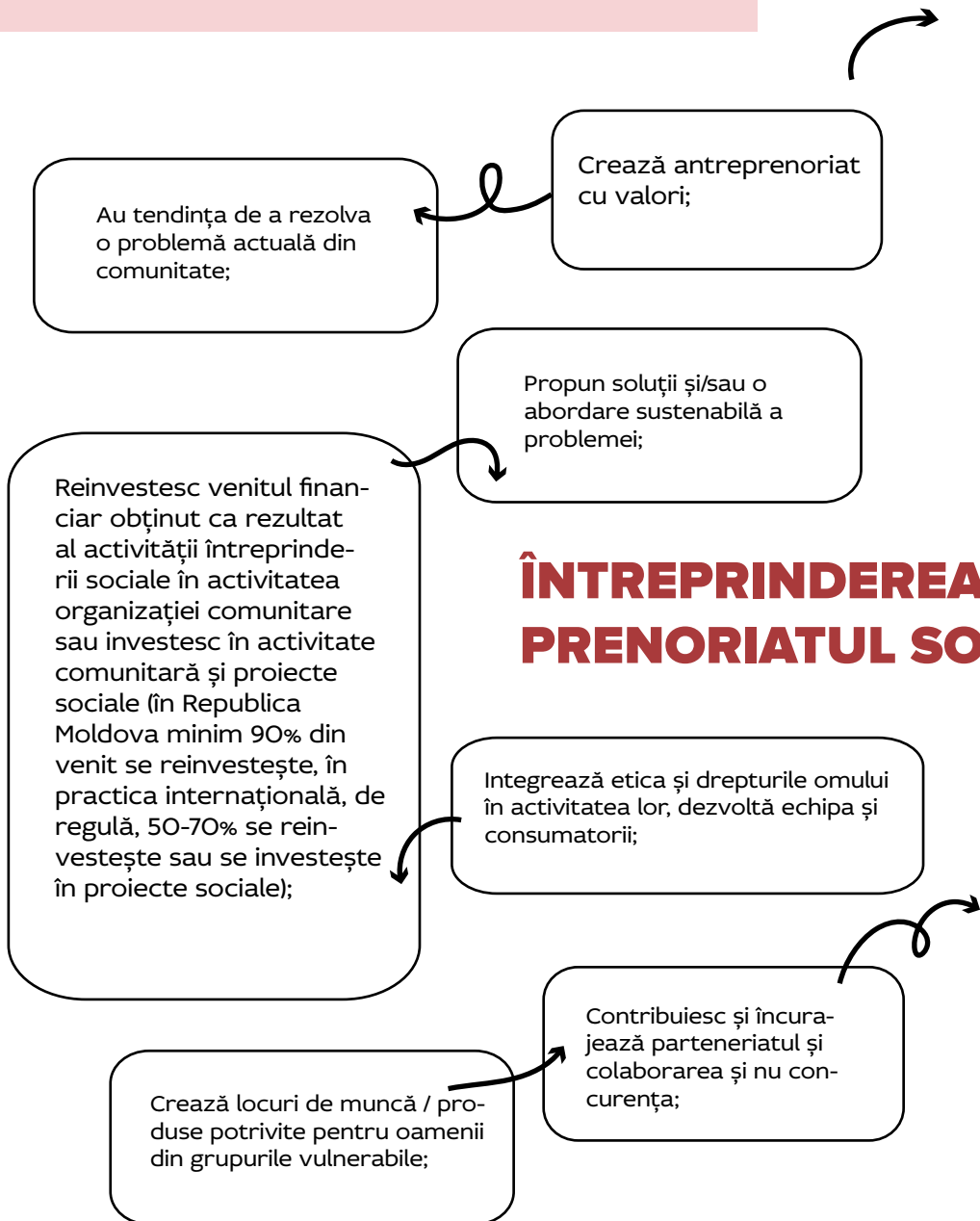


ANTREPRENORIATUL SOCIAL

TREBUIE / POATE: ^[16]

1. fi a întreprindere micro sau mică;
2. să tindă la impact social pozitiv care poate fi măsurat în conformitate cu problemele sociale identificate în domeniile specifice;
3. să urmărească un scop social de bază și evident: scopul social este acel scop care aduce folos societății și/sau mediului înconjurător;
4. să genereze mai mult de 50% din venitul total din activitate economică, ceea ce înseamnă, că întreprinderea socială trebuie să se ocupe de o activitate continuă de producere și/sau schimb de produse și/sau servicii;
5. să reinvestească mai mult de 80% din venit în impact social pozitiv și măsurabil;
6. să atragă părțile interesate (stakeholderii) în administrare;
7. să nu fie persoane juridice publice sau private care sunt controlate de stat sau de municipalitate, partid politic sau grup religios; acest fapt înseamnă, că întreprinderea socială nu trebuie să fie administrată direct sau indirect se către organele de stat sau organizațiile comerciale; ÎS la fel au dreptul la "voce";
8. să nu se ocupe de business legat de substanțe explozive, tutun ș.a.
9. să aibă limite de repartizare a venitului și/sau a activelor: misiunea socială trebuie să fie mai presus decât obținerea venitului;
10. trebuie să aibă o administrație incluzivă, adică să fie caracterizat de procese de participare și/sau de luarea democratică a deciziilor;
11. un scop de business care să reflecte depășirea sărăciei sau a unui sau a mai multor probleme din domeniile (spre exemplu educație, ocrotire a sănătății, acces la tehnologii, mediu înconjurător) care amenință oamenii și comunitatea; să nu maximizeze venitul (legătura cu ODD)
12. să aibă sustenabilitate financiară și economică;
13. să utilizeze așa un instrument financiar, ca Impact Fondul (Fondul social). Impact Investorilor li se rambursează doar suma investiției sau nu se rambursează deloc componenta financiară. Dividendele nu se achită, doar banii investiți. Atunci când suma investițiilor se valorifică complet, venitul companiei rămâne la companie (sau fond) pentru extindere și îmbunătățire.

*Formulăm principiile și valorile antreprenoriatului social reieșind din mai multe observații și experiență internațională (de la autorii ghidului).



ȘI ANTRE- CIAL

Cel puțin 60% a venitului provin din activitate antreprenorială, vânzări sau servicii, și doar restul procentelor din surse de finanțare nerambursabile;

Includ și promovează inovațiile în procesele și produsele lor;

Colaborează cu organele publice de administrare locale și le includ în procesele de promovare și recunoaștere;

Susțin producătorii locali și, în măsura posibilităților, utilizează produse locale (în calitate de materie primă etc.);

Poate fi concentrat pe unui sau a mai multor Obiective de Dezvoltare Durabilă.

Nu aduc daune mediului înconjurător și ecologiei - impactul social al businessului constă în diminuarea poluării sau eliminării a altor probleme ecologice, dar acest fapt nu este obligatoriu. La fel, deseori în AS se întâlnesc practici de prevenire a daunei aduse mediului înconjurător. Este important de menționat că tema rămâne a fi una "sensibilă și controversată", deoarece acest principiu se bazează pe valori personale. Spre exemplu o persoană poate considera, că produsele de origine animală nu pot fi produse a unei întreprinderi sociale, deoarece producerea cărnii și a lactatelor este unul dintre cele mai distructive procese pentru climă; alții consideră, că o întreținere mai "etică" a animalelor și transformarea procesului de producție în unul ciclic va avea mai mult sens și va diminua daunele, ceea ce este mai





ECOSISTEMUL ANTREPRENORIATULUI SOCIAL

Ecosistem - rețea/sistem dinamic și autoreglator care include diferiți stakeholderi (părți implicate într-un fel sau altul) și aspecte, care influențează dezvoltarea domeniului.

Ecosistemul antreprenoriatului contribuie la creșterea economică, creând un mediu favorabil pentru companii și antreprenori pentru ca aceștia să poată prospera și obține venit.

Ecosistemul antreprenoriatului social este orientat către crearea unui mediu favorabil pentru companiile și antreprenorii care crează soluții pentru problemele sociale, economice sau ecologice.



LISTA STAKEHOLDERILOR CARE SUNT PARTE A ECOSISTEMULUI ANTRE- PRENORIATULUI SOCIAL:

- Antreprenorii sociali,
- Specialiștii naționali și internaționali,
- Businessul local mic,
- Businessul mare
- Organele administrative locale,
- Investitorii,
- Impact investitorii,
- Business-urile “verzi”
- Clienții și cumpărătorii,
- Donatorii,
- Organizarea susținerii și promovării AS,
- Universitățile,
- Beneficiarii,
- HUB-urile regionale
- Industriile creative ș.a.

IATĂ ÎN CE DOMENII LUCREAZĂ DIFERITE ORGANIZAȚII ȘI OAMENI CARE SUȘȚIN ȘI PROVOACĂ DEZVOLTAREA ANTREPRENORIATULUI SOCIAL [17]. [18].



structura insitucională



cultura antreprenoriatu-
lui social



baza normativ-legală



sustinerea abilităților și
dezvoltarea businessului



accesul la finante



administrarea, măsurarea
și raportarea impactului



accesul la piete

DOMENIUL DE APLICARE 1: CULTURA ANTREPRENORIATULUI SOCIAL

Cultura antreprenoriatului social se aplică la tradițiile și activitatea locală existente, într-un mod sau altul, în organizațiile de comunități civice și economie socială.

Indicatori:

- 1.1. Organizațiile active ale sectorului civic și ale economiei sociale promovează antreprenoriatul social pe teritoriul vostru.
- 1.2. În localitatea, orașul, satul dvs. se petrec evenimente informaționale pe acest subiect.
- 1.3. Educația promovează dezvoltarea abordării pozitive a antreprenoriatului social.
- 1.4. Universitățile și/sau cercurile științifice lucrează activ în domeniul antreprenoriatului social.
- 1.5. Se adună date statistice despre întreprinderi sociale.

DOMENIUL DE APLICARE 2: STRUCTURA INSTITUȚIONALĂ

În această direcție se iau în considerație susținerea instituțională de dezvoltare a întreprinderilor sociale, inclusiv întrebarea dacă există un organ oficial pentru acest scop.

Indicatori:

- 2.1. Organele instituționale susțin și interacționează cu întreprinderile sociale.
- 2.2. Mecanismele de coordonare eficientă ajută la sinergia dintre organele de stat la toate nivelele de administrare statală.
- 2.3. Procesul de dezvoltare a politicii de susținere a dezvoltării întreprinderilor sociale aduce un caracter incluziv.
- 2.4. Există o strategie de dezvoltare a antreprenoriatului social oficial aprobată.
- 2.5. Realizarea strategiei de dezvoltare a antreprenoriatului social este planificată într-un mod clar.

DOMENIUL DE APLICARE 3: BAZA NORMATIV-LEGALĂ

Este dificil de diferențiat întreprinderile sociale de alte întreprinderi și organizații fără o recunoaștere oficială.

Indicatori:

- 3.1. Întreprinderile sociale sunt recunoscute oficial.
- 3.2. Legislația cu privire la întreprinderile sociale este actuală și a fost elaborată împreună cu părțile interesate relevante.
- 3.3. Procedurile administrative specifice întreprinderilor sociale sunt accesibile și clare.

DOMENIUL DE APLICARE 4: ACCESUL LA FINANȚE

Accesul la finanțare are un rol cheie pentru dezvoltare întreprinderilor sociale. Aici sunt importante următoarele aspecte: existența pieței financiare, stakeholderii și organizațiile specializate care susțin accesul întreprinderilor sociale la finanțare.

Indicatori:

- 4.1. Aspectele pieței financiare sunt adunate într-o singură sursă (hartă, schemă).
- 4.2. Întreprinderile sociale au acces la tipul de finanțare corespunzător etapei de dezvoltare.
- 4.3. Întreprinderile sociale sunt susținute cu ajutorul accesului la resursele/serviciile specializate.
- 4.4. Un număr suficient de sponsori privați specializați sunt focusați activ pe întreprinderile sociale.
- 4.5. Politicienii se adresează activ la investitorii de bază pentru a ridica nivelul de cunoștințe referitoare la întreprinderile sociale.

4.6. Mediul administrativ este utilizat pentru finanțarea întreprinderilor sociale atât direct, cât și prin intermediari.

DOMENIUL DE APLICARE 5: ACCESUL LA PIEȚE

Întreprinderile sociale trebuie să dețină un acces potrivit atât la piețele de stat, cât și la cele private.

Indicatori:

- 5.1. Întreprinderile sociale utilizează posibilitățile tehnologiilor noi pentru a ieși pe piețe.
- 5.2. Întreprinderile sociale dețin accesul la piețele publice.
- 5.3. Organele de stat oferă susținere în prestarea serviciilor sociale - ÎS aplică/participă în procese deschise ale tenderilor sau achizițiilor.
- 5.4. Întreprinderile sociale au condițiile loiale speciale pentru aplicarea la tendere.
- 5.5. Întreprinderile sociale utilizează posibilitățile care sunt oferite pe piețele private.
- 5.6. Există măsuri care susțin accesul întreprinderilor sociale la piețele private.

DOMENIUL DE APLICARE 6: ABILITĂȚILE ȘI SUSȚINEREA DEZVOLTĂRII BUSINESS-ULUI

Întreprinderile sociale, motivația de bază a cărora este impactul social, nu mereu dețin abilitățile de dezvoltare și realizare a modelelor de business de succes - este puțin dezvoltată sau absentă competența antreprenorială.

Indicatori:

- 6.1. Programele speciale de instruire sunt disponibile pentru întreprinderile sociale.
- 6.2. Întreprinderile sociale dețin accesul la programele de coaching și mentorat.
- 6.3. Structurile de susținere a dezvoltării business-ului sunt disponibile pentru întreprinderile sociale.
- 6.4. Comunitatea susține dezvoltarea întreprinderilor sociale.

DOMENIUL DE APLICARE 7: ADMINISTRAREA, MĂSURAREA ȘI RAPORTAREA IMPACTULUI

Deși administrarea impactului și raportarea au o importanță deosebită pentru întreprinderile sociale, acest proces poate fi atât costisitor, cât și dificil de îndeplinit.

Indicatori:

- 7.1. Întreprinderile sociale dețin accesul la metodele de măsurare și/sau raportare a impactului (impact measurement).
- 7.2. Indicatorii de impact și metodele de raportare se dezvoltă împreună cu comunitatea întreprinderilor sociale.
- 7.3. Există inițiative de ridicare a nivelului de informare despre măsurarea impactului și/sau raportare.

7.4 Posibilitățile de măsurare a impactul și/sau a raportării sunt discutate în cadrul dezbaterilor publice și sunt luate în considerare în procesul de dezvoltare a politicilor.

Instrumentul pe care noi îl utilizăm pentru identificare și reflexie personală poate fi găsit aici: <https://betterentrepreneurship.eu/en/node/add/social-quiz> ^[19]

În general, există o corelație între nivelul de recunoaștere a întreprinderii sociale, instituționalizare, dimensiunile și accesibilitatea la finanțare. Totuși, potențialul întreprinderilor sociale este încă îndepărtat de posibilitatea de utilizare maximă și există posibilități de îmbunătățire a ecosistemelor în care lucrează întreprinderile sociale, în special în ceea ce ține de cei patru stâlpi, pe care aceștia se bazează, adică:

- abilitatea de autodeservire,
- organizarea,
- vizibilitatea și recunoașterea,
- resursele și studiile,
- educația și dezvoltarea abilităților.

ABILITATEA DE AUTODEZVOLTARE

- implicarea în activitatea civică
- rețelele și mecanismele de susținere reciprocă

RESURSELE

- resursele nerambursabile pentru lansare și consolidare
- resursele care aduc venit activității
- resursele rambursabile
- privilegiile impozitare și fiscale

VIZIBILITATEA ȘI RECUNOAȘTEREA

- recunoașterea politică
- recunoașterea juridică
- recunoașterea privată
- autorecunoașterea

ECOSISTEMUL ANTREPRENORIA- TULUI SOCIAL

CERCETĂRILE, INSTRUIRILE ȘI DEZVOL- TAREA APTITUDINILOR

- studiile de caz
- instruirea pentru întreprinderile sociale și educația în domeniul antreprenoriatului social
- dezvoltarea aptitudinilor



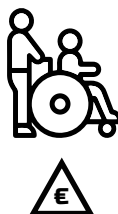


TIPURI DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE

Întreprinderile sociale se diferențiază, în primul rând, după modelele de interdependență dintre calea de obținere a venitului și generarea impactului social.

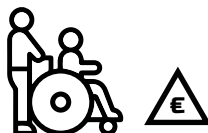
Modelul 1: activitatea aduce impact social și care generează venit desinestător.

IMPACT MODEL/ BUSINESS MODEL



Modelul 2: în cadrul modelului de business există servicii integrate care generează o valoare adițională din punctul de vedere al impactului social.

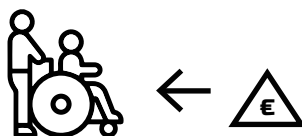
IMPACT MODEL



BUSINESS MODEL

Modelul 3: Modelul economic al întreprinderii deține venit și deja acest venit se utilizează pentru un alt tip de activitate care crează schimbări sociale.

IMPACT MODEL



BUSINESS MODEL

ACTIVITATEA SOCIAL-ANTREPRENORIALĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA

poate fi executată de către întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție care sunt orientate către îmbunătățirea condițiilor de viață și furnizarea posibilităților pentru oamenii din categoriile vulnerabile ale populației prin consolidarea coeziunii economice și sociale, inclusiv la nivel de comunități locale, prin angajarea în câmpul muncii, dezvoltarea serviciilor sociale în interesul comunității, amplificarea integrării sociale ^[21].

În acest tabel sunt prezentate caracteristicile fiecărei forme de întreprindere socială ^[22]:

	ÎNTEPRINDERE SOCIALĂ	ÎNTEPRINDERE SOCIALĂ DE INSERȚIE
SCOP	Întreprinderea socială execută o activitate social-antreprenorială pentru a rezolva problemele sociale care reprezintă interes pentru societate.	Întreprindere socială îndreptată prioritar spre crearea locurilor de muncă și angajarea în câmpul muncii a persoanelor din categoriile social vulnerabile.
FONDA-TORI	Asociații obștești, fonduri, culturi religioase, companii private și/sau persoane fizice.	
STATUT JURIDIC	<ul style="list-style-type: none"> Organizație non-profit cu mențiune în cartă privind activitățile care aduc profit Societate cu răspundere limitată, cooperativă de producție 	
CONDIȚII DE OBTINERE A STATUTULUI	<ul style="list-style-type: none"> Asigurarea persoanelor asociate cu drept la voce egal, indiferent de participare la capitalul autorizat; Reinvestirea a cel puțin 90% din venit pentru atingerea scopurilor propuse; 	

CONDIȚII
DE OBȚI-
NERE A
STATUTU-
LUI

- Aplicarea principiului de egalitate socială pentru angajați, asigurarea nivelurilor juste de rambursare a muncii între care nu poate fi o diferență ce întrece raportul de 1 la 5;
- Lipsa datoriilor la bugetul statului;
- Stabilirea în actul constitutiv a domeniilor în care își desfășoară activitatea, precum și faptul că:
- nu distribuie bunurile dobândite din momentul obținerii statutului de întreprindere socială din activitatea de antreprenariat social și mai mult de 10% din profituri între membrii săi și fondatori, inclusiv în cazul reorganizării sau lichidării;
- în caz de lichidare, transferă proprietatea rămasă după satisfacerea creanțelor creditorilor către una sau mai multe întreprinderi sociale, întreprinderi sociale de inserție sau organizații nonprofit care au primit statutul de întreprindere socială sau întreprindere socială de inserție.

PRIVILEGIU

Consultații gratuite de la organele administrative și instituții pe subiectele de creare și/sau dezvoltare a businessului;
Dreptul de a participa în procedurile de încheiere a contractelor de achiziții publice, în conformitate cu legea cu privire la achizițiile publice;
Ajutor de stat în cadrul programelor aprobate în conformitate cu legislația în vigoare.

Alocarea anumitor spații și/sau terenuri care sunt în proprietatea de stat a unităților administrativ-teritoriale, în conformitate cu Legea nr. 436/2006 privind administrația publică locală, cu scopul de a desfășura activitatea pentru care i-a fost acordat statutul de întreprindere socială de inserție;
sprijin în promovarea produselor fabricate și/sau furnizate, a serviciilor prestate sau a lucrărilor efectuate în cadrul comunității, precum și în stabilirea locurilor de vânzare a acestora;
sprijin în promovarea turismului și a activităților conexe prin utilizarea patrimoniului istoric și cultural local;
alte beneficii și scutiri de impozite prevăzute de autoritățile publice locale în conformitate cu legislația în vigoare.

DOMENIILE DE ACTIVITATE ALE ANTREPRENORIALULUI SOCIAL

Domeniile de activitate ale antreprenorialului social pot fi analizate din mai multe puncte de vedere. Haideți să începem cu misiunea și impactul social. Vom aduce mai jos, în calitate de exemple, cele mai populare domenii de impact social pe baza cărora se crează modelul de business:

- Integrarea în piața de muncă - instruirea și integrarea oamenilor cu necesități speciale, din grupuri social vulnerabile și a celor neangajați.
- Servicii sociale individuale - ocrotirea sănătății, bunăstarea și serviciul medical, instruirea profesională, educația, serviciile de îngrijire a copiilor, serviciile pentru persoanele vârstnice sau ajutorul persoanelor nevoiașe.
- Dezvoltarea locală a zonelor și teritoriilor vulnerabile - întreprinderile sociale în zonele rurale îndepărtate, scheme de dezvoltare/restaurare a microrai-anelor în spații urbane, ajutor acordat cu scopul de dezvoltare și colaborare cu țările terțe.
- Servicii sociale și comunale, spre exemplu consultarea și lucrul cu tineretul, microfinanțarea, locul de trai temporar pentru oamenii fără adăpost ș.a.
- Servicii comunale, spre exemplu întreținerea spațiilor publice, servicii de transport, evacuarea deșeurilor, reabilitarea foștilor infractori ș.a.
- Industria solului și ocrotirea mediului înconjurător și a stării ecologice, spre exemplu diminuarea deșeurilor, reciclarea, energia regenerabilă etc.
- Activitatea cultural-turistică, de sport și sănătate, sportul amator, conservarea patrimoniului istoric, promovarea științei, cercetării și inovației.
- Practicarea solidarității cu țările în curs de dezvoltare (spre exemplu prin promovarea comerțului echitabil).
- Protecția drepturilor omului și ale comunităților (spre exemplu protecția drepturilor consumatorilor).

ÎNTEPRINDERILE SOCIALE ÎȘI DEZVOLTĂ ACTIVITATEA ÎN DIFERITE SECTOARE.

Întreprinderile sociale și economia socială acționează, la general, în cele mai diverse sectoare ale conomiei. ^[23]

OCROTIREA SĂNĂTĂȚII ȘI SER- VICIILE SOCIALE

sărăcia, integrarea în câmpul
de muncă, integrarea
socială

OCROTIREA SĂNĂTĂȚII, COMER- ȚUL ȘI COMERȚUL CU AMĂNUNTUL

organizarea comerțului
just (Fair Trade), magazine
locale

CULTURA ȘI MASS-MEDIA

cinematografe, teatre,
festivaluri

CONSTRUCȚIILE

bateriale de construcții
sustenabile, construcția
pasivă

TURISMUL

hosteluri pentru tineri,
turism eco

EDUCAȚIA

școli, centre de excelență,
eradicarea analfabetis-
mului

SECTORUL ENER- GETIC

inițiative comunitare cu
privire la surse de ener-
gie regenerabilă

PRODUCEREA

echipament de izolare,
împachetare, poligrafie

BĂNCILE ȘI FINANȚAREA SO- CIALĂ

cooperative sau fonduri
de economii comune

INDUSTRIA ALI- MENTARĂ

agricultura ecologică,
lanțuri trofice cu deficit,
supermarketuri coopera-
tive sau vii

SERVICIILE ICT

furnizori ICT și inițiative
de susținere a ICT

RECICLARE

centre de uz repetat
și reciclare, reciclarea
stofei, magazine sec-
ond-hand

MOBILITATEA

mobilitatea ecologică și
în comun, inițiative de
promovare și reparare a
bicicletelor

IMOBILIARUL

cooperative locale,
fonduri funciare comune,
obiecte ocupate tem-
porar

ȘI MULTE ALTELE...

MODELUL ECONOMIC AL ÎNTREPRINDERII SOCIALE

În cadrul creării modelului economic businessurile sociale se pot diviza în 4 categorii, punctele de start ale cărora vor fi următoarele aspecte:

<p>MODELUL INOVAȚIONAL (Model în care este prezent ceva nou) Este important de a înțelege faptul, că modelul inovațional nu asigură includerea incluzivă a grupurilor vulnerabile</p>	<p>INTEGRAREA la locurile de muncă ale Întreprinderii Sociale</p>	<p>Modelul de GENERARE A VENITULUI - în cadrul acestui model impactul social provine din venitul care se investește spre bine</p>
<p>Mixed Model - Model mixt</p>		

Câteva exemple a business abordării și a creării ideilor pentru întreprinderile sociale sau verzi ^[24].

1. COMPENSARE ÎNCRUCIȘATĂ - Grupul de clienți achită pentru serviciu. Venitul acestui grup se utilizează pentru a subsidia serviciul unui alt grup, vulnerabil.
2. PLATA PENTRU SERVICII. Beneficiarii achită în mod direct produsele sau serviciile prestate de către întreprinderea socială.
3. ANGAJAREA ȘI DEZVOLTAREA ABILITĂȚILOR. Scopul de bază constă în faptul de a asigura salarizarea muncii, dezvoltarea abilităților și educația profesională a beneficiarilor, adică a angajaților.
4. INTERMEDIAR DE PIAȚĂ. Întreprinderea socială activează în calitate de intermediar sau distribuitor. Beneficiarii sunt furnizorii produselor și/sau serviciilor care sunt răspândite pe piața mondială.
5. CONECTOR DE PIAȚĂ. Întreprinderea socială ușurează relațiile de piața dintre beneficiarii și piețele noi.

6. **SUȘȚINERE INDEPENDENTĂ.** Întreprinderea socială aprovizionează piața externă cu un produs sau un serviciu care se diferențiază de beneficiar și impactul social creat. Fondurile sunt folosite pentru susținerea programelor sociale adresate beneficiarului.
7. **COOPERATIVĂ.** Întreprindere profitabilă sau non-profit care aparține membrilor săi care la fel utilizează serviciile prestate de întreprindere, acceptând orice tip de produs sau serviciu.



MĂSURAREA IMPACTULUI SOCIAL

Măsurarea impactului social al întreprinderii este foarte importantă, deoarece aceasta va asigura:

- Dezvoltarea abilităților interioare
- Îmbunătățirea planificării strategice
- Maximizarea eficienței și productivității activității organizației
- Evaluarea și monitorizarea activității și proiectelor proprii
- Extinderea capacităților de contabilitate
- Implicarea și participarea grupurilor țintă
- Motivarea obiectivă a echipei
- Sistematizarea și organizarea informației
- Ridicarea nivelului de încredere a celor din jur
- Consolidarea comunicării cu privire la valoarea socială creată de organizație
- Demonstrarea eficienței a rentabilității sociale a investițiilor
- Atragerea capitalului și a investitorilor
- Ridicarea nivelului de vizibilitate

Cu ajutorul acestor puncte putem ajunge la concluzia, că impactul social poate ajuta întreprinderile sociale să:

1. seteze scopuri reale;
2. controleze și îmbunătățească nivelul de performanță;
3. seteze soluțiile prioritare
4. obțină un acces mai competitiv la piețele de capital.

Atunci când vorbim despre impact, avem în vedere mai degrabă schimbările de lungă durată care au loc în societate și în mediu.

În momentul lansării businessului social ipoteza dvs. trebuie să se bazeze pe schimbările de lungă durată ale societății.

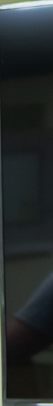
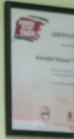
Metodologia măsurării impactului întreprinderii sociale se bazează pe următoarele principii:

1. Principiul reciprocității - presupune pregătirea întreprinderii sociale de a servi interesele colectivului fără de a se aștepta la o oarecare remunerare, dar contând pe faptul, că aceasta (remunerarea) există, chiar dacă nu se întoarce în mod direct la întreprinderea socială în cauză.

2. Principiul subsidiarității - acceptarea rolului secundar al economiei sociale în ceea ce ține de satisfacerea nevoilor sociale, misiunea de bază rămânând a fi a statului și a instituțiilor sale. În acest fel statul rămâne a fi figurantul principal în domeniul social fără de a avea posibilitatea de a se scuti de responsabilitățile sale față de cetățeni. Rolul statului nu trebuie să fie unul dur: dacă economia socială este îndeajuns datorită rolului său social asumat, atunci statul poate trece din rolul figurantului la cel al garantului.

debited

70K



3. Principiul responsabilității sociale - în cadrul economiei sociale, responsabilitatea socială se acceptă benevol, fără de urmărire a anumitor privilegii pentru imagine, privilegii impozitare sau comerciale, scopul imediat și indirect fiind satisfacerea nevoilor societății.

4. Principiul independenței economice - presupune că întreprinderile economiei sociale dețin atât libertatea financiară, cât și libertatea în luarea deciziilor. După scutirea de la unele dintre responsabilități este destul de natural ca statul să scutească întreprinderile economiei sociale de la achitarea impozitelor împovărătoare doar până în acel moment cât activității întreprinderilor sociale îi reușește să completeze rolul activ al statului în satisfacerea unor nevoi sociale anumite.

5. Principiul repartizării bunăstării începe de la idea, că, la nivel individual, antreprenorul social dezvoltă întreprinderea socială pentru ca, în final, angajații și/sau grupurile interesate să fie remunerate în corespundere cu nevoile sociale existente. Odată ce venitul se întoarce în societate, întreprinderea socială poate satisface diverse nevoi sociale.

6. Principiul simetriei sociale - presupune recunoașterea de către stat a rolului economiei sociale în satisfacerea nevoilor sociale. Ca rezultat, statul trebuie să accepte rolul întreprinderii sociale, inclusiv pe cale de scutire față de impozite și taxe plătite de alte persoane juridice. În condițiile în care întreprinderile sociale își îndeplinesc rolul social, achitarea taxelor sociale către stat este nejustificată.

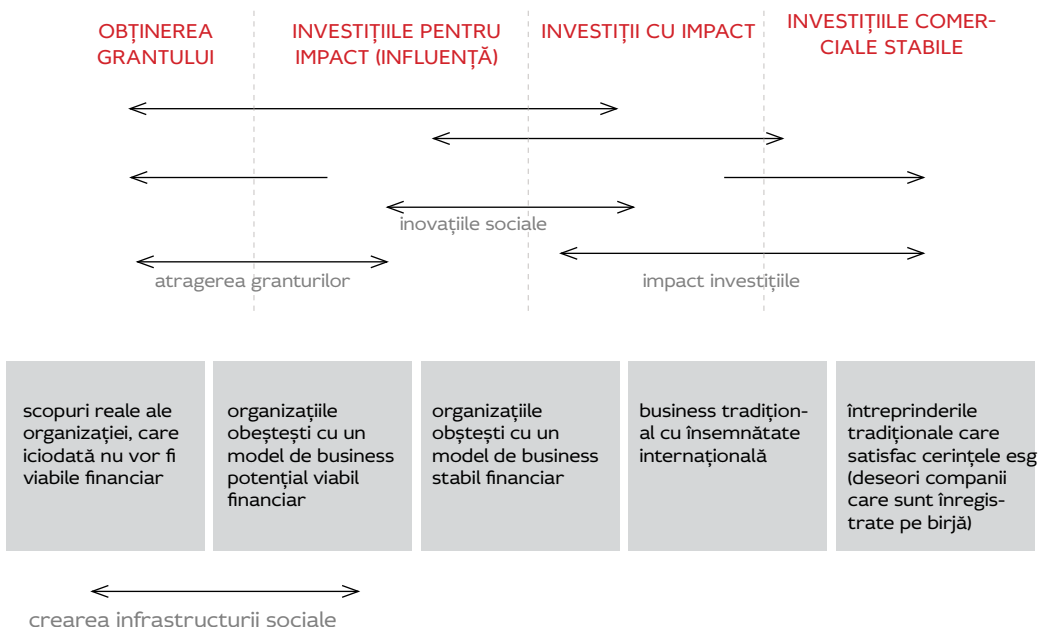
Ceea ce au în comun principiile descrise mai sus este că sunt inițiative de jos în sus menite să reflecte schimbarea socială bazată pe nevoi reale și acțiuni reale.



INOVAȚIILE DE IMPACT (SAU SOCIALE)

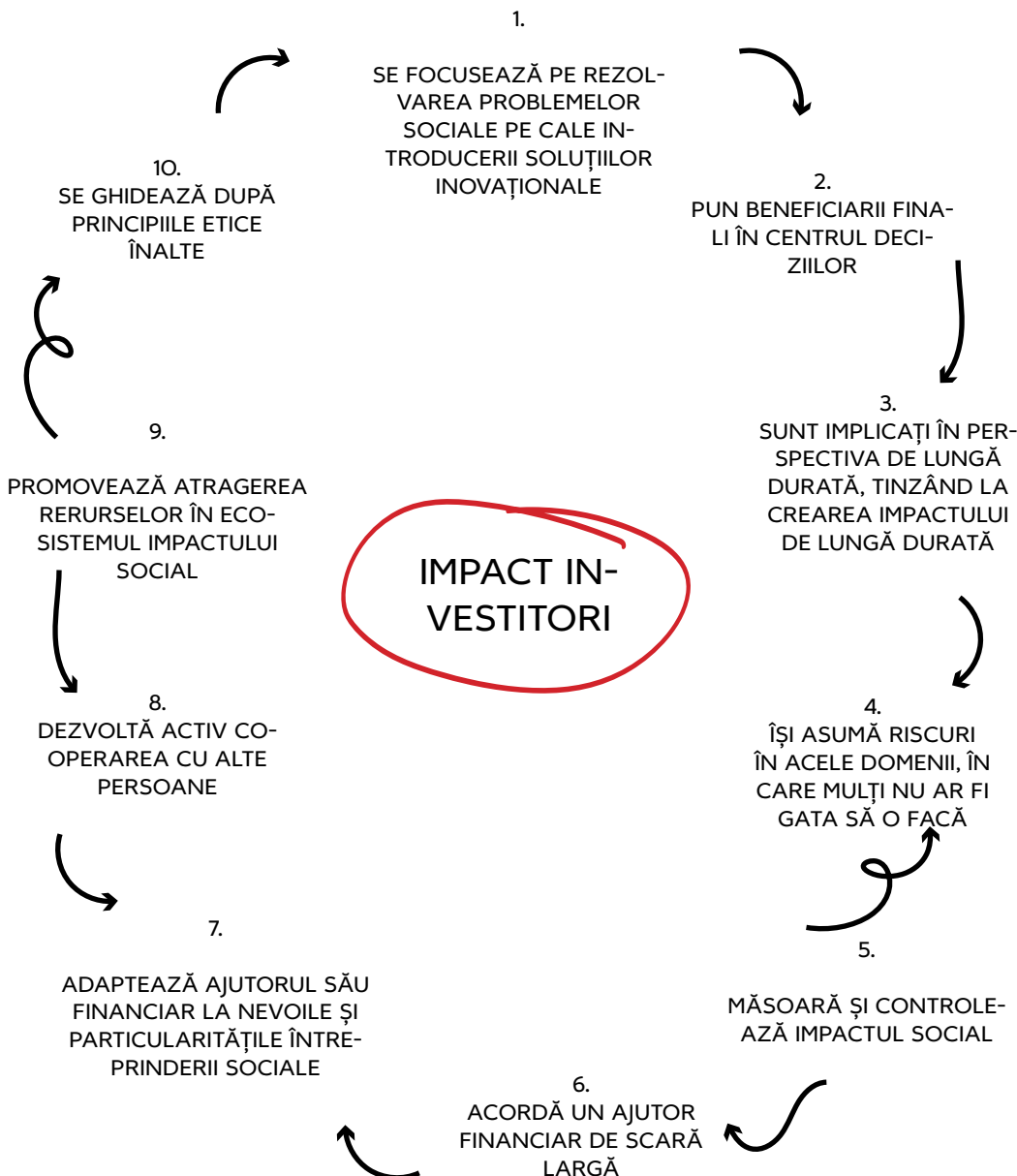
Termenul de “investiții sociale” se referă la “politicile menite să consolideze abilitățile oamenilor, promovând, în același timp, implicarea lor în viața societății și economiei”. Însă, de regulă termenul de “investiții sociale” sau “investiții de impact” se subînțelege drept furnizare și utilizare a capitalului pentru a obține profituri sociale și financiar (profituri mixte). Impact investițiile - furnizarea și utilizarea capitalului cu scopul de obține profit social și financiar. Investițiile sociale presupun rambursarea unei părți sau a finanțării în întregime - însă, în unele cazuri, în special în țările Parteneriatului Estic, rambursarea resurselor financiare investitorului nu are loc și acestea rămân în conturile impact fondului care oferă aceste resurse.

El poate cuprinde creditele, acțiunile, obligațiile și uneori se utilizează împreună cu alte instrumente ca garanțiile și underwriting. Ca și în cazul altor investiții, atunci când business obiectul al investițiilor lucrează bine, venitul obținut poate fi, în majoritate, reinvestit în business și propus investitorilor. Investitorii în rezultate sociale pun pe balanță profiturile sociale și financiare la care se așteaptă de la investiții în conformitate cu prioritățile lor personale. Ei deseori cad de acord cu un profit financiar mai mic pentru a obține un impact social mai mare. ^[4]



CARTA IMPACT INVESTITORULUI

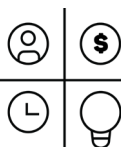
Impactul investitorii se bazează pe 10 principii care sunt incluse în Carta EVPA (European Venture Philanthropy Association), datorită cărora se determină principalele direcții ale investițiilor:



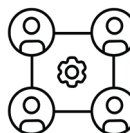
BUSINESSUL SOCIAL



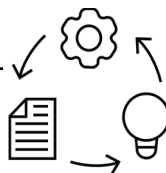
PROBLEMA SOCIALĂ
(Социальная проблема)



RESURSE
PRINCIPALE
(Основные ресурсы)



PRINCIPALII
PARTENERI
(Основные партнеры)



PROCESE DE AFACERI
(Бизнес-процесс)



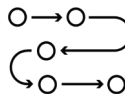
STRUCTURA COSTURILOR
(Структура затрат)



BENE
(Бенеф



IMP
(Вли



PROCESE DE GE
(Процессы со



MONITORIZA
(Мониторинг



50% DE REDISTRIB
(50% перераспре



FIARIII
рициары)



PACT
ияние)

NERARE A IMPACTULUI
оздания воздействия)

REA IMPACTULUI
г воздействия)

BUIRE A PROFITULUI
еделение прибыли)



IDEE INTREPRINDERII SOCIALE
(Идея социального предприятия)



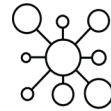
SEGMENTUL DE
CLIENTELĂ
(Клиентский сегмент)



PROPUNERE DE
VALORI
(Ценностное
предложение)



RELAȚII
(Связи)



CANALE
(Каналы)



FLUX DE VENITURI
(Поток доходов)

BIBLIOGRAFIE

- [1] <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-O4-17-875-en-n.pdf>
- [2] <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-current-and-future-roles-f904b89f/> Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles, pag. 3
- [3] Source: Adapted from OECD, 2020 - <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-current-and-future-roles-f904b89f/> Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles, pag. 5
- [4] European Commission, 2011. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/502fc6ef-en.pdf?expires=1654976015&id=id&accname=guest&checksum=E110170745D-1E1D891FE221A136C1006> стр. 22, BOOSTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT IN LITHUANIA, In-depth policy review, OECD 2019
- [5] (Social enterprises and their ecosystems in Europe | Comparative synthesis report, pagina 8)
- [6] https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_11_881
- [7] Social Entrepreneurship - GUIDEBOOK FOR CSOs, Nazareth Seferian
- [8] Частично взята из Typology of Social Enterprises, Alter 2007
- [9] A guidebook to social entrepreneurship, Neringa Stroputė ir, Modesta Kairytė, https://sua.lv/wp-content/uploads/2018/10/VLleidinys_ENversija_digital.pdf
- [10] <https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp>
- [11] OECD LEED, 2000
- [12] <https://www.itonics-innovation.com/blog/702010-rule-of-innovation>
- [13] <https://www.itonics-innovation.com/innovation-guide>
- [14] United Nations (2017) Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017, Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development
- [15] sustainabledevelopment.un.org
- [16] *Versiunea de lucru a Legii cu privire la Businessul Social (Draft Law on Social Business, submitted to Parliament (Bill No 18-6947, 2018), BOOSTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT IN LITHUANIA © In-depth policy review OECD 2019 (pagina 50)
- *Harta întreprinderilor social și a ecosistemelor acestora în Europa (A map of social enterprises and their eco-systems in Europe), EUROPEAN COMMISSION, 2015 (pag. 11),

* Șapte Principii ale Businessului Social (Seven Principles of Social Businesses, developed by Yunus and Reitz)

[17] Angela Achitei, RAPORT DE ANALIZĂ A SITUAȚIEI ACTUALE ȘI A PROVOCĂRILOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE DEZVOLTAREA ANTREPRENORIATUL SOCIAL ÎN R. MOLDOVA. "Dimensiunile ale antreprenoriatului social în România și Republica Moldova", 2019 https://academiaadv.ro/dimensiuni-ale-antreprenoriatului-social-in-romania-si-republica-moldova/#Raportul_de_analiza_a_antreprenoriatului_social_in_R_Moldova_pastru_objective_specifice_de_dezvoltare_a_sectorului

EU Commision_Ecosystem SE_Synthesis report FINAL, pagina 89

[18] Key concepts for raising awareness about social enterprise in Europe and related actions

(http://base.socioeco.org/docs/report_geces_final_15_novembre.pdf Social Enterprises and Social Economy going forward

[19] <https://betterentrepreneurship.eu/en/node/add/social-quiz>

[20] Social enterprises and their ecosystems in Europe (Întreprinderile sociale și ecosistemele acestora în Europa / Comparative synthesis report, pagina 10.

[21] Исследование "СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, БИЗНЕС И НКО: МЕЖДУНАРОДНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ". Тирасполь, 2022

[22] Baseline report in the Republic of Moldova. Економіко-правовий аналіз. EU-4Youth - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні, 2020. Pag. 14-29]

[23] - Adapted from OECD, 2020.

[24] - <https://www.toppr.com/guides/business-management-and-entrepreneurship/social-entrepreneurship/creating-a-social-business-model/>

EcoVisio

Departamentul Antreprenoriatului Social și Impact Business

AO «EcoVisio»



ecovisio.moldova
HUBAntreprenoriatSocialMD
antreprenoriatsocial.md



@se_hub_md
@ecovisio



info@ecovisio.org



<https://www.ecovisio.org/>
<http://sehub.ecovisio.org/>
<https://iarmareco.md/>

НП «Ассоциация социальных предпринимателей»



socialbusinesshub2022



@association_so-
cial_business



tiras.socialplatform@
gmail.com



<https://social.innovation.md>

Mai multe oportunități și informații despre antreprenoriatul social
pot fi găsite la adresa: antreprenoriatsocial.md

Chișinău, Moldova, 2022