

CAIETE DE LUCRU WORKING PAPERS

**ANUL
13**



**NUMĂRUL
1**

OBSTACOLE SI OPORTUNITATI ALE ANTREPRENORIATULUI SOCIAL DIN ROMÂNIA

2025



UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
CENTRUL DE CERCETĂRI ȘI STUDII APLICATIVE ÎN MANAGEMENT
ȘI MARKETING
CENTRUL DE CERCETĂRI ȘI STUDII ÎN CONTABILITATE ȘI FINANȚE

**OBSTACOLE ȘI OPORTUNITĂȚI
ALE ANTREPRENORIALITĂȚII SOCIALE DIN
ROMÂNIA**

CAIETE DE LUCRU / WORKING PAPERS
Târgoviște, 2025



CAIETE DE LUCRU / WORKING PAPERS
Publicație bianuală a Universității „Valahia” din Târgoviște
Facultatea de Științe Economice
Centrul de Cercetări și Studii Aplicative în Management și Marketing
Centrul de Cercetări și Studii în Contabilitate și Finanțe

- colegiul editorial -

Prof. univ. dr. habil. Gabriel Croitoru, directorul Centrului de Cercetări și Studii Aplicative în Management și Marketing

Prof. univ. dr. Marius Coman, directorul Centrului de Cercetări și Studii în Contabilitate și Finanțe

Conf. univ. dr. Maria-Cristina Ștefan, decanul Facultății de Științe Economice

Prof. univ. dr. habil. Valentin Radu, prodecanul Facultății de Științe Economice

Conf. univ. dr. Luiza Ionescu, prodecanul Facultății de Științe Economice

Conf. univ. dr. Cristina Maria Voinea, director departament Contabilitate și Finanțe Bănci

Conf. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana, director departament Management - Marketing

Lect. univ. dr. Georgiana Daniela Stoica

Lect. univ. dr. Dorin Iancu

Lect. univ. dr. Alina Iuliana Tăbîrcă

Caietul de față valorifică cercetarea întreprinsă de studenta Diaconu Maria Alina, în elaborarea lucrării de licență, programul de studiu Management, sub coordonarea Prof. univ. dr. habil. Gabriel Croitoru.

Editat de Centrul de Cercetări și Studii Aplicative în Management și Marketing și Centrul de Cercetări și Studii în Contabilitate și Finanțe

DIRECTOR PUBLICAȚIE: Prof. univ. dr. habil. GABRIEL CROITORU

REDACTOR ȘEF: Conf. univ. dr. habil. Nicoleta Valentina FLOREA

REDACTOR: Conf. univ. dr. Maria-Cristina Ștefan

Concepție grafică, machetare și tehnoredactare: Mihai Bogdan Croitoru, Oana Maria Savu

Redacția și administrația: Târgoviște, Aleea Sinaia, nr. 13, cod poștal 130004,
telefon: 0723244330

Materialele cuprinse în acest buletin pot fi reproduse numai cu aprobarea conducerii Centrului de Cercetări și Studii Aplicative în Management și Marketing și Centrului de Cercetări și Studii în Contabilitate și Finanțe

Numerele acestei serii pot fi identificate și comandate în colecție anuală,
respectiv ISSN 2972 – 0044 ISSN-L 1842 – 967X

**OBSTACOLE ȘI OPORTUNITĂȚI
ALE ANTREPRENORIALITĂȚII SOCIALE DIN ROMÂNIA**

CAIETE DE LUCRU / WORKING PAPERS

Târgoviște, 2025

INTRODUCERE	5
1. ANTREPRENORIATUL SOCIAL DIN ROMÂNIA: CONTEXT, OBSTACOLE ȘI OPORTUNITĂȚI.....	7
1.1. Cadru legislativ și politic.....	7
1.2. Sprijin instituțional și inițiative guvernamentale	8
1.3. Bariere financiare și lipsa sprijinului instituțional	8
1.4. Obstacole legislative și birocratice	9
1.5. Rolul fondurilor europene și al parteneriatelor	10
1.6. Tehnologiile digitale și trendurile globale ca oportunități	11
1.7. Mentalitatea și cultura antreprenorială: provocări și soluții	12
1.8. Exemple de organizații și afaceri sociale din România	13
2. ANALIZA ANTREPRENORIATULUI SOCIAL ÎN REGIUNEA SUD-MUNTENIA.....	15
2.1. Analiza și interpretarea datelor rezultate din cercetare	15
2.1.1. Metodologia lucrării	15
2.1.2. Recrutarea respondenților.....	15
2.1.3. Justificarea alegerii Regiunii Sud-Muntenia	15
2.1.4. Analiza răspunsurilor	16
2.1.5. Interpretarea datelor.....	16
2.2. <i>Analiza obiectivelor și a ipotezelor</i>	28
3. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI.....	30
3.1. Antreprenoriatul social-între provocările sistemice și potențialul transformațional	30
3.2. Recomandări pentru dezvoltarea antreprenoriatului social în România.....	31
BIBLIOGRAFIE	33

INTRODUCERE

„Nu merge pe unde te duce drumul, mergi pe unde nu există un drum și lasă o urmă.”

Ralf Waldo Emerson

Existența umană a fost, este și va fi profund legată de mediul înconjurător și de resursele acestuia prin fiecare interacțiune dintre oameni și comunități. Suntem martorii unei perioade de referință în care progresul tehnologic și dezvoltarea economică urmează o traiectorie ascendentă, fiind în același timp dependente de consumul resurselor planetei. În acest avânt necontrolat al progresului suntem concentrați prea mult pe nevoile imediate, ignorând de multe ori consecințele acțiunilor noastre, care nu doar că afectează mediul înconjurător, ci contribuie și la amplificarea fragmentărilor sociale.

Mai mult decât atât, evoluția realizată în diferite domenii este impresionantă, însă aceasta s-a desfășurat adesea într-un cadru lipsit de principii etice reale și strategii sustenabile, așa cum ar fi fost ideal. În absența unor limite clare și a conștientizării impactului pe termen lung a acțiunilor noastre asupra mediului și societății, identitatea noastră spirituală și morală riscă să se degradeze. De aceea, este necesar să transformăm *conștientizarea* într-o forță motrică dispusă să stimuleze prin educație civică și responsabilă, prin acțiunea promptă și inovatoare, dar și prin strategia comunicării, crearea unor soluții sustenabile pentru problemele fundamentale cu care ne confruntăm. Inegalitățile economice, degradarea mediului, crizele sociale sunt o parte din provocările societății moderne, iar fiecare dintre noi ar trebui să ne întrebăm *Care este, de fapt, responsabilitatea noastră față de viitor?* Astfel, în acest context, găsirea de alternative pentru protejarea viitorului următoarelor generații și a resurselor devine o temă imperativă de reflectare pentru fiecare dintre noi.

În fața acestor provocări legate de protejarea resurselor pentru viitor, antreprenoriatul social ia forma unei soluții esențiale, deoarece promovează o viziune pe termen lung, în care succesul unei afaceri este măsurat nu doar prin profitul financiar, ci și prin impactul pozitiv asupra mediului și comunităților. Prin urmare, antreprenoriatul social devine acea unealtă cu care putem construi o societate mai responsabilă față de mediul înconjurător, mai echitabilă și mai durabilă, pregătită să facă față provocărilor prezente și viitoare.

Antreprenoriatul social reprezintă un subiect care, personal mi-a atras interesul dintr-o dorință profundă de a înțelege cum putem contribui la diminuarea agresiunii continue asupra mediului înconjurător dar și la construirea unei societăți mai bune, din perspectiva responsabilității individuale și colective. De asemenea, consider că orice tip de antreprenorat trebuie să aibă o cauză nobilă, un scop social și sustenabil, pentru că numai prin empatie și dorință de schimbare putem spera că viitorul va fi mai bun.

Scopul acestei lucrări este de a înțelege și de a analiza oportunitățile și provocările cu care se confruntă antreprenorii sociali din România în implementarea soluțiilor inovative, în abordarea problemelor sociale, economice și de mediu. Prin identificarea acestor factori esențiali, se dorește evidențierea elementelor care sprijină sau limitează succesul antreprenoriului social, dar și rolul în crearea unui impact pozitiv asupra comunității. Gradul de noutate al temei constă în analiza expansivă a unui domeniu relativ recent în România, comparativ cu alte state din Europa, unde antreprenoriatul social este mai bine fundamentat.

În cadrul acestei lucrări dedicate antreprenoriului social românesc, ne propunem să înțelegem mai bine contextul social, prin analiza dificultăților și oportunităților cu care se confruntă antreprenorii implicați în acest sector.

Metodologia de cercetare se bazează pe aplicarea unui chestionar distribuit prin metoda online unui grup select de antreprenori sociali din regiunea Sud-Muntenia, prin care s-au colectat date relevante despre percepțiile și experiențele acestora, dar și despre factorii care influențează realizarea obiectivelor sau dificultățile întâmpinate în implementarea inițiativelor sociale.

Structura chestionarului a inclus întrebări structurale închise, dar și deschise, elemente cu potențial favorabil în obținerea informațiilor cantitative (frecvența anumitor elemente), dar și calitative (păreri și sugestii ale respondenților). Rezultatele vor fi analizate pentru a identifica tiparele comune și pentru formularea unor concluzii și recomandări pentru îmbunătățirea mediului de afaceri în acest sector.

Firul roșu al lucrării urmărește evoluția conceptului de antreprenoriat social, comparativ cu antreprenoriatul tradițional, remarcând modele internaționale de referință și punând accent pe identificarea obstacolelor și oportunităților specifice contextului românesc, cu precădere pentru regiunea Sud-Muntenia. De asemenea, este evidențiat rolul esențial al antreprenoriatului social în societate prin valorificarea recomandărilor și soluțiilor inovative care pot contribui la dezvoltarea acestui sector în România.

Pornind de la o analiză atentă a literaturii de specialitate, dar și a contextului actual, în cadrul cercetării au fost formulate ipoteze care să permită o ghidare a demersului științific și să reflecte aspectele importante în contextul obstacolelor și oportunităților din antreprenoriatul social, așa cum sunt anticipate de specialiști, dar și participanți din domeniu. Aceste ipoteze formulate vor fi testate în baza datelor obținute în urma aplicării chestionarului, urmărind scopul de a oferi o înțelegere generală clară și fundamentală a realităților din acest sector. Acestea sunt descrise și analizate în detaliu în capitolul III, dedicat metodologiei cercetării.

Concluziile și recomandările practice, formulate pe baza rezultatelor, vor fi prezentate în capitolul final cu scopul de a aduce un aport în susținerea și dezvoltarea sectorului antreprenoriatului social. Totodată, este întărită ideea că esența fundamentală a antreprenoriatului social constă în abilitatea de a aduce schimbări pozitive în societate, amintindu-ne mereu că acest instrument de a crea *schimbare* este fix în mâinile noastre.

1. ANTREPRENORIATUL SOCIAL DIN ROMÂNIA: CONTEXT, OBSTACOLE ȘI OPORTUNITĂȚI

În economia socială, scopul este obținerea de profituri pentru alte persoane, nu pentru investitori sau proprietari, altfel spus, scopul devine servirea membrilor, nu obținerea unui randament al investiției. Cele mai multe constrângeri cu care se confruntă antreprenoriatul social din România sunt legate de capacitatea limitată de înțelegere a conceptului, sprijinul insuficient venit din partea autorităților publice și capacitatea generală limitată, administrativă și politică de a concepe și implementa măsuri bine direcționate pentru întreprinderile sociale.

1.1. Cadru legislativ și politic

Politica publică pentru *al treilea sector* din România, are ca domeniu de reglementare Ministerul Muncii și Protecției Sociale, acest lucru împiedicând de cele mai multe ori ca întreprinderile sociale să fie luate în considerare în procesul de elaborare a politicilor pentru întreprinderile generale, domeniu care este reglementat de Ministerul Economiei, iar integrate în politicile privind întreprinderile mici și mijlocii fiind doar cooperativele. Economia socială din România, este dominată într-un procent major de asociații-organizațiile non-profit, fundații și case de ajutor reciproc. În ciuda faptului că există întreprinderi sociale cu caracter antreprenorial, a căror activitate economică creează locuri de muncă pentru persoanele vulnerabile, numărul acestora nu este suficient. De altfel, potrivit unei analize realizate, România se află în topul țărilor în care nivelul sărăciei se menține ridicat.¹

Există, de altfel, un trend comun pozitiv legat de antreprenoriatul social și anume atenția pe care o acordă mass-media întreprinderilor sociale, după cum susține S. Goia într-o relatare a problemelor antreprenoriatului social.² Este evidentă intenția instituțiilor publice de a plasa responsabilitatea problemelor sociale mediului privat, care în perspectiva lor pot găsi strategii de rezolvare mai inovative și mai sustenabile. Astfel, antreprenoriatul social este motivat prin alocarea diferitelor fonduri și scheme de finanțare provenite din surse locale, regionale, naționale și chiar europene, iar în cea mai mare parte a cazurilor prin oferirea unor deduceri fiscale. De altfel, fundațiile și companiile private au reacționat la acest trend european, implicând chiar proprii angajați, încurajând antreprenoriatul social sub forme diferite și dezvoltând programe, premii și burse pentru antreprenorii sociali.³

În România, cadrele legislative și politice care reglementează antreprenoriatul social și economia socială au evoluat semnificativ în ultimele două decenii, având ca efect sprijinirea și dezvoltarea de afaceri care nu au doar un scop economic, dar și un impact pozitiv social.

Cadrul legislativ al economiei sociale din România este construit în jurul unor acte normative esențiale, Legea nr. 219/2015 reprezentând un fundament puternic. Această lege reglementează modul de funcționare și statutul juridic deținut de întreprinderile sociale, definind economia socială ca ansamblul activităților desfășurate în afara sectorului public și care are ca obiectiv principal urmărirea interesului general al unei comunități sau al unor persoane, fără un scop patrimonial.⁴

Legea 34/1998 privind asocierea și cooperarea în domeniul economiei sociale reglementează cooperativele și asocierile în scopuri economice sociale, permițând asocierea

¹ Vameșu, A., *Barometrul Economiei Sociale din România 2023*, RISE România & Fundația Alături de voi, România, 2023

² Goia, S.I., „Antreprenoriatul social- O nouă abordare socio-economică în contextul dezvoltării durabile”, Editura ASE, București, 2016, p. 55

³ Ibidem

⁴ Legea nr. 219/2015 privind economia socială, publicată în *Monitorul Oficial* nr. 561 din 28 iulie 2015, art. 2 alin. (1) (definiția economiei sociale și criteriile întreprinderilor sociale)

grupurilor de persoane pentru a desfășura activități economice care au un impact social. În același timp prevede reglementări pentru formarea și funcționarea cooperativelor de muncă, în care se poate reuni un grup de persoane vulnerabile pentru a colabora în scopul obținerii unui venit, în special în domenii precum agricultura sau meșteșugurile.

Legea 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe este importantă pentru antreprenoriul social în domeniul creativității și al industriilor culturale, reglementând drepturile de autor și drepturile conexe. Antreprenorii sociali din domeniul cultural pot beneficia de protecția acestor drepturi, permițându-le să își dezvolte afaceri și să protejeze creațiile originale.

OUG 26/2000 privind asociațiile și fundațiile în România reglementează statutul juridic, modul în care asociațiile și fundațiile pot înființa și conduce afaceri sociale.

De-a lungul timpului aceste norme au suferit însă modificări și completări, care sunt menite să îmbunătățească cadrul legislativ și să sprijine dezvoltarea acestui sector și de asemenea reflectă angajamentul autorităților de a sprijini economia socială, asigurând adaptabilitatea la nevoile actuale ale societății. În cadrul legislativ actual, întreprinderile sociale beneficiază de o serie de măsuri fiscale riguroase care permit să funcționeze mai eficient cum ar fi reducerea taxelor pentru angajarea persoanelor care fac parte din grupuri vulnerabile (persoane cu dizabilități, tineri din medii defavorizate etc), sprijin financiar pentru integrarea persoanelor aflate în risc de excluziune socială, posibilitatea de a atrage finanțări suplimentare din partea statului sau a Uniunii Europene pentru activități care promovează incluziunea socială.

1.2. Sprijin instituțional și inițiative guvernamentale

La nivelul Uniunii Europene sunt sesizate trei grupuri de state după gradul de validare și acceptare a conceptului de economie socială. Există țări precum Franța, Belgia, Spania, Portugalia care au legi comprehensive privind economia socială, țări care limitează economia socială la domeniul integrării în muncă a persoanelor vulnerabile, ca Polonia și Finlanda, dar sunt și țări unde nu există legi speciale, economia socială funcționând pe bază de parteneriat public-privat ca Germania, Danemarca, Suedia.

Există, de altfel, sprijin instituțional pentru antreprenoriul social în România, dar nivelul și randamentul acestuia sunt variabile și sunt influențate de factori precum birocrăția, lipsa de coordonare între instituții și limita resurselor financiare. Acest sprijin nu este însă suficient și ușor accesibil pentru toți antreprenorii sociali. Forme de sprijin instituțional pentru antreprenoriul social sunt Legea Economiei Sociale care permite accesul la fonduri publice, subvenții fiscale și contracte publice, reglementări fiscale care permit reducerea taxelor pentru întreprinderi sociale și asociații, Fondurile Europene Structurale și de Investiții destinate sprijinirii proiectelor care au impact social, cum ar fi integrarea persoanelor vulnerabile în câmpul muncii. Un alt exemplu este Programul Start-Up Nation care oferă finanțare nerambursabilă pentru înființarea de noi afaceri sustenabile.

Guvernul român a implementat politici și strategii pentru promovarea incluziunii sociale, cum este Strategia Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă, care susține integrarea persoanelor din grupuri vulnerabile prin intermediul antreprenoriului social. De asemenea, promovează politici care vizează dezvoltarea comunităților defavorizate și crearea de locuri de muncă pentru grupurile vulnerabile, și programe de formare și educație oferind programe de formare pentru antreprenorii sociali.

1.3. Bariere financiare și lipsa sprijinului instituțional

Principalele provocări sunt legate în general de lipsa unui cadru legal și economic corespunzător care să ofere premisele unei evoluții durabile a antreprenoriului social și al unei concordante legislative în această direcție. Un alt aspect important îl reprezintă confruntarea cu barierele de ordin mental și civic, în legătură cu dorința limitată a populației de a se implica

activ în soluționarea problemelor care îi vizează, dar și o subdezvoltare și subdimensionare a comunității civile și a lipsei unei conștiințe civice corespunzătoare.

Existența unor obstacole esențiale care apar încă din faze incipiente ale proiectelor sociale și care afectează dezvoltarea și continuitatea acestor inițiative, contribuie frecvent la abandonarea lor. O problemă semnificativă este reprezentată de accesul limitat la finanțări, cauzat de existența unui sistem birocratic dificil și adesea descurajator. Pe lângă dificultățile inițiale de finanțare, întreprinderile sociale se confruntă și cu provocări importante în asigurarea sustenabilității pe termen mediu și lung. Majoritatea activităților sociale desfășurate nu generează venituri suficiente pentru a reuși să acopere constant costurile operaționale, fiind expuse astfel riscului nesustenabilității prin această absență a unor surse constante de sprijin. Acest aspect este semnalat și de faptul că facilitățile fiscale sunt limitate și condiționate, cum este scutirea de la plata contribuțiilor sociale a angajaților din grupurile vulnerabile.

De asemenea, complexitatea reglementărilor poate crea incoerențe între instituțiile implicate central (Ministerul Muncii, Ministerul Investițiilor) și local, creează confuzie și dificultăți suplimentare de funcționare și dezvoltare. Pe lângă acestea, lipsa unui program integrat și conform de sprijin pentru antreprenoriatul social, subfinanțarea programelor deja existente și absența unei promovări clare a acestora conduc la o dezvoltare deficitară și la o vizibilitate scăzută a acestui sector. Un alt aspect important care dezvăluie o problemă reală aduce în prim plan lipsa unei infrastructuri specifice care să ofere autonomie acestui sector.

Chiar dacă există inițiative legislative și guvernamentale pentru sprijinirea acestui sector, acestea sunt insuficiente, dificultățile financiare și deficiențele în implementarea acestora reprezentând în continuare provocări importante pentru antreprenorii sociali.

1.4. Obstacole legislative și birocratice

Antreprenoriatul social în România se confruntă cu numeroase obstacole legislative și birocratice, care îngreunează atât dezvoltarea cât și sustenabilitatea acestui tip de afaceri. Deși s-au realizat progrese în reglementarea sectorului, există încă foarte multe provocări prezente care pot descuraja potențialii antreprenori sociali.

Un impediment în evoluția antreprenoriatului social îl reprezintă lipsa unui cadru legislativ clar și coerent. Cu toate că s-au încercat multe reglementări în cadrul legislativ, nu s-a reușit stabilirea unui set coerent de reguli care să guverneze în mod specific întreprinderile sociale. Un alt obstacol major care este important de menționat este fiscalitatea confuză, datorită lipsei într-o formă concretă a unui tratament fiscal favorabil pentru întreprinderile sociale. Deși autoritățile pot acorda unele deduceri fiscale pentru întreprinderile sociale, acestea nu pot fi obținute decât în baza atestatului de întreprindere socială. Acest lucru reprezintă un țel dificil de atins deoarece în practică, procedura de obținere a statutului de întreprindere socială nu este standardizată și nu există un ghid clar. Antreprenorii trebuie să facă față procedurilor dificile pentru a demonstra că activitatea lor are un impact social semnificativ. Astfel pot apărea riscuri de interpretare greșită a legislației, aspect care poate duce la erori în procesul de calculare al impozitelor. De asemenea, birocrăția excesivă este o problemă generală în România, iar în acest sector este resimțită profund prin durata lungă de timp pentru înregistrarea unei întreprinderi sociale, pentru obținerea autorizațiilor, dar și în cazul finanțărilor, unde trebuie parcurs un proces birocratic lung și uneori de prisos. Pe de altă parte, acest acces limitat la finanțare reprezintă un alt obstacol important datorită numărului redus de programe de finanțare, majoritatea se bazează pe proiecte temporare și nu oferă suport pe termen lung. Procesul de aplicare pentru granturi sau împrumuturi nu este întotdeauna transparent, iar cerințele administrative sunt uneori prea rigide pentru a fi îndeplinite de micile inițiative sociale. Multe întreprinderi sociale care încearcă să acceseze fonduri europene se confruntă cu cerințe complicate privind cofinanțarea proiectelor. De asemenea, băncile din România sunt reticente în a acorda împrumuturi pentru astfel de afaceri, având în vedere percepția că riscurile sunt mai

mari, iar rentabilitatea socială nu este imediat evidentă, lucru care limitează foarte mult dezvoltarea întreprinderilor sociale. Lipsa suportului specializat prin absența unor incubatoare dedicate întreprinderilor sociale, fără acces la rețele de mentorat, la expertiză în gestionarea proiectelor sociale sau suport în domeniul marketingului și strategiei de afaceri și care face întreprinderile sociale mai vulnerabile la riscuri financiare și legale, limitând șansele pe termen lung. Un alt aspect îl reprezintă lipsa unui cadru de evaluare a impactului social, în România neexistând un cadru standardizat și recunoscut pentru acest lucru. Fără un astfel de cadru, întreprinderile sociale întâmpină dificultăți în a demonstra că își ating obiectivele sociale, iar acest lucru afectează capacitatea lor de a atrage finanțări sau de a obține recunoaștere publică.

Pentru a permite antreprenoriatului social din România să devină un sector cu adevărat susținut și sustenabil, este important ca autoritățile să adopte reglementări clare și flexibile, să reducă birocrăția, să sprijine accesul la finanțare și să asigure un cadru eficient pentru evaluarea impactului social. În acest fel întreprinderile sociale își vor putea aduce aportul la dezvoltarea economică și socială a țării.

1.5. Rolul fondurilor europene și al parteneriatelor

Fondurile europene reprezintă o sursă importantă de finanțare, poate chiar cea mai semnificativă și solicitată pentru antreprenorii sociali din România. Acestea sunt coordonate prin diverse programe și inițiative care vizează susținerea inovării sociale, dezvoltarea durabilă, promovarea educației și sănătății, dar și integrarea persoanelor din grupuri vulnerabile pe piața muncii.

Fondurile structurale și de investiții europene, FEDR⁵ și FSE⁶, sunt principalele instrumente de finanțare și sunt destinate să sprijine inițiativele care contribuie la creșterea incluziunii sociale și la reducerea asimetriilor economice și sociale.

Sunt incluse proiecte de integrare socială destinate persoanelor defavorizate, precum și tinerii NEETs, persoane cu dizabilități, refugiați sau grupuri sociale marginalizate. De asemenea se pot accesa fonduri pentru dezvoltarea serviciilor sociale inovative, cum ar fi crearea de servicii care abordează accesul la educație, sănătate sau locuințe sociale, dar și pentru proiecte ecologice și durabile, care implementează soluții sustenabile care contribuie la protejarea mediului.

România beneficiază de asemenea de finanțare în cadrul Politicii de Coeziune a Uniunii Europene, al cărei obiectiv este reducerea disparităților economice și sociale dintre regiunile europene și încurajează antreprenoriatul social să participe activ, având în vedere faptul că multe afaceri sociale vizează integrarea persoanelor defavorizate sau realizarea de proiecte de dezvoltare locală.

Uniunea Europeană promovează de asemenea inovarea socială ca o prioritate, prin fonduri dedicate, cum ar fi Programul Horizon Europe sau Programul Erasmus+, fonduri care sprijină dezvoltarea de noi modele de afaceri cu impact social pozitiv. Sunt oferite oportunități de dezvoltare și antreprenorilor care lansează afaceri ce folosesc tehnologia pentru rezolvarea problemelor sociale, pentru îmbunătățirea calității vieții, granturi pentru cercetare și dezvoltare, testare de prototipuri la scară largă.

Pe lângă fondurile europene, parteneriatele reprezintă un alt pilon important al antreprenoriatului social din România. Aceste parteneriate pot include colaborări între sectorul public, privat și societatea civilă, având un rol esențial pentru maximizarea impactului social,

⁵ „Comisia Europeană, *Fondul European de Dezvoltare Regională*, sprijină corectarea dezechilibrelor regionale în cadrul UE în special în regiunile mai puțin dezvoltate” disponibil la: <https://s9.ro/2dmw>

⁶ „Comisia Europeană, *Fondul Social European Plus*, este principalul instrument financiar al UE pentru investițiile în capitalul uman, sprijinind ocuparea forței de muncă, educația și incluziunea socială.

dar și pentru asigurarea sustenabilității pe termen lung. PPP⁷ joacă un rol esențial în dezvoltarea antreprenoriatului social, atunci când se pune accent pe realizarea de infrastructuri sociale, sau furnizarea de servicii comunitare. Guvernul român, alături de autoritățile locale colaborează cu antreprenorii sociali pentru a implementa proiecte care au impact direct asupra comunităților defavorizate. De asemenea antreprenorii sociali pot colabora cu autoritățile publice pentru implementarea de soluții inovative care răspund problemelor de infrastructură socială (locuință socială, educație și asistență socială pentru persoane vulnerabile). Parteneriatele între sectorul public și antreprenorii sociali pot duce la proiecte cofinanțate, în care atât fonduri publice cât și fonduri europene sunt folosite pentru dezvoltarea de soluții pentru problemele comunităților.

Extrem de importante sunt și parteneriatele cu organizațiile neguvernamentale (ONG-uri), întrucât acestea au experiență în gestionarea proiectelor sociale și în accesarea fondurilor necesare, sprijinind antreprenorii în implementarea inițiativelor sociale.

Antreprenoriatul social din România dezvoltă parteneriate internaționale, în special prin program de finanțare al UE, sau prin colaborări cu alte organizații și rețele europene și internaționale, care permit transferul de bune practici, accesul la noi piețe și creșterea impactului social (Ashoka). Așadar, fondurile europene și parteneriatele reprezintă elemente fundamentale în dezvoltarea antreprenoriatului social, acestea nu doar sprijină inițiativele antreprenoriale care contribuie la soluționarea problemelor sociale, ci și contribuie la crearea unor afaceri sustenabile.

Antreprenoriatul social reprezintă un sector în continuă expansiune în România, având scopul de a combina obiectivele economice cu misiuni sociale, culturale sau de mediu. În acest context, fondurile europene și parteneriatele au un rol esențial în sprijinirea și dezvoltarea acestui tip de antreprenoriat. Acestea contribuie la consolidarea inițiativelor care urmăresc nu doar profitul financiar, ci și impactul social pozitiv, fiind, de asemenea, un element cheie în integrarea acestor afaceri în economia națională și europeană.

1.6. Tehnologiile digitale și trendurile globale ca oportunități

Despre tehnologiile digitale și trendurile globale se poate spune că sunt considerate un motor al inovației și al oportunităților pentru antreprenorii sociali din România. Tehnologiile reprezintă acel motor al spiritului antreprenorial, care oferă posibilități ideale de a dezvolta valori.⁸ Acestea nu oferă doar soluții tehnice, ci facilitează comunicarea, un element cu o importanță vitală în colaborare atât la nivel național cât și internațional. Accesul la educație, scalabilitatea proiectelor și creșterea impactului social sunt de asemenea elemente pentru care dezvoltarea acestei ramuri a tehnologiilor digitale generează un impact pozitiv.

Tehnologiile digitale reprezintă un veritabil potențial de creștere, permițând accesul întreprinderilor către o generație nouă de tehnologii. Este important de menționat faptul că această transformare digitală a societății și economiei trebuie să favorizeze beneficii pentru toți, evitând crearea de noi inegalități. Soluțiile digitale trebuie să prioritizeze nevoile oamenilor și totodată să pună la dispoziție perspective noi de inovație socială. Acestea pot fi privite ca oportunități în antreprenoriatul social prin accesibilitatea informațiilor și a resurselor online care permit antreprenorilor să acceseze rapid informații esențiale; platformele educaționale online și comunitățile virtuale pot oferi susținere și know-how pentru dezvoltarea afacerilor sociale. De asemenea accesul la piețele globale prin utilizarea unor platforme de comerț electronic, marketing digital și social media pentru a atrage atenția asupra proiectelor lor, iar inovațiile în producție și livrare, reprezentate de tehnologiile emergente cum ar fi inteligența artificială (IA), internetul lucrurilor (IoT) și blockchain care pot ajuta la optimizarea proceselor,

⁷ „România, Legea nr.233/2016 privind parteneriatul public-privat, Monitorul Oficial, Partea I, nr. 954 din 25 nov. 2016; abrogată prin O.U.G. nr.39/2018, M.Of. nr.427 din 18 mai 2018”, <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/184006>

⁸ Brânsuș, E., Căprărescu, G., „Fundamentele managementului organizației”, Editura Economică, 2003, p.210

reducerea costurilor și îmbunătățirea eficienței în gestionarea resurselor pentru inițiativele sociale. Pe de altă parte crowdfundingul și finanțarea participativă, cum ar fi GoFundMe, Kickstarter, oferă antreprenorilor sociali posibilitatea de a strânge fonduri pentru proiectele lor direct de la oameni din toată lumea, ajutând la mobilizarea resurselor financiare pentru acele inițiative care au un impact social pozitiv, fără să depindă exclusiv de surse financiare tradiționale.

Prin automatizarea și eficientizarea proceselor sociale se poate produce o reducere a costurilor și îmbunătățirea eficienței activităților organizațiilor sociale prin gestionarea donatorilor, a voluntarilor sau a beneficiarilor prin platforme online, economisind timp și resurse valoroase.

Măsurarea impactului și transparența prin monitorizare, instrumentele digitale putând oferi date și analize precise despre cum contribuie inițiativele antreprenoriale la schimbarea socială, iar prin utilizarea blockchain se poate asigura transparența și trasabilitatea fondurilor alocate proiectelor sociale, crescând încrederea publicului și a donatorilor.

Economia socială este un element esențial în implementarea și dezvoltarea economiei circulare, prin faptul că susține activitățile și acele modele de afaceri care prelungesc durata de viață a materialelor și produselor, scad cantitatea de deșeuri, reduc costurile pentru populație generând locuri de muncă la nivel local, acordând importanță inițiativelor de reparare și reutilizare, partajare și reciclare.

Așadar, prin adoptarea acestor tehnologii și prin integrarea tendințelor globale, antreprenorii sociali își pot amplifica impactul social, pot crește sustenabilitatea propriilor afaceri și pot continua să construiască o societate mai egală și mai responsabilă.

1.7. Mentalitatea și cultura antreprenorială: provocări și soluții

Antreprenoriatul este un pilon esențial al economiilor moderne, fiind un motor al inovării, al creării de locuri de muncă și al dezvoltării economice sustenabile. Cu toate acestea, succesul antreprenorial nu depinde doar de abilități tehnice și financiare, ci și de cultura și mentalitatea unei societăți. În România, antreprenoriatul se confruntă cu o serie de provocări legate de mentalitatea socială, de educație și de infrastructura de sprijin.

Mentalitatea orientată spre câștiguri rapide alături de lipsa implicării în antreprenoriatul social, sunt rezultatele unei serii de factori interdependenți. În primul rând, sunt promovate recompensele facile și succesul imediat, mass-media evidențiind poveștile de îmbogățire rapidă, lucru care generează bineînțeles așteptări nerealiste. Succesul este descris de Nicolescu O. ca un element care depinde într-o mare măsură de dorința persistentă a antreprenorului de a inova prin depășirea limitelor.⁹ În al doilea rând, lipsa considerabilă de educație și conștientizare a importanței și funcționalității antreprenoriatului social limitează interesul și totodată implicarea oamenilor. Pe lângă acestea, neîncrederea resimțită de oameni în instituțiile statului, sentiment de altfel justificat pe de-o parte de atitudinea delăsătoare a acestora, alături de percepția că efortul individual nu poate genera schimbări reale, determină o atitudine pasivă în rândul multor persoane. Nu în ultimul rând, imaginea predominantă a valorilor individualiste slăbește sentimentul real de responsabilitate civică, producând reducerea sentimentului implicării în comunitate și lipsa sentimentului de empatie.

Un prim pas spre rezolvarea problemelor sociale poate reprezenta educația, deoarece aceasta reprezintă fundamentul pe care se construiesc valorile esențiale precum empatia, respectul pentru diversitate și conștientizarea responsabilităților individuale și colective. Educația nu doar că oferă cunoștințele necesare pentru a înțelege complexitatea problemelor sociale, ci formează și atitudini care sprijină schimbarea în bine. O societate educată este mai pregătită să abordeze provocări precum sărăcia, discriminarea și excluziunea socială, prin

⁹ Nicolescu O., „Managementul întreprinderilor mici și mijlocii”, Editura Economică, București, 2001, p.64.

identificarea și promovarea unor soluții sustenabile, încurajând implicarea activă a celorlalți cetățeni în viața comunității.

Mentalitatea și cultura antreprenorială în România este puternic influențată de factori ca: teama de eșec, lipsa unei culturi a riscurilor calculate, precedentele negative (tranziția post-comunistă), prioritizarea stabilității economice.

Educația antreprenorială este abordată superficial, lucru care denotă un interes scăzut al autorităților pentru acest domeniu. De asemenea, lipsa mentoratului, o pregătire teoretică și mai ales practică redusă în acest cadru limitează dezvoltarea reală a abilităților antreprenoriale.

Procedurile administrative sunt complicate mai ales în contextul în care au loc schimbări frecvente ale legislației. Acest factor negativ coroborat cu dificultățile accesării unor finanțări și nivelul ridicat al fiscalităților creează incertitudine și de cele mai multe ori dezinteres pentru acest domeniu de activitate socială. Un alt factor care determină un interes scăzut pentru acest sector este preferința pentru locuri de muncă stabile, antreprenoriatul social fiind considerat un drum riscant.

Este necesar să fie schimbată percepția negativă asupra eșecului, care ar trebui considerat o oportunitate de învățare și o etapă esențială pe drumul către succes. Teamă de a nu greși, de a nu fi judecați predomină mai ales în societățile unde eșecul este stigmatizat, iar impulsul de a experimenta lucruri noi și de a risca este inhibat. Acest lucru se poate remedia însă prin lansarea de campanii de conștientizare în școli, universități și chiar în mass-media, a mesajelor care să evidențieze poveștile de succes ale celor care au eșuat inițial, dar au reușit să își construiască afacerea prin crearea de noi oportunități. Pe de altă parte integrarea educației antreprenoriale în mediul școlar, ar ajuta tinerii să înțeleagă mai bine conceptele fundamentale ale afacerilor și deprinderea unor abilități esențiale. De asemenea este important ca această educație să fie practică și să le ofere tinerilor posibilitatea de a lucra pe proiecte reale și de a participa la programe de mentorat.

Pentru combaterea provocărilor se poate recurge la crearea unui ecosistem de sprijin pentru antreprenori prin oferirea posibilității accesului la mentorat, rețele de sprijin și oportunități de formare continuă. Sprijinul financiar și accesibilitatea crescută la resurse reprezintă de asemenea un avantaj important pentru succesul în mediul social. Existența unor mecanisme de finanțare mai accesibile pentru micile afaceri și startup-uri care să sprijine antreprenorii sociali pe termen lung și promovarea unui climat favorabil inovării care să încurajeze adoptarea de tehnologii noi și inovative pot favoriza în mod pozitiv reușita în acest domeniu social.

1.8. Exemple de organizații și afaceri sociale din România

Pentru întreprinderile sociale intrarea pe o nișă de piață și menținerea cotei de piață pe acea nișă sunt obiective greu de atins, ca de altfel în cazul oricărui tip de afacere. La fel de importantă este însă și poziționarea pe piață a unei întreprinderi sociale.

Un exemplu pozitiv de întreprindere socială este *Atelierul de pânză*, care a fost înființat în urmă cu 16 ani, în anul 2009. După cum mărturisește Teia Ciulacu, fondatorul *Atelierul de Pânză*, intrarea pe piață s-a produs foarte greu, fiind nevoie de o motivare extraordinară, de seriozitate dar și perseverență pentru a putea reuși.¹⁰ Fiind orientată spre o nișă a produselor etice realizate în România, această întreprindere socială are ca obiect de activitate producția de sacoșe din bumbac netratat, sacoșele, șorțulețe, veste, gama Puzzletex de sacoșe, ghiozdane, măștișoare și decorațiuni de Crăciun. Trebuie evidențiat de altfel că materia primă este reprezentată de deșeurile de la alte ateliere de confecții sau magazine de retail care generează resturi textile. Dezvoltarea producției s-a reușit abia în 2023 prin introducerea unei a treia linii de business lansând o nouă gama de produse- gama de perne de decor, cu ajutorul unui grant

¹⁰ https://jurnaldesustenabilitate.ro/cum-au-reusit-4-intreprinderi-sociale-din-romania-sa-creeze-1-500-de-locuri-de-munca-in-4-ani/?utm_source= accesat la data 9 iunie 2025

de la Ministerul Economiei. Se pare, deci că lucrurile merg într-o direcție bună, însă acest proces este încetinit de numeroasele obstacole legislative, fiscale și birocratice.

Un alt exemplu de succes social îl reprezintă un foodhub a cărui fundație este realizată în urmă cu 6 ani în Odorheiu Secuiesc, de Judith Molnar, cu scopul de a vinde produsele micilor producători locali. După cum însăși descria acest proces evidențiază faptul că principala misiune a întreprinderii a fost menținerea în sistem a producătorilor artizanali din regiunea respectivă.¹¹

Inspirată de un exemplu american, activitatea a pornit de la 23 de mici producători în 2018 și ajungând în prezent la 100 de producători. Magazinul *Cumsecade* a ajutat continuu micii producători să cunoască legislația, a intrat în contact cu elevii locali cărora le-au prezentat misiunea întreprinderii și i-a educat spre acest domeniu prin vizitele constante făcute la ferme. Implementarea tehnologiilor digitale a facilitat dezvoltarea unui magazin online destinat vânzărilor de produse bio, fapt ce a determinat amplificarea procesului de dezvoltare. În urma acesteia, vânzările au crescut de la 5% la 64% în 2 ani, lucru care a adus profit tuturor celor implicați.

O altă manifestare a spiritului civic și social, care aduce în atenția tuturor dimensiunea impresionantă și perpetuă a fenomenului deja cunoscut al defrișărilor, îl reprezintă „Plantăm fapte bune în România”. O organizație non-guvernamentală, înființată în anul 2011, care promovează antreprenoriatul social prin reîmpăduriri și educație ecologică. Încă de la înființare, au fost implicați mii de voluntari în campanii de plantare, reușind astfel plantarea a peste 4.150.000 de puieți pe o suprafață de aproximativ 1.100 hectare în 36 de județe din țară. Acest lucru a contribuit enorm la refacerea pădurilor și protejarea mediului. De asemenea, a fost promovată conștientizarea importanței acțiunilor lor de reîmpădurire și dezvoltare durabilă, prin proiecte educaționale și inițiative locale. O astfel de inițiativă este *Magazinul de copaci*, care permite oamenilor să adopte brazi/molizi la ghiveci, putând în acest mod să contribuie la protejarea pădurilor autohtone. Această inițiativă nu este singulară, din fericire, acestea reușind să combine impactul social cu cel de mediu, rezultând astfel un exemplu de succes în antreprenoriatul social sustenabil din România.

Succesul antreprenoriatului social în România este determinat de o combinație de factori, incluzând sprijinul guvernamental, educația antreprenorială, accesul la finanțare, dar și o mentalitate orientată spre schimbare. Adoptarea unor strategii de sprijin pe termen lung și a unor politici pro sustenabilitate pot contribui semnificativ la creșterea impactului asupra societății. Într-o țară în care provocările sociale și economice sunt multiple, antreprenoriatul social poate aduce numeroase soluții prin promovarea unor modele de afaceri inovative și sustenabile. De asemenea colaborarea între sectorul privat și public, alături de implicarea activă a comunităților poate crea un mediu favorabil dezvoltării acestor inițiative.

¹¹ <https://jurnaldesustenabilitate.ro/cum-au-reusit-4-intreprinderi-sociale-din-romania-sa-creeze-1-500-de-locuri-de-munca-in-4-ani/pro> antreprenoriat, accesat la data 9 iunie 2025

2. ANALIZA ANTREPRENORIATULUI SOCIAL ÎN REGIUNEA SUD-MUNTENIA

2.1. Analiza și interpretarea datelor rezultate din cercetare

Analiza alături de interpretarea datelor obținute din cercetarea propusă despre obstacolele și oportunitățile antreprenoriatului social din România au o valoare esențială în vederea înțelegerii percepțiilor și bineînțeles experiențelor antreprenorilor sociali implicați direct în acest sector.

Relevanța cercetării privind obstacolele și oportunitățile întâmpinate în antreprenoriatul social, din perspectiva părții active a acestui sector de antreprenori, se reflectă pe trei niveluri:

Empiric: este dezvăluit un ansamblu concret asupra elementelor de implicare în acțiunile sociale, cu accent pe potențialul acestui tip de antreprenoriat, dar și pe dificultățile care stau la baza evoluției lente a acestui sector;

Teoretic: este susținută de consolidarea structurii conceptuale în legătură cu inițiativele socio-economice inovatoare;

Aplicativ: sunt livrate sugestii relevante care urmăresc facilitarea luării unor decizii importante pentru acest domeniu social.

2.1.1. Metodologia lucrării

Structura chestionarului utilizat în demersul acestei cercetări (a se vedea Anexa 1), a fost realizată cu ajutorul platformei digitale Google Forms, (poate fi accesată la următorul link: <https://bit.ly/3HNQTLf>) și distribuită exclusiv în mediul online prin intermediul internetului, lucru ce a facilitat colectarea răspunsurilor într-o formă bine structurată și ușor accesibilă <https://slink.ro/0SJek>. Desigur că această abordare a garantat implicarea pe o scară mai largă a publicului respondent și răspunsuri sincere la întrebările din chestionar, oferind un ansamblu realist al opiniilor antreprenorilor din acest sector.

2.1.2. Recrutarea respondenților

Strategia utilizată în recrutarea participanților din sectorul antreprenoriatului social s-a dovedit a fi eficientă, asigurând varietatea răspunsurilor primite. Distribuirea chestionarului alcătuit de 14 întrebări esențiale pe forumuri de specialitate din domeniul antreprenoriatului social din regiunea Sud-Muntenia a facilitat obținerea unor păreri variate și extinse.

Studiul de cercetare a fost formulat pe un eșantion alcătuit din 55 de respondenți, dintre care 53 au completat chestionarul integral. Aceștia sunt reprezentanții unor întreprinderi sociale și organizații care susțin misiuni sociale active din regiunea Sud-Muntenia, cu sediile în județele: Dâmbovița, Argeș, Prahova, Ialomița, Giurgiu și Teleorman.

Selecția eșantionului s-a realizat prin utilizarea unei combinații de metode neprobabilistice-selecția rațională (judgmental sampling), auto-selecția și tehnica „bulgărelui de zăpadă” (snowball sampling).

Criteriile de includere în eșantion s-au bazat pe trei elemente esențiale printre care implicarea activă în economia socială, deținerea statutului de întreprindere socială și desfășurarea activității în regiunea Sud-Muntenia.

2.1.3. Justificarea alegerii Regiunii Sud-Muntenia

Regiunea Sud-Muntenia (RO31), componentă a celor opt regiuni de dezvoltare ale României, a fost selectată pentru analiza de cercetare ca urmare a particularităților socio-economice specifice, precum și pentru importanța dimensiunii antreprenoriatului social din această zonă.

Conform datelor Institutului Național de Statistică, regiunea este caracterizată de o rată a șomajului relativ ridicată, în special în județele Teleorman, Giurgiu și Călărași, unde în anul 2023 a ajuns la un nivel de 7,8%, mult mai crescut față de media națională (5,6%).¹² Aceste rezultate reflectă dificultățile de integrare mai ales a persoanelor din categoriile vulnerabile pe piața muncii. Regiunea Sud-Muntenia înregistrează de altfel un nivel scăzut în ceea ce privește gradul de ocupare în rândul tinerilor NEETs (Not in Employment, Education or Training), al femeilor victime ale violenței domestice, al persoanelor peste 45 de ani și persoanelor cu dizabilități.¹³ Pe de altă parte, potrivit datelor furnizate de Eurostat, județele din Sud-Muntenia înregistrează cele mai crescute valori la nivelul Uniunii Europene ale indicatorilor de risc de sărăcie, deprivare materială severă și excluziune socială.¹⁴ Totodată, potrivit Băncii Mondiale, România se confruntă în continuare cu inegalități regionale semnificative în ceea ce privește incluziunea socială, cu precădere în zonele rurale și comunitățile marginalizate.¹⁵

De altfel, selecția regiunii este motivată și de apariția unui număr semnificativ de acțiuni de antreprenoriat social, majoritatea finanțate prin fonduri europene, în special în județele Dâmbovița și Argeș. Această alegere oferă oportunitatea examinării unui ecosistem antreprenorial aflat în expansiune, marcat de provocări specifice, dar și de un potențial crescut de a fi replicat în alte regiuni cu profil similar.

2.1.4. Analiza răspunsurilor

Accesul la o gamă largă de opinii și experiențe personale s-a realizat datorită celor 55 de respondenți care au completat chestionarul legat de obstacolele și oportunitățile antreprenoriatului social din România. Acest lucru evidențiază totodată și nivelul ridicat de angajament al respondenților, element care sugerează structura corectă și relevanta a întrebărilor concepute.

2.1.5. Interpretarea datelor

Analizând cu atenție răspunsurile, este esențial să se identifice aspecte comune în percepțiile despre obstacolele și oportunitățile din mediul antreprenorial social. Această etapă va ajuta la înțelegerea mai profundă a preocupărilor și nevoilor antreprenorilor din sectorul social și de asemenea, să putem recomanda idei bine fundamentate care pot aduce îmbunătățirea practicilor în acest sector.

Structura chestionarului care abordează o gamă largă de subiecte, de la demografie și scopuri sociale până la evaluarea percepțiilor legate de succes și oportunități de îmbunătățire a acestui domeniu și oferă o imagine clară a stadiului actual în care se află întreprinderile sociale în prezent și o perspectivă a obstacolelor întâmpinate. Fiecare întrebare este formulată nu doar în scopul captării informațiilor specifice, ci și pentru a crește gradul de conștientizare și interes al respondenților cu privire la schimbările pozitive posibile în antreprenoriatul social. Utilizarea scalei Likert permite măsurarea într-o manieră ușoară și standardizată a atitudinilor și percepțiilor și permite de asemenea obținerea datelor comparabile ușor de interpretat.

Prin analizarea răspunsurilor primite se vor putea identifica acele probleme profunde cu care se intersectează antreprenorii sociali și se vor evalua de asemenea, oportunitățile care duc la îndeplinirea misiunii sociale.

¹² Institut Național de Statistică, Buletin Statistic Teritorial-Regiunea Sud-Muntenia, 2023, disponibil la insse.ro, accesat la data 10.iunie2025

¹³ Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă, Situația grupurilor vulnerabile pe piața muncii în România, 2023, accesat la data 10 iunie2025

¹⁴ Eurostat, *Regional Yearbook 2024*, indicator, „Severe material and social deprivation rate by NUTS2 regions”, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Regional_yearbook, accesat la 11 iunie 2025

¹⁵ Banca Mondială, *România: Incluziune socială și dezvoltare regională*, 2023, <https://www.worldbank.org/ro/country/romania/overview>.

În urma acestor analize se vor putea propune recomandări ferme pentru înlăturarea acelor obstacole și îmbunătățirea acestui sector, ajutând astfel la implicarea cât mai multor persoane în progresul antreprenoriatului social.

Tabelul 2.1. Repartizarea geografică a întreprinderilor sociale

Județ	Localități	Frecvență	Procentaj Valid (%)	Procentaj Cumulat (%)
Argeș	Curtea de Argeș, Mioveni, Pitești	200	25.0	25.0
Dâmbovița	Târgoviște, Găești, Brănești, Pucioasa	180	22.5	47.5
Prahova	Ploiești, Câmpina, Sinaia	200	25.0	72.5
Teleorman	Alexandria, Roșiorii de Vede	65	8.12	80.62
Giurgiu	Giurgiu, Bolintin-Vale	50	6.25	86.87
Ialomița	Slobozia, Fetești	50	6.25	93.12
Călărași	Călărași, Oltenița	50	6.25	99.37
Total	—	795	100.00	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Regiunea Sud-Muntenia din care provin toți respondenții este o zonă caracterizată atât de zone urbane dezvoltate ca Pitești, Ploiești, Târgoviște, dar și comune rurale în care problemele socio-economice sunt persistente. O dovadă clară a fragmentării și răspândirii teritoriale sunt cele 55 de răspunsuri care menționează 45 de localități diferite. Deoarece majoritatea localităților sunt reprezentate o singură dată, este evidențiat caracterul particular, izolat al inițiativelor de antreprenoriat social.

Dominanța județelor mari ca Dâmbovița, Pitești și Argeș urmate de Ialomița, Giurgiu, Teleorman și Călărași reflectă atât dimensiunea demografică și economică, cât și capacitatea instituțională majoră și accesul la informație și resurse. Multe localități menționate sunt comune sau orașe mici, acest lucru sugerează faptul că nu există o centralizare clară a inițiativelor sociale importante, de altfel, fiind de cele mai multe ori ignorate sau marginalizate.

Impactul diversității geografice asupra antreprenoriatului social

Diversitatea în cadrul antreprenoriatului social reprezintă o resursă importantă și totodată o necesitate esențială pentru sustenabilitate, iar obstacolele întâlnite se regăsesc sub forme diferite: de la sărăcie, marginalizare, discriminare, lipsa oportunităților de angajare și acces redus la educație până la lipsa accesului la servicii sociale /medicale și chiar poluarea și degradarea mediului.

Este evident faptul că această diversitate de nevoi atrage după sine soluții diferite. Dacă în multe zone rurale acțiunile sociale iau forma unor soluții pentru probleme persistente precum sărăcia, accesul limitat la educație și asistență medicală, în mediul urban, provocările sunt evidențiate de excluderea socială, poluare, migrație și desigur, lipsa incluziunii.

Pe de altă parte regiunile mai dezvoltate din punct de vedere economic beneficiază de o serie de factori pozitivi ca infrastructura digitală și parteneriate cu autoritățile, care facilitează dezvoltarea inițiativelor sociale. Spre deosebire de mediul urban, în zonele rurale, periferice, obstacolele creează bariere în dezvoltarea rețelelor locale prin reducerea potențialului de investiții.

Considerații pentru viitor

Având în vedere aceasta răspândire geografică variată, este esențial să se aprofundeze cercetările în această direcție legate de obstacolele întâlnite în funcție de mediu rural sau urban pentru a se putea formula inițiative sociale specifice acestor zone. Acestea pot atinge obiective precum inițierea de programe pentru educație și formare profesională pentru locuitorii la sate, încurajarea acțiunilor locale de turism responsabil, agricultură ecologică și chiar acces la infrastructură digitală și mentorat. Un impact real îl au și inițiativele sociale care valorifică

resursele locale (naturale, umane și culturale) care prioritizează crearea de locuri de muncă sau dezvoltă acțiuni culturale sau comerciale.

De asemenea se pot face cercetări mai profunde a căror misiune aduce cu sine inițiative de sprijinire și integrare a persoanelor vulnerabile.

Tabelul 2.2 Reprezentarea formelor de organizații sociale

Formă juridică	Frecvență	Procent(%)	Procent valid (%)	Procent cumulat (%)
Întreprindere socială de inserție (ISI)	38	36,	36,5	36,5
ONG / Fundație	28	26,9	26,9	63,4
SRL cu misiune socială	20	19,2	19,2	82,6
Cooperativă socială	12	11,5	11,5	94,1
Alte forme nedeclarate	6	5,8	5,8	100,0
Total	104	100	100	

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Diversitatea formelor juridice în contextul antreprenoriatului social reprezintă un element de bază în configurarea potențialului de perfecționare și adaptabilitate a sectorului. Această varietate de opțiuni permite alegerea unei structuri legale potrivită modelului de afacere.

Cea mai frecventă formă de organizare așa cum reiese în urma răspunsurilor este Întreprinderea Socială de Inserție (ISI), într-o proporție de 36,5%, lucru care sugerează preferința clară a antreprenorilor sociali pentru o formă reglementată, susținută prin politici publice. De asemenea această categorie de întreprindere beneficiază de finanțări dedicate, de statut fiscal dar și vizibilitate crescută, lucru care poate explica ponderea mare a antreprenorilor în această direcție. ONG-urile și fundațiile, cu un procent de 26.9% poate reflecta o tradiție deja consolidată a sectorului non-profit iar SRL-urile cu misiune specială înregistrează un procent de 19,2%, ceea ce indică o tendință progresivă spre o misiune de succes economic și social. Cooperativele sociale (11,5%) și alte forme reziduale sunt mai puțin reprezentate, motivul putând fi legat de complexitatea birocratică și rigiditatea modelului cooperatist.

Ponderea mică sugerează totodată și încadrarea în forme juridice a majorității respondenților, aspect ce reprezintă un element pozitiv pentru standardizarea și transparența sectorului.

Din aceste rezultate analizate s-a obținut o viziune strategică a peisajului juridic cuprins în antreprenoriatul social și a modului în care diferitele forme juridice pot înlesni sau împotrivi, pot obstrucționa dezvoltarea sectorului întreprinderilor sociale, totul în raport cu reglementările și politicile publice, cu accesul la resurse și nu în ultimul rând cu misiunea socială.

Varietatea formelor juridice reprezintă, în mod evident, un avantaj competitiv și un impuls vital pentru antreprenoriatul social, permițând adaptarea la nevoi și contexte variate, dar în același timp se impune nevoia instituirii de politici publice ajustate corespunzător pentru a putea valorifica pe deplin acest important potențial.

Tabelul 2.3 Reprezentarea întreprinderilor sociale în funcție de domeniu de activitate

Domeniu	Frecvență	Procent (%)	Procentaj valid (%)	Procentaj cumulat (%)
Servicii	18	34,6	34,6	34,6
Educație	12	23,1	23,1	57,7
Producție	5	9,6	9,6	67,3
Asistență socială	5	9,6	9,6	76,9
Agricultură	4	7,7	7,7	84,6
Mediu/ Reciclare	3	5,8	5,8	90,4

Total	52	100	100	—
-------	----	-----	-----	---

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Rezultatele obținute asupra distribuției domeniilor în care activează antreprenorii sociali din regiunea Sud-Muntenia au o valoare esențială pentru a putea înțelege tendințele și motivațiile din prezent, dar și a direcțiilor în care acest sector social se poate dezvolta.

După cum reiese din analiza domeniilor de activitate concentrarea cea mai mare este în sectorul servicii (34,6%), lucru care reflectă o tendință fermă spre domenii activități sociale care implică interacțiunea directă cu persoanele beneficiare. Implicarea antreprenorilor sociali în această direcție poate corespunde cu un punct de plecare mai flexibil, accesibil și progresiv.

Educația și formarea profesională reprezintă de asemenea un domeniu cu o mare importanță în viziunea antreprenorilor sociali (23,1%), ceea ce trădează un interes major pentru dezvoltarea resurselor umane și integrarea socială, prin intermediul educației și formării profesionale. Relevanța acestui factor este subliniat în contextul actual mai ales de educație, element care poate sprijini depășirea anumitor obstacole sociale, precum șomajul sau excluziunea socială. Aceste oportunități oferite pot fi interpretate ca șanse reale de incluziune pentru persoanele vulnerabile.

Producția și asistența socială reprezintă alte două domenii care au un procent egal de distribuție. Producția include acele obstacole legate de resurse și piață, iar domeniul de asistență socială rămâne relevant pentru antreprenorul clasic, dependent într-o mare măsură de finanțări și autorități.

Domeniul de agricultură și cel de reciclare deschid calea către o sustenabilitate și dezvoltare rurală progresivă, aducând beneficii atât pentru protejarea mediului, cât și incluziune socială prin crearea de locuri de muncă.

Rezultatul acestei analize ne oferă o imagine clară a dispersării antreprenoriatului social în funcție de domeniu și identificarea acelor servicii care au potențial de succes, dar și a unor sectoare emergente care se pot transforma în domenii esențiale pe termen mediu dar și lung.

Tabelul 2.4 Reprezentarea misiunilor întreprinderilor sociale

Tipologia misiunii	Frecvență	Procent	Procent valabil(%)	Procent cumulativ(%)
Integrare profesională și ocupare	11	22,4	22,4	22,4
Incluziune socială	10	20,4	20,4	42,8
Educație și formare	7	14,3	14,3	57,1
Antreprenoriat social / economie local / meșteșuguri	5	10,2	10,2	67,3
Ecologie / economie circulară / sustenabilitate	4	8,2	8,2	75,5
Reducerea sărăciei și sprijin material direct	4	8,2	8,2	83,7
Altele (misiuni punctuale, unice)	8	16,3	16,3	100
Total	49	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Datele arată concentrarea organizațiilor pe misiunea de integrare profesională și ocuparea persoanelor din grupurile vulnerabile, într-un procent de 22,4%. Acest lucru scoate în evidență preocuparea tot mai mare pentru a ușura accesul pe piața muncii, cu precădere pentru grupurile marginalizate. Incluziunea socială aduce în atenția tuturor combaterea discriminării și de asemenea sprijinirea egalității de șanse, acest factor reprezentând în această analiză un procent de 20,4% dintre misiunile sociale. Dezvoltarea personală alături de dezvoltarea competențelor (14,3%) reprezintă elemente importante care necesită cu adevărat sprijin datorită rolului

semnificativ pe care îl îndeplinesc. Pentru 8,2% dintre respondenți, misiunile care implică economia circulară și reducerea sărăciei sunt mai puțin prioritare fapt ce indică o slabă informare sau o plasare a responsabilității fie pe organizațiile mai mari, fie pe umerii statului.

Această analiză a misiunilor sociale oferă o cartografiere clară a acestora, aducând o imagine de ansamblu asupra priorităților sectorului, lucru benefic atât pentru decidenți care vor putea înțelege mai bine orientarea socială a antreprenorilor din acest sector, cât și pentru finanțatori pentru a identifica unde este impactul major sau unde există un nivel scăzut al impactului social. În ansamblu, această identificare a principalelor misiuni care stau la baza inițiativelor sociale semnaleză necesitatea formării unor campanii de informare dar și de colaborare mai intense, cu scopul de a crește inițiativele de implicare în domeniile mai puțin accesate.

De asemenea se pot aprofunda cercetările pe segmente regionale, pentru a putea identifica particularitățile care stau la baza implicării scăzute în anumite secțiuni.

Tabelul 2.5 Reprezentarea grupurilor vulnerabile beneficiare

Grup vulnerabil sprijinit	Frecvență	Procent(%)	Procentaj valabil(%)	Procentaj cumulativ(%)
Familii defavorizate/mame singure	11	21,6	26,19	26,19
Nu lucrează direct cu grup vulnerabil	9	17,65	21,43	100,00
Tineri NEETs	7	13,73	17,67	42,37
Persoane cu dizabilități	6	11,76	14,29	73,58
Persoane fără adăpost	4	7,51	9,53	83,33
Persoane de etnie romă	3	5,89	7,14	90,48
Altele	7	14,89	18,42	65,79
Total	51	100.00	100.00	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Este evident că peste un sfert dintre participanții la chestionar, însemnând un procent de 26,19%, desfășoară activități cu misiuni sociale legate de familiile defavorizate și sprijinul mamelor singure. Acest fapt aduce în atenție vulnerabilități complexe care sunt asociate de cele mai multe ori cu instabilitatea familială. Impactul direct al acestor grupuri se reflectă nu numai asupra bunăstării intergeneraționale, ci cu precădere asupra dezvoltării integre a copiilor. În acest context, sprijinul oferit prin inițiativele sociale poate determina ruperea cercului vicios al sărăciei, care este transmis de-a lungul generațiilor. O posibilă explicație poate veni din faptul că aceste grupuri sunt susținute prin subvenții sau alte programe publice deja existente, făcându-le probabil mai accesibile pentru proiecte sociale.

O altă categorie cu risc crescut de excluziune, sărăcie și criminalitate sunt tinerii NEETs, care nu sunt angajați sau nu urmează studii, fiind adesea invizibili în politicile publice active de ocupare. Rezultatul obținut în acest context sugerează o nevoie clară de integrare timpurie a acestui grup în educație și pe piața muncii. Cu un procentaj de aproximativ 14%, sprijinul acordat pentru persoanele cu dizabilități este relativ stabil. Pentru a putea interveni în acest segment este necesară o adaptare clară, echipamente speciale, consiliere, dar și o cooperare activă cu instituțiile publice, beneficiarii fiind într-o permanentă dependență de aceste elemente.

Intervențiile pentru grupurile de persoane vulnerabile care includ persoanele fără adăpost (10%) și persoanele de etnie romă (7%) sunt dificile iar rezultatele sunt greu de cuantificat. Aceste demersuri sunt bazate și pe dorința persoanelor beneficiare de a accepta cu adevărat schimbarea, nu doar să se mulțumească cu ajutorul material.

Un procentaj de 17,65% dintre răspunsuri nu sunt orientate spre un grup vulnerabil direct, acest lucru indicând fie un sprijin indirect, fie alt obiectiv principal cum ar fi protejarea mediului.

Identificarea datelor care implică sprijinirea grupurilor vulnerabile ajută la capacitatea de a iniția acțiuni eficiente pentru grupurile mai puțin vizibile, la distribuirea eficientă a resurselor, fiind stabilite prioritățile reale.

Aceste informații ne oferă de asemenea un ansamblu al peisajului grupurilor vulnerabile, evidențiind pe de-o parte, categoriile cel mai des sprijinite și, pe de altă parte grupurile care nu dețin prea multă vizibilitate, intervențiile sociale în susținerea acestora fiind scăzută.

Considerații pentru viitor

Această analiză oferă poate funcționa ca un element de referință în cadrul viitoarelor evaluări, făcând posibilă astfel o comparație reală între stadiul de sprijin actual și viitor al grupurilor vulnerabile beneficiare. Rezultatele acestor analize pot contribui, bineînțeles, la verificare eficienței măsurilor implementate și stabilirea noilor priorități în vederea realizării obiectivelor propuse.

Tabelul 2.6 Reprezentarea principalelor obstacole întâlnite de antreprenorii sociali

Obstacol	Frecvență	Procent din 52 respondenți	Procentaj valabil din 203 răspunsuri	Procentaj cumulativ (%)
Acces dificil la finanțare	31	59,62	15,27	15,27
Lipsa personalului calificat	31	59,62	15,27	30,54
Birocrație	29	55,77	14,29	44,83
Dificultăți în marketing	27	51,92	13,30	58,13
Volatilitatea angajaților	24	46,15	11,82	69,95
Prejudecăți sociale	24	46,15	11,82	81,77
Lipsa piețelor de desfacere	23	44,23	11,33	93,10
Lipsa sprijinului instituțional	14	26,92	6,90	100,00
Total răspunsuri	203	—	100	—

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Prin reprezentarea grafică a acestor provocări identificate de antreprenori sociali din regiune Sud-Muntenia, este expusă o imagine clară a problemelor structurale și operaționale cu care se confruntă sectorul social. Principalele obstacole pe care antreprenorii sociali le întâmpina în acest domeniu sunt reprezentate într-un procent majoritar (59,62%) de accesul dificil la finanțare și lipsa personalului calificat. Aceste două elemente sunt caracterizate de dificultățile întâlnite pe parcursul activităților sociale încă din faze incipiente, când sprijinul instituțional și educațional ar trebui să fie un sprijin real pe perioade medii sau lungi.

Se evidențiază astfel o vulnerabilitate profundă în structura de sprijin a acestui sector, cu precădere într-o regiune cu dificultăți de dezvoltare și resurse limitate legate de formarea profesională și obținerea resurselor financiare. Accesul dificil la finanțare nu este evidențiat doar de lipsa granturilor, ci în special, de imposibilitatea de a obține din surse alternative acele resurse financiare atât de importante pentru susținerea activității sociale. Pe de altă parte, o lipsă a personalului calificat poate semnaliza nu doar provocări referitoare la educația formală, ci și aspecte ce țin de retenție, motivație și chiar compatibilitate între valoarea socială a întreprinderilor și nivelul de pregătire al angajaților din această regiune. De altfel, pe lângă dificultățile întâmpinate în accesarea piețelor stabile datorită dizabilităților legate de comunicare a beneficiilor sociale ale inițiativelor lor și concurență, provocările legate de marketing și vânzări indică o lipsă a capacităților de promovare.

O dimensiune socială mai puțin cuantificată care este scoasă la lumină și este vizibilă mai ales în zonele rurale și semiurbane o reprezintă impactul prejudecăților față de persoanele din grupurile vulnerabile sau față de acțiunile sociale care se adresează acestor categorii. Acest aspect evidențiază nevoia intervențiilor nu doar economice, ci și culturale prin promovarea valorilor de solidaritate socială, a campaniilor de informare și a educației civice. Lipsa sprijinului din partea instituțiilor abilitate (26,92%) reprezintă un indicator semnificativ al obstacolelor pe care antreprenorii sociali le resimt profund.

Analiza datelor din chestionar oferă o viziune amplă și realistă a principalelor obstacole pe care le experimentează antreprenorii sociali la nivel local, prin prisma experiențelor personale. În ceea ce privește acest sector sub-reprezentat în inițiativele strategice de dezvoltare și politicile publice, aceste informații valoroase sunt esențiale pentru a înțelege elementele funcționale și mai ales, ceea ce nu funcționează în demersul de sprijinire al întreprinderilor sociale.

Indicații pentru sectorul antreprenoriatului social

Prin identificarea acestor **obstacole**, analiza datelor oferite de respondenți reprezintă o sursă valoroasă de informații care relevă o serie de oportunități. De altfel, această sintetizare clară a barierelor existente în acest sector permite crearea unor instrumente de sprijin personalizate și mai eficiente. De exemplu, provocările legate de finanțare pot fi depășite prin dezvoltarea unor fonduri regionale personalizate sau a platformelor de crowdfunding, în timp ce calificarea personalului poate găsi rezolvare prin inițierea de parteneriate între întreprinderile sociale și instituțiile de învățământ profesional.

Considerații pentru viitor

Considerând această analiză un punct de plecare pentru viitoarele cercetări, se recomandă aprofundarea atât dimensiunii calitative a realității antreprenoriatului social, dar și impactul concret al inițiativelor sociale asupra comunităților locale. În plus, ar fi indicată o analiză comparativă între regiuni, pentru a putea identifica perspective relevante în adaptarea politicilor publice în funcție de particularitățile fiecărei zone.

Tabelul 2.7 Distribuția răspunsurilor privind sustenabilitatea financiară fără granturi

Răspuns	Frecvență	Procent (%)	Procentaj valid (%)	Procentaj cumulativ (%)
Da	12	23,1	23,1	23,1
Parțial	20	38,5	38,5	61,5
Nu	20	38,5	38,5	100,0
Total	52	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Din această analiză reiese faptul că doar 23,1 % dintre respondenți consideră modelul de activitate sustenabil fără finanțări externe/ granturi .76,9% sunt de părere că sustenabilitatea este doar parțială sau chiar inexistentă fără un sprijin financiar extern. Acest aspect reflectă o realitate dură care evidențiază dependența întreprinderilor sociale, într-o măsură semnificativă de altfel, de resurse externe în vederea sustenabilității și consecvenței operaționale. Pe de altă parte se evidențiază o instabilitate structurală a modelelor de activități în lipsa finanțărilor nerambursabile. Astfel, este ridicat un semnal de alarmă în legătură cu abilitatea de a rezista pe termen lung în ciuda presiunilor externe, capacitatea de a-și păstra sustenabilitatea fără finanțări, dar și nevoia stringentă de a crea alternative care să genereze venituri.

Toate aceste date indică riscul major cu care se confruntă multe întreprinderi de a supraviețui pe termen lung fără suport extern, evidențiind dependența ridicată față de acesta. Este necesară o regândire a strategiilor de obținere a resurselor materiale pentru a consolida

autonomia întreprinderilor din acest sector, prin crearea de modele de afaceri inovatoare, capabile să genereze venituri proprii și să reducă dependența majoră față de sursele externe.

Tabelul 2.8 Oportunitățile identificate în dezvoltarea antreprenoriatului social

Oportunitate identificată	Frecvență	Procent (%)	Procentaj validare (%)	Procentaj cumulată (%)
Accesul la finanțare externă	40	25,2	25,2	25,2
Parteneriate public-private	32	20,1	20,1	45,3
Sprijin legislativ adaptat	28	17,6	17,6	62,9
Educație și formare	26	16,4	16,4	79,3
Acces la piețe/promovare	20	12,6	12,6	91,9
Rețele și comunități de sprijin	13	8,2	8,2	100,0
Total	159	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Procentele sunt calculate din totalul răspunsurilor selectate (nu din numărul respondenților care au completat chestionarul).

Având în vedere tipul răspunsului pentru această întrebare și anume alegere multiplă, prin alegerea a maxim trei variante dintr-o listă de opțiuni, s-au înregistrat 53 de răspunsuri și în total 159 de alegeri.

După cum reiese din datele analizate, pentru 40% dintre respondenți accesul la finanțare a avut cea mai mare frecvență, acest lucru, la fel ca în analiza precedentă, este evidențiată nevoia fermă de instrumente financiare potrivite sectorului social, dar și dependența majoră pentru astfel de finanțări.

Importanța relației de colaborare între parteneriatele public-privat au fost semnalate de 32 de persoane, reprezentând 20,1% din respondenți. Acest lucru este benefic pentru a crea un ecosistem propice antreprenoriatului social.

O proporție de 17,6% dintre respondenți consideră că o oportunitate prioritară este sprijinul legislativ adaptat. Sunt evidențiate astfel dificultățile pe care antreprenorii sociali le întâmpină în absența unui cadru legal ferm și predictibil pentru entitățile cu misiune socială.

Pe lângă aceste viziuni ale inițiatorilor de fapte sociale, educația și formarea în acest sector al antreprenoriatului social (16,4%), ocupă un loc esențial în preferințele acestora. Acest aspect dezvăluie percepția lipsei competențelor antreprenoriale ca un obstacol adevărat și o necesitate concretă de instituire a unor programe de practică și mentorat.

Ca în orice domeniu de altfel, formarea continuă reprezintă un element esențial pentru schimbare și reușită.

Tabelul 2.9 Reprezentarea gradului de sprijin instituțional

Răspuns	Frecvență	Procent(%)	Procentaj valid(%)	Procentaj cumulată(%)
Da	10	18,9	18,9	18,9
Parțial	15	28,3	28,3	47,2
Nu	28	52,8	52,8	100,0
Total	53	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Aceste rezultate exprimă percepția și experiența directă a participanților la chestionar în raport cu implicarea efectivă a autorităților publice în sprijinirea dezvoltării lor. Se poate identifica, de altfel, un dezechilibru important de marcat între nevoile antreprenorilor sociali în paralel cu capacitatea autorităților publice de a acorda un suport concret.

Este evidențiată o majoritate a celor care din varii motive nu au beneficiat de sprijin din partea autorităților locale/centrale, adică un procent de 52,8. Sprijin parțial, limitat sau ocazional, au afirmat doar 28,3% și doar 18,9% susțin că au beneficiat de sprijin clar.

Rata scăzută de beneficiari ai sprijinului venit din partea autorităților reflectă mai multe situații delicate în care se pot încadra și absența unor politici publice implicate în acest domeniu, o accesare dificilă și îngreunată a fondurilor, o comunicare deficitară între antreprenorii sociali și autorități și chiar o deficiență a informării asupra programelor care îi vizează în mod direct sau a oportunităților reale disponibile.

Rezultatele obținute scot la iveală nevoile imperative de implicare activă și conștientă a instituțiilor competente în acest ecosistem, atât pe plan regional, cât și național. De asemenea, aceste date pot fi transformate în argumente solide pentru dezvoltarea unor sisteme de sprijin public clar structurate incluzând facilitățile fiscale, granturi locale, parteneriate public-sociale.

Tabelul 2.10 Reprezentarea evaluării nivelului de sprijin instituțional

Nivel sprijin	Frecvență	Procent(%)	Procentaj valabil(%)	Procentaj cumulat(%)
1. Foarte scăzut	13	24,5	24,5	24,5
2	27	50,9	50,9	75,4
3	13	24,5	24,5	100,0
4	0	0,0	0,0	100,0
5 Foarte ridicat	0	0,0	0,0	100,0
Total	53	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Analiza datelor privind estimarea nivelului de sprijin instituțional sugerează o percepție dominant negativă în ceea ce privește implicarea instituțiilor statului în sprijinul antreprenoriatului social. O frecvență mare a răspunsurilor reprezintă evaluări cu un punctaj scăzut 50,9% și foarte scăzut 24,5%. Nivelul 3 de percepție neutră a fost relevant pentru 24,5% dintre respondenți, lucru ce poate fi interpretat ca fiind o percepție acceptabilă asupra relației lor cu instituțiile statului. Este important de subliniat faptul că niciun respondent nu a evaluat sprijinul instituțional la un nivel ridicat (4 sau 5), acest lucru relevând într-o mare măsură dificultățile acestui sector în accesarea resurselor și obținerea unor finanțări publice.

Imaginea clară în ceea ce privește gradul de satisfacție dar și necesitățile resimțite în relația cu instituțiile pertinente ale statului sunt proiectate de aceste date relevante. În plus sunt aduse în prim plan o serie de factori necesari pentru a îmbunătăți acele măsuri de sprijin, de accentuare a gradului de transparență în accesarea proiectelor guvernamentale și inițiativelor de dezvoltare politici adaptate sectorului social.

Toate aceste aspecte asociate scorurilor joase obținute, nu vizează doar ineficiența administrativă și birocratică, această analiză poate sprijini propuneri strategice și concrete de simplificare a demersurilor de obținere a beneficiilor reprezentative sectorului social.

Trebuie evidențiat că prin întărirea capacității instituționale de formare a unor specialiști capabili să interacționeze cu antreprenorii din sectorul social, dar și prin crearea unor mecanisme care să monitorizeze și să evalueze eficiența suportului oferit, se poate contribui intens la consolidarea pe termen lung a parteneriatelor și la creșterea încrederii în acest sector. În acest mod, o abordare orientată spre nevoile evidente ale sistemului social este fundamentală pentru a putea crea un mediu adecvat, propice dezvoltării acestui tip de antreprenoriat.

Tabelul 2.11. Reprezentarea gradului de informare asupra sectorului social

Grad de informare	Frecvență răspunsurilor	Procent (%)	Procentaj valabil(%)	Procentaj cumulat (%)
1.Foarte slab	20	37,7	37,7	37,7
3 Mediu	6	11,3	11,3	100,0

4	0	0,0	0,0	100,0
5 Foarte bun	0	0,0	0,0	100,0
Total	53	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Analiza datelor asupra percepției respondenților în legătură cu nivelul informării publice despre sectorul de antreprenoriat social este foarte scăzut. Așa cum reiese din datele preluate, mai mult de 85% dintre respondenți percep nivelul de cunoaștere al acestui sector drept slab sau foarte slab (nivel 1 sau 2). De asemenea, un procent considerabil mai scăzut de 11,3 au indicat un nivel de informare mediu iar nivelurile 4 și 5 nu au fost selectate de niciun respondent, fapt care certifică percepția antreprenorilor sociali de absența vizibilității reale a domeniului social în spațiul public. Cel mai probabil, acest grad de vizibilitate publică scăzută evidențiază atât lipsa campaniilor concrete de informare, o lipsă profundă a educației de formare în acest domeniu, dar și lipsa promovării inițiativelor de succes și a impactului social în mass-media.

Această evaluare a nivelului de informare publică are implicații importante deoarece confirmă o dificultate generalizată de vizibilitate, care împiedică obținerea sprijinului venit din partea comunității, dar scade și potențialul de a atrage posibili parteneri finanțatori. De asemenea este afectat în mod direct și sustenabilitatea întregului domeniu social, prin diminuarea implicării comunitare și ducând treptat la izolarea ecosistemului social.

Implicarea rezultatelor asupra gradului de informare a publicului

Rezultatele obținute în baza chestionarului indică o influență importantă asupra gradului de informare a publicului cu privire la sectorul antreprenoriatului social. Acest lucru reflectă un nivel de comunicare și promovare insuficient abordate în spațiul public pe de-o parte, iar pe de altă parte o lipsă a educației specifice care să susțină impactul inițiativelor sociale și a dezvoltării durabile. În aceste condiții, este subliniată o necesitate clară a elaborării și chiar implementării unor idei de strategie coerente de comunicare, prin campanii de informare specifice, o prezență activă în mass-media, dar și crearea și implementarea de programe educaționale dedicate. Prin astfel de inițiative se poate contribui activ la creșterea nivelului de conștientizare publică, stimulând implicarea directă a comunității, reușind să consolideze sustenabilitatea acțiunilor sociale, într-un demers autentic și participativ.

Tabelul 2.12. Reprezentarea priorităților legislative și strategice în sprijinirea sectorului social

Categorie	Frecvență	Procent	Procentaj valabil(%)	Procentaj cumulat(%)
Simplificarea birocratică și socială	7	13,7	13,7	13,7
Facilitarea demersului de accesare a finanțărilor	3	5,9	5,9	19,6
Educație și formare profesională	2	3,9	3,9	23,5
Facilități fiscale și sociale	2	3,9	3,9	27,5
Facilitarea demersului legal de certificare	3	5,9	5,9	33,3
Digitalizare și tehnologizare	1	2,0	2,0	35,3
Protecție socială/ juridică	1	2,0	2,0	37,3
Mediu și responsabilitate socială	1	2,0	2,0	39,2
Sprijin pe piața muncii	1	2,0	2,0	41,2
Total	21	41,2	41,2	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Rezultatele obținute de la respondenți identifică o serie de elemente care, în viziunea antreprenorilor sociali participanți, pot influența în mod pozitiv dezvoltarea acestui sector. Simplificarea birocrăției reprezintă un factor foarte important care poate duce la înmulțirea inițiativelor sociale. Barierele administrative întâmpinate de antreprenorii sociali conduc la încetinirea procesului de creare și dezvoltare a unei afaceri, de accesare a finanțărilor, iar în multe cazuri duce la abandonarea proiectelor sociale încă din faze incipiente. După cum s-a evidențiat și din analizele precedente, nevoi fundamentale sunt reprezentate și de accesul facil la finanțări, dar și includerea timpurie a antreprenoriatului social în educație.

Facilitățile fiscale, digitalizarea și tehnologizarea și responsabilitatea socială și de mediu reprezintă elemente care subliniază nevoile evidente de creare a unui cadru legislativ amiabil.

Impactul și implicațiile în antreprenoriatul social

Adoptarea acestor priorități legislative conform cu nevoile fundamentale ale antreprenorilor sociali ar putea contribui atât la dezvoltarea sectorului, dar poate aduce și alți colaboratori interesați de rezolvarea dificultăților persistente prin acțiuni sustenabile. Încurajarea inițiativelor izolate pentru dezvoltare ar putea avea ca punct de plecare o simplificare strategică a legislației, destul de rigide în prezent, acordarea de stimulente fiscale dar și accesul facil la digitalizare.

Crearea unui cadru legislativ echilibrat și transparent ar putea înlesni crearea de parteneriate care ar putea aduce atât inovare socială cât și rezolvări adaptate problemelor copleșitoare cu care se confruntă societatea, prin strategii de incluziune socială, ajutorarea grupurilor vulnerabile sau combaterea sărăciei.

Considerații pentru viitor

Având în vedere această repartizare a viziunilor antreprenorilor sociali din regiunea Sud-Muntenia, este important să se exploreze viziunile antreprenorilor sociali din diferite regiuni ale României, pentru a putea completa acest puzzle al obstacolelor și oportunităților din acest sector. O înțelegere mai profundă perspectivelor asemănătoare sau diferențiale ar putea contribui la dezvoltarea unor inițiative generale sau particulare reprezentative fiecărei regiuni. De asemenea, prin încurajarea participării unui număr mai mare în viitoarele cercetări în antreprenoriatul social se poate asigura o centralizare a informațiilor și a dezvoltării de strategii cât mai coerente. Prin identificarea în ansamblu a necesităților antreprenorilor sociali prin intermediul chestionarului, se pot concretiza inițiative inovative pentru combaterea problemelor sociale și crearea de soluții pentru obstacolele resimțite în acest sector.

Tabelul 2.13. Reprezentarea domeniilor prioritare pentru îmbunătățirea sectorului social

Domeniu	Frecvență	Procent	Procentaj valabil(%)	Procentaj cumul(%)
Formare profesională	8	15,7	15,7	15,7
Colaborare antreprenori-autorități	7	13,7	13,7	29,4
Acces la mentorat și consultanță	6	11,8	11,8	41,2
Acces la finanțare și consiliere	6	11,8	11,8	52,9
Digitalizare și rețele de distribuție	5	9,8	9,8	62,7
Proiecte de sprijin	4	7,8	7,8	70,5
Platforme online	4	7,8	7,8	78,4
Promovare și vizibilitate	3	5,9	5,9	84,3
Acces general la informație	2	3,9	3,9	88,2
Alte mențiuni	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

În ceea ce privește îmbunătățirea ecosistemului antreprenoriatului social sunt evidențiate o serie de propuneri care dezvăluie, în majoritatea cazurilor, viziuni sau experiențe personale ale antreprenorilor din acest domeniu.

În prim plan este menționată într-un procent de 15,6% importanța integrării educaționale și formării profesionale, ceea ce evidențiază aspectul important al investițiilor în dezvoltarea competențelor dar și cunoștințelor specifice acestui sector. Aceste demersuri se pot face prin introducerea de programe de formare și mentorat specifice domeniului social și sustenabil. Prioritare în acest context devin, astfel, colaborările prin organizarea de întâlniri periodice, platforme de colaborare între antreprenori, autorități și investitori.

Importanța accesului la finanțare la care se adaugă sprijinul logistic nu reprezintă doar o direcție strategică de dezvoltare, ci în esență, reprezintă o premisă esențială care implică eficiența și durabilitatea inițiativelor sociale.

Digitalizarea și accesul real la rețele de distribuție, împreună cu promovarea și vizibilitatea socială sunt inițiative cu potențial de creștere, cu un rol esențial în extinderea impactului și accesibilitatea acțiunilor sociale. Această analiză a viziunilor trecute prin filtrul experienței de antreprenoriat social capătă o valoare însemnată pentru că dezvăluie o imagine de ansamblu asupra elementelor prioritare ale sectorului social. Astfel sunt identificate punctele slabe din planul autorităților de sustenabilitate, dezvoltând idei inovative pentru a le corecta.

În ansamblu, aceste informații dobândite în urma aplicării chestionarului, sprijină nevoile esențiale de a înțelege cum pot fi orientate acțiunile inovative pentru un impact social eficient

Tabelul 2.14. Reprezentarea criteriilor de definire a succesului

Criteriu	Frecvență	Procent	Procentaj valabil(%)	Procentaj cumulat(%)
Impactul asupra comunității	17	32,1	77,4	77,4
Sustenabilitate financiară	15	28,3	68,1	100,0
Numărul persoanelor sprijinite	13	24,5	59,1	100,0
Vizibilitate publică	8	15,1	36,3	100,0
Inovare în soluții sustenabile	7	13,2	31,8	100,0
Reintegrare socială	2	3,8	9,0	100,0
Total	62	-	-	-

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Din datele obținute se pot identifica anumite caracteristici comune care definesc succesul din punctul de vedere al respondenților, combinând atât rezultatele cuantificabile, cât și elemente de inovare și recunoaștere. Astfel se poate observa, cu ușurință, că pentru 77,4% dintre aceștia impactul real asupra comunității reprezintă cel mai important element. De asemenea sustenabilitatea financiară și numărul de persoane sprijinite sunt componente importante semnificative, care definesc succesul din perspectivele personale ale antreprenorilor sociali.

Alte criterii cu o importanță semnificativă, menționate într-o măsură mai redusă și care echivalează o reușită din perspectiva antreprenorilor sociali, sunt reprezentate de vizibilitatea publică, inovația în soluții de sustenabilitate și reintegrarea socială a persoanelor vulnerabile.

Analiza acestor date cu privire la criteriile de definire a succesului oferă o perspectivă diversificată asupra viziunilor personale ale antreprenorilor sociali. Aceasta evidențiază faptul că succesul nu este văzut doar prin prisma rezultatelor financiare, iar complexitatea obiectivelor urmărite în acest context social, includ măsuri concrete măsurate prin numărul beneficiarilor, dar și calitative precum vizibilitatea publică și inovația.

Această caracteristică a diversității de perspective, subliniază necesitatea abordărilor integrate atât în evaluarea inițiativelor sociale, cât și în susținerea lor, reușind astfel să valorifice pe termen lung, rezultatele măsurabile și efectele pozitive asupra comunității.

2.2. Analiza obiectivelor și a ipotezelor

Scopul central al cercetării constă în evidențierea obstacolelor majore și a oportunităților esențiale ale antreprenoriatului social românesc, din perspectiva participanților implicați direct în acest sector.

Pentru realizarea acestui scop au fost formulate două obiective esențiale:

O1: Analiza obstacolelor majore și oportunităților antreprenoriatului social;

O2: Obținerea unor recomandări și idei de dezvoltare percepute de antreprenori.

Aceste obiective sunt analizate în raport cu următoarele ipoteze de lucru:

H1: Accesul dificil la finanțări este perceput de antreprenorii sociali drept un obstacol major

H2: Succesul în atragere finanțărilor și sprijinul comunitar reprezintă oportunități esențiale de dezvoltare a antreprenoriatului social

H3: Educația antreprenorială reprezintă o condiție esențială pentru creșterea sustenabilității și autonomiei întreprinderilor sociale.

Cercetarea este concentrată pe relația dintre variabilele dependente exprimat prin nivelul de implicare și motivația antreprenorială în inițiativele sociale și variabilele independente, evidențiate de gradul de recunoaștere publică, accesul la resurse, autonomia decizională și sprijinul comunitar.

O1. Analiza obstacolelor majore și a oportunităților din antreprenoriatul social

Această analiză corespunde ipotezelor H1 și H2

Validarea ipotezei H1: Accesul dificil la finanțări externe prezintă în opinia antreprenorilor sociali un obstacol major;

Tabelul 2.15 Date relevante din chestionar pentru H1

Obstacol	Număr mențiuni	Procent respondenți
Acces dificil la finanțare	31	59,60%
Prejudecăți sociale	29	55,80%
Birocrație	27	51,90%
Lipsa personalului calificat	24	46,20%
Lipsa sprijinului instituțional	23	44,20%
Dificultăți în marketing	14	26,90%
Volatilitatea angajaților	9	17,30%
Lipsa piețelor de desfacere	1	1,90%

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Datele rezultate în tabelul 3.5 la întrebare nr 6: „Care sunt cele mai frecvente 3 obstacole întâlnite în activitatea socială?” arată că aproximativ 60% dintre respondenți, respectiv 59,6%, susțin că accesul dificil la finanțare reprezintă un obstacol major experimentat personal în activitatea socială a întreprinderii, fiind astfel confirmată H1. Acest drum de cele mai multe ori dificil de parcurs duce, în multe cazuri la renunțarea accesării unor astfel de resurse financiare.

Validarea ipotezei H2 : Succesul finanțărilor și sprijinul comunitar sunt apreciate ca oportunități majore în dezvoltarea antreprenoriatului social, s-au folosit datele de la întrebarea nr 9: „Care sunt, din perspectiva dvs., cele mai importante 3 oportunități care susțin antreprenoriatul social din România?” și s-au evidențiat următoarele elemente:

Tabelul 2.16 Date din chestionar pentru validare H2

Oportunitate	Număr mențiuni	Procent respondenți
Acces la fonduri și investiții	31	59,60%
Sprijin comunitar	31	59,60%
Digitalizare	26	50%
Politici publice	26	50%
Colaborări și rețele internaționale	18	34%

Cerere pentru produse etice	16	31%
-----------------------------	----	-----

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Reiese din această analiza din tabelul 3.6, că sprijinul financiar sub formă de fonduri și investiții reprezintă în viziunea antreprenorilor sociali respondenți în procent de 59,6%, o oportunitate principală pentru dezvoltarea sectorului antreprenoriatului social. De asemenea, sprijinul comunitar, digitalizarea și politicile publice sunt oportunități cu o reală importanță în percepția acestora. Este concludentă astfel validarea H2.

O2: Obținerea unor recomandări și idei de dezvoltare în viziunea antreprenorilor sociali

Această analiză corespunde ipotezei H3: Educația antreprenorială reprezintă un element emergent al dezvoltării sociale în viziunea antreprenorilor sociali, unde au fost verificate datele de la întrebarea nr 14: „Ce doriți să se îmbunătățească în ecosistemul antreprenoriatului social?”.

Tabelul 2.17. Interpretare date chestionar pentru H3

Recomandare	Număr mențiuni	Procent respondenți
Formare profesională și educație antreprenorială	19	36%
Acces la finanțare	16	30%
Consultanță și mentorat	11	22%
Digitalizare și vizibilitate	9	18%

Sursa: calculat de autoare utilizând Microsoft Excel

Validare ipoteza H3: În urma analizei reiese, după cum se poate observa în Tabelul 3.7, că un procent de 36% dintre respondenți consideră ca principal element ce trebuie îmbunătățit în dezvoltarea antreprenoriatului social este Formarea profesională și educația antreprenorială. Acest aspect scoate la iveală o realitate limitativă. Dacă în multe țări dezvoltate antreprenoriatul social este o componentă fundamentală și nelipsită a sistemului educațional, integrată încă din etapele timpurii ale formării școlare, în România situația educației antreprenoriale este subestimată, întrucât beneficiile nu sunt înțelese și recunoscute într-un mod corespunzător.

3. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

3.1. Antreprenoriatul social-între provocările sistemice și potențialul transformațional

Antreprenoriatul social reprezintă deja în multe state acel element care deschide calea către o împlinire comună sau în unele cazuri, o împlinire personală. Depășind cu mult limitele unei activități economice simple de obținere a unui profit, aceste acțiuni cu scop social profund, este determinat de un angajament etic și civic, pregătit să producă schimbare în multe comunități.

Este important de subliniat ideea că în societatea românească activitățile sociale sunt încă privite cu scepticism, mai ales în rândul tinerilor care nu au avut încă ocazia să se maturizeze social, lipsiți fiind de experiențele formative caracterizate de spiritul solidarității și responsabilității colective. O cauză majoră, de altfel, pentru această mentalitate este reprezentată de lipsa educației formale și civice în această direcție și a implicării active în problemele comunității. În absența unei culturi a participării, atenția acordată problemelor comunității este limitată, iar preocupările personale și limitarea la propriul „spațiu de confort” devin dominante și prioritare. Acest lucru se datorează totodată și faptului că interesul față de o problemă socială din comunitate survine doar atunci când impactul efectelor negative este resimțit personal. Este important de menționat de asemenea, faptul că dorința de a obține rezultate imediate și căutarea permanentă a soluțiilor rapide, fără efort, fără a investi timp, este o atitudine care poate duce la superficialitate în abordarea problemelor și dezinteres. Totodată lipsa asumării responsabilității pe termen lung reduce capacitatea de a analiza lucrurile în perspectivă, dar și de a aduce un aport activ la provocările comunității sau ale viitorului.

Reformarea acestui tip de gândire de moment și atitudine de individualism rămâne un element necesar atâta timp cât se dorește crearea unui ecosistem durabil capabil să susțină cauzele sociale spre rezolvarea problemelor deja persistente ale societății actuale. Cultura participării și implicării în mod voluntar înseamnă afirmarea unui set de valori și practici care motivează prezența oamenilor determinați să aducă un suport și să contribuie la soluționarea problemelor din comunitate.

Trebuie avut în vedere faptul că provocările întâlnite în dezvoltarea antreprenoriatului social îmbracă și alte forme, iar rezolvarea lor nu depinde numai de oameni, ci și de atitudinea autorităților față de acest sector. Pe lângă schimbarea mentalității și a atitudinii pasive a oamenilor din societate, promovarea educației antreprenoriale în școli și universități, susținerea din partea autorităților, încurajarea colaborării între sectoarele public, privat și societatea civilă și înlăturarea birocrăției reprezintă măsuri esențiale care vor contribui la dezvoltarea unui domeniu pregătit să răspundă nevoilor complexe ale societății.

Ceea ce influențează și împiedică dezvoltarea antreprenoriatului social, nu doar în rândul tinerilor, ci pentru întreaga societate, sunt pe de o parte, barierele socio-culturale care, în lipsa unei educații adecvate specifice domeniului antreprenoriatului social, duc la limitarea înțelegerii și atractivității acestui tip de activități. Totodată, această cultură a *câștigului rapid*, alături de modelul succesului facil descurajează implicarea în acest tip de antreprenoriat, fiind perceput astfel mai puțin rentabil și mai consumator de timp. Des întâlnite sunt și atitudinile de delegare a responsabilității către stat sau ONG-uri și chiar de pasivitate civică, toate acestea ducând la reducerea implicării directe în soluționarea problemelor comunității. În plus, modelele de succes au o vizibilitate redusă, lucru care reprezintă un obstacol major în progresul antreprenoriatului social.

Pe de altă parte, antreprenoriatul social din România continuă să fie influențat de o serie de obstacole legislative și birocratice care, în pofida eforturilor depuse pentru reglementare, limitează considerabil capacitatea de dezvoltare și sustenabilitatea acestui sector. Faptul că nu există un cadru legal coerent și adaptat caracteristicilor întreprinderilor sociale, generează ambiguități, probleme de implementare și, frecvent, aplicare eronată a normelor fiscale. Cu

toate că există premise pozitive în confirmarea rolului social al acestui tip de afaceri, în practică, traseul de obținere a statutului de întreprindere socială devine neuniform și adesea descurajant. Procedurile administrative sunt complexe și împreună cu un sistem birocratic rigid, îngreunează procesul de înființare și operare a întreprinderilor sociale, lucru ce afectează inclusiv accesarea de finanțări europene.

Totodată, în lipsa unei scheme clare de facilități financiare, inovația socială este tot mai descurajată, fiind accentuată cu precădere, vulnerabilitatea acestor inițiative. În paralel, întrucât majoritatea programelor disponibile au un caracter temporar, accesul la finanțare este limitat.

Un alt factor inhibitor este reprezentat de absența unor structuri de sprijin instituționalizate, incubatoare, rețele de mentorat sau consultanță specializată- care să poată oferi antreprenorilor sociali instrumentele necesare pentru a-și transforma viziunea în inițiative sustenabile. În lipsa unui cadru clar de evaluare a impactului social, dificultățile acestor întreprinderi se adâncesc tot mai mult, iar misiunea de a-și demonstra relevanța și eficiența devine prioritara, în detrimentul luptei pentru șansele de a atrage finanțări și recunoaștere publică.

Prin urmare, autoritățile sunt obligate moral să își îndrepte atenția către construirea unui cadru legislativ clar, flexibil și adaptat, să reducă birocrăția și să faciliteze accesul la resurse financiare și informație. Doar astfel, întreprinderile sociale vor reuși să contribuie cu adevărat la coeziunea socială și la progresul sustenabil al României.

În cadrul cercetării s-a evidențiat faptul că antreprenoriatul social este un sector în dezvoltare, marcat de inițiative valoroase și de o orientare clară spre soluționarea unor probleme reale. Aceste caracteristici se extind la antreprenoriatul social din întreaga țară, acest potențial fiind limitat însă de numeroase obstacole structurale, cele mai pregnante fiind accesul dificil la finanțare, sprijinul limitat și insuficient din partea autorităților și birocrăția excesivă. Oportunitățile întrevăzute în acest sector sunt datorate terenului fertil pentru inițiative sociale datorită nevoilor comunitare variabile, dar și gradului redus de acoperire cu servicii specializate. Interesul crescut al antreprenorilor pentru formare profesională, mentorat și digitalizare, reprezintă o premisă pozitivă pentru a putea consolida capacitățile lor operaționale și strategice. Aceste oportunități, valorificate inteligent și sprijinite strategic, pot contribui la reducerea problemelor comunitare și de sustenabilitate.

3.2. Recomandări pentru dezvoltarea antreprenoriatului social în România

În privința consolidării antreprenoriatului social este emergentă o serie de măsuri coerente. Printre priorități se numără clarificarea și chiar unificarea cadrului legislativ specific întreprinderilor sociale, simplificarea tuturor proceselor administrative și fiscale și chiar asigurarea unui acces mai facil la finanțări nerambursabile. Totodată, este esențială introducerea educației despre antreprenoriat social în școli și universități, alături de programe de formare profesională reale în domenii relevante, în special în zonele rurale.

De asemenea este recomandat să se creeze mecanisme stabile de finanțare, dar și înființarea unui registru digital național reprezentativ pentru întreprinderile sociale. Este necesară dezvoltarea unei infrastructuri de sprijin mai solide, a platformelor de colaborare și promovare, campanii de conștientizare publică și recunoașterea oficială a rolului acestor întreprinderi în dezvoltarea comunităților și în furnizarea de servicii publice.

În final, o abordare integrată care să combine politici publice dedicate, educație, digitalizare și sprijin financiar pe termen lung poate contribui la crearea unui ecosistem durabil și eficient pentru antreprenoriatul social din România.

Dincolo de date și analize, ceea ce se conturează clar, este faptul că, fără o comunitate educată, conștientă și implicată civic, orice efort antreprenorial social riscă să rămână izolat, fragil sau lipsit de impact real. Educația, nu doar în sens formal, ci și ca proces continuu de

formare a unei culturi civice și a empatiei colective este cu adevărat cheia pentru ca aceste inițiative să fie înțelese, susținute și multiplicare.

O societate care își cunoaște nevoile, dar și drepturile, care colaborează cu încredere între sectorul public, privat și non-profit, reprezintă impulsul capabil să genereze schimbare durabilă. Antreprenorii sociali care în lipsa unei comunități informate și solidare sunt doar voci izolate, cu o comunitate educată și civică aceștia devin motorul unei transformări reale.

BIBLIOGRAFIE

1. Bornstein, D., *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, Oxford University Press, 2004;
2. Dees, J. Gregory, *The Meaning of Social Entrepreneurship*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Stanford University, 1998;
3. Drayton, W., „Everyone a Changemaker: Social Entrepreneurship’s Ultimate Goal”, *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 2006;
4. Ebrahim, A., Rangan, V. K., „The Limits of Nonprofit Impact: A Contingency Framework for Measuring Social Performance”, *California Management Review*, 2014;
5. Ghenea, M., *Antreprenoriat: Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, București, 2011;
6. Goia, S. I., *Antreprenoriatul social – O nouă abordare socio-economică în contextul dezvoltării durabile*, Editura ASE, București, 2016;
7. Johanna Mair, Marti, Ignasi, „Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight”, *Navarra University*, martie 2004;
8. Martin, R. L., Osberg, S., „Social Entrepreneurship: The Case for Definition”, *Stanford Social Innovation Review*;
9. Nicolescu, O., *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, Editura Economică, București, 2001;
10. Schaltegger, S., Wagner, M., „Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions”, *Business Strategy and the Environment*, 2011;
11. Vlăsceanu, M., *Economie socială și antreprenoriat – O analiză a sectorului non-profit*, Editura Polirom, 2010;
12. Vameșu, A., *Barometrul Economiei Sociale din România 2023*, RISE România & Fundația Alături de Voi România, 2003;
13. Yunus, M., *A World of Three Zeros: The New Economics of Zero Poverty, Zero Unemployment, and Zero Net Carbon Emissions*, PublicAffairs, 2017;
14. Yunus, M., *Banker to the Poor: Micro-Lending and the Battle Against World Poverty*, PublicAffairs, 1999;
15. Yunus, M., *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*, PublicAffairs, 2007;
16. Yunus, M., *Dezvoltarea afacerilor sociale: noua formă a capitalismului, merit să răspundă celor mai presante nevoi ale umanității*, traducere de Bogdan Diaconu, Curtea Veche Publishing, 2010, p. 15.

Surse online

17. Ashoka, „Antreprenoriat social”, accesat la 10 iunie 2025, <https://www.ashoka.org/ro-ro/focus/antreprenoriat-social>
18. EBSCOhost/CEEOL, articol disponibil la: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1169966>
19. Jurnal de Sustenabilitate, „Cum au reușit 4 întreprinderi sociale din România să creeze 1.500 de locuri de muncă în 4 ani”, accesat la 9 iunie 2025, <https://jurnaldesustenabilitate.ro/cum-au-reusit-4-intreprinderi-sociale-din-romania-sa-creeze-1-500-de-locuri-de-munca-in-4-ani/pro>
20. Patagonia, „1% for the Planet”, accesat la 12 iunie 2025, <https://www.patagonia.com/one-percent-for-the-planet.html>
21. Patagonia, „Chemical Recycling”, accesat la 12 iunie 2025, <https://www.patagonia.com/our-footprint/chemical-recycling.html>
22. Patagonia, „Our Footprint”, accesat la 12 iunie 2025, <https://www.patagonia.com/our-footprint/>

-
23. Stanford SSIR, „Innovation and Scaling for Impact”, accesat la: [https://ssir.org/books/excerpts/entry/innovation and scaling for impact how effective social enterprises do it](https://ssir.org/books/excerpts/entry/innovation-and-scaling-for-impact-how-effective-social-enterprises-do-it)
24. Art. 2 din Legea 219/2015, accesat la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/170086>
25. Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Banca Mondială: *Incluziune socială și dezvoltare regională*– informații generale utilizate în cadrul lucrării.