

PERCEPȚIA TINERILOR ASUPRA CONTRIBUȚIEI ANTREPRENORIALITĂȚII SOCIALE LA DEZVOLTAREA COMUNITARĂ

Șehovțova Alexandra

Profesor coordonator: Conf. univ. dr. Burcea Ștefan-Gabriel

Rezumat: Interesul ridicat al Comitetului Economic și Social European cu privire la sărăcie și existența grupurilor vulnerabile pe teritoriul UE, subliniază nevoia de a dezvolta subiectul antreprenoriatului social în scopul soluționării acestor probleme cauzate de eșecul guvernamental. Crizele umanitare precum COVID-19 și războaiele actuale de pe continentul european, doar accentuează nevoia de a extinde și de a intensifica impactul economiei sociale asupra comunității, mai ales în țările aflate în curs de dezvoltare. Scopul lucrării constă în evaluarea nivelului de interes al tinerilor români față de înființarea unei întreprinderi sociale. În acest context, metoda sondajului de opinie va fundamenta partea aplicativă a studiului. Populația țintă căreia i se adresează chestionarul (sondajul), reprezintă rezultatul eșantionării de conveniență, având în vedere accesibilitatea și ușurința recrutării potențialelor respondenți, astfel cercetarea va avea la bază răspunsuri diversificate, publicul țintă fiind împărțit în 2 eșantioane, primul reprezentat de angajații din sfera socială, al doilea de studenții de la Facultatea de Administrație și Management Public din cadrul Academiei de Studii Economice din București.

Abstract: The high interest of the European Economic and Social Committee regarding poverty and the existence of vulnerable groups on the territory of the EU, underlines the need to develop the subject of social entrepreneurship in order to solve these problems caused by governmental failure. Humanitarian crises such as COVID-19 and the current wars on the European continent only accentuate the need to expand and intensify the impact of the social economy on the community, especially in developing countries. The aim of the paper is to evaluate the level of interest of young Romanians towards the establishment of a social enterprise. In this context, the opinion poll method will substantiate the applied part of the study. The target population to which the questionnaire (survey) is addressed, represents the result of convenience sampling, considering the accessibility and ease of recruiting potential respondents, thus the research will be based on diversified answers, the target audience being divided into 2 samples, the first represented by employees from social enterprise, the second by students from the Faculty of Administration and Public Management within the Academy of Economic Studies in Bucharest.

Cuvinte-cheie: antreprenoriat social, întreprindere socială, economia socială, tineri, dezvoltarea comunitară

Lista abrevierilor

1. AS – Antreprenoriatul social
2. AC – Antreprenoriat comercial
3. ÎS – Întreprinderile sociale
4. ES – Economie socială
5. PÎS – Performanța întreprinderilor sociale
6. OP – Orientarea pieței
7. OAS – Orientarea antreprenoriatului social
8. CESE – Comitetul Economic și Social European

I. Stadiul actual al cunoașterii

I.1. Necesitatea și oportunitatea temei

Antreprenoriatul social poate fi considerat drept cheia schimbării sociale. Importanța acestuia a fost recunoscută încă din anul 1990, de către Parlamentul European, tot atunci au fost elaborate principii de bază, obiective specifice și, respectiv, valorile care trebuie respectate de fiecare stat membru al UE. Recunoașterea acestui domeniu (social) s-a accentuat în lumina nenumăratelor crize umanitare, care puteau fi ocolite sau ameliorate cu ajutorul economiei sociale, respectiv *„antreprenoriatul social, întreprinderile sociale sau economia socială sunt expresii care în ultimele decenii au câștigat din ce în ce mai multă atenție din partea mass-media, a politicienilor și a publicului în general, precum și a comunității academice și științifice.”* (Pinheiro și alții, 2021, pag. 45).

În comparație cu întreprinderile comerciale, a căror valoare se poate cuantifica în profit, cele sociale creează o valoare intangibilă, și anume valoarea socială, astfel *„întreprinderile sociale și antreprenorii sociali oferă bunuri și servicii locale pentru a beneficia indivizii și pentru a îmbunătăți comunitățile.”* (Pollins, 2019, pag. 1). Acest impact major asupra societății se datorează contribuției fiecărei întreprinderi sociale în soluționare problemelor legate de excluziunea socială, discriminare, protecția mediului etc., care, în mod natural, nu pot fi soluționate prin intermediul unui singur actor, fie el public, fie privat, deci *„creșterea problemelor îngrijorătoare și eșecul autorităților guvernamentale a sporit accentul pus pe antreprenoriatul social pentru a oferi opțiuni mai bune pentru a depăși problemele.”* (Khan și Naeem, 2024, pag.199).

Revizuirea literaturii de specialitate, efectuată de Merritt, Clark și Freedman, (2024), constată că AS îmbracă mai multe forme care la rândul lor se desfac pe piețe diferite. Cu toate acestea, obiectivele rămân comune, de a contribui la bunăstarea societății, prin facilitarea accesului la educație, oferirea oportunităților de angajare etc. Astfel, autorii studiului oferă o bază teoretică solidă pentru susține ideea că AS este un instrument pentru restructurare economică.

Pinheiro și alții, în cadrul aceleiași cercetări, descrie diferite modele ale AS, respectiv în SUA, întreprinderile sociale sunt considerate drept organizații nonprofit, orientate către piață, în schimb în Europa se pune accentul pe natura colectivă și forma asociativă sau cooperativă a acestora. În mod evident, economia socială se manifestă diferit în alte state, dar acest fapt nu exclude existența bunelor practici, care ar putea fi preluate și adaptate de către țări care sunt în curs de dezvoltare.

Conform avizului CESE (2022), promovarea competențelor și abilităților specifice unui antreprenor, ideea de antreprenoriat se transformă într-o opțiune pentru cariera profesională, în special în rândul tinerilor. Acesta poate fi considerat drept candidat perfect pentru crearea unor soluții inovative pentru probleme deja înrădăcinate în societatea de azi. Cu toate acestea, candidatul pentru postul de antreprenor social nu poate apărea din senin, acesta trebuie format. Astfel, responsabilul devine statul, care prin intermediul actorilor educaționali cioplește viitorii profesioniști în domeniu. Educația reprezintă cheia tuturor problemelor, nu doar a celor sociale. Formarea unor antreprenori cu idei proaspete vine ca răspuns la incapacitatea statului de a răspunde diferitor provocări: rata mare de sărăcie, șomajul etc.

Analizând rezoluția CESE (2021) privind viitorul Europei, se constată o îngrijorare a Comitetului economic și social față de sărăcie și existența grupurilor vulnerabile. Astfel, la partea de concluzii, rezoluția CESE se rezumă la crearea locurilor de muncă, dezvoltarea competențelor și crearea de piețe incluzive ale muncii, care sunt cea mai bună variantă pentru prevenirea inegalităților și excluziunii și pentru creșterea stabilității pe plan social. În al doilea rând, se specifică că antreprenoriatul, în toate formele sale, este esențial pentru bunăstarea societății; acesta se datorează creșterii economice, inovării, ocupării forței de muncă și incluziunii sociale. În cele din urmă CESE pune accent și pe AS, afirmând că acesta merită o atenție deosebită, având în vedere rolul pe care îl poate juca această formă de antreprenariat în depășirea crizei și în asigurarea unei redresări economice echitabile și durabile.

Prin urmare, recunoașterea AS și stimularea acestuia în cadrul Uniunii Europene doar accentuează nevoia și importanța acestui domeniu în realitatea de astăzi.

I.2. Conceptualizarea

Antreprenoriatul social

Pentru o înțelegere mai profundă a temei de cercetare, în primul rând trebuie să identificăm proveniența sintagmei de antreprenariat social. AS împreună cu celelalte termene similare izvorăște din economia socială, care apare pentru prima dată în lucrarea de specialitate a lui Charles Dunoyer – „Tratat despre economie socială”, în anul 1830. Economistul liberal de origine franceză încerca să împacă doi termeni incompatibili pentru vremurile acelea: „economia și moralitatea”. În concepția lui Dunoyer, economia poate aduce nu doar beneficii indivizilor, dar și bunăstarea întregii societăți.

În același timp, numeroasele organizații care urmăreau diverse cauze sociale: centre de plasament pentru îngrijirea vârstnicilor, locuințe sociale, grădinițe, au existat cu mulți ani înainte de a fi definit clar domeniul lor de activitate. Astfel, ajungem la concluzia că antreprenoriatul social s-a manifestat și atunci când nu exista un astfel de termen, căci acesta apare în vocabular începând cu anul 1980. Folosirea excesivă a sintagmelor „antreprenariat social” și „antreprenor social” a fost cauzată de impactul pe care îl avea AS în sine; s-au identificat tot mai multe probleme sociale care trebuiau rezolvate și care au dus la dezvoltarea și multiplicarea acestora pe teritoriul statelor.

Conform studiului lui Gelu (2011), Michael Young a fost considerat principalul promotor al întreprinderii sociale, datorită contribuției sale la dezvoltarea și promovarea AS, deoarece a deschis școli pentru viitori antreprenori sociali și a creat numeroase organizații mondiale legate de domeniul social. AS și întreprinderile sociale identifică și dezvoltă diverse servicii/produse care satisfac cerințele și nevoile societății, în situația când acestea nevoi nu sunt acoperite de celelalte sectoare. „*Antreprenoriatul social este procesul de creare a valorii prin găsirea de noi combinații de resurse*” (Blanda, Urbančíková, 2020. pag. 22).

Tot aici putem identifica diferența dintre AS și cel comercial, primul fiind axat pe crearea de valori sociale, nu neapărat materiale, iar al doilea se concentrează doar pe obținerea de valoare nou adăugată, cu alte cuvinte – profit. „*Identificarea și exploatarea oportunităților de consolidare a bunăstării sociale*” (Zahra și alții, 2008, citat de Blanda și Urbančíková, 2020, pag. 23), care

reprezintă scopul activității întreprinderilor sociale. Antreprenoriatul social poate fi considerat un domeniu cu potențial deosebit, fiindcă acesta combină valori sociale și dezvoltarea economică, în altă ordine de idei, AS poate fi considerat drept instrumentul sau cheia bunăstării întregii societăți.

Dezvoltarea comunitară

Dezvoltarea comunitară este un element esențial fără de care societatea nu va putea vreodată evolua sau progresa. O putem considera drept forță motrice a lumii în care trăim, fără de care noi n-am fi ajuns din peșteră în birouri bine amenajate, cu laptop-uri pe brațe și cafea în mână.

Conform studiului lui Lupașcu (2020), sintagma de dezvoltare comunitară este asociată cu îmbogățirea economică a unei comunități întregi sau a fiecărui individ din cadrul acesteia. Această îmbogățire financiară duce la ridicarea/avansarea nivelului de trai a societății prin îmbunătățirea condițiilor de viață. O altă abordare privind dezvoltarea comunitară o prezintă Rusu și Beju (2022), respectiv, această dezvoltare este asociată cu o activitate colectivă, unde fiecare din cei trei actori implicați contribuie la atingerea scopului final. Acești actori sunt reprezentați de sectorul public, sectorul privat și societatea civilă, iar acestea „își concertează eforturile pentru a implementa proiecte care să contribuie la creșterea calității vieții în cadrul unei comunități locale.” (Rusu și Bejan, 2022, pag. 170).

Pe de o parte, dezvoltarea este egală progresului, care la rândul lui aduce beneficii, iar pe de altă parte, dezvoltarea comunitară provoacă costuri mari, uneori chiar distrugătoare, cum ar fi degradarea mediului. Ștefaniuc (2020), abordează fenomenul de dezvoltare comunitară din perspectiva globalizării, afirmând că activitățile din cadrul acesteia provoacă un șoc, legat de nepregătirea zonelor puțin dezvoltate sau a celor în decurs de dezvoltare să facă față acestei paradigme. Astfel, se determină identificarea unor noi metode/căi/posibilități de acțiune pentru a asigura dezvoltarea durabilă a comunității. Această dezvoltare este condiționată de un ansamblu de factori, cum sunt factorii mediului extern și factorii mediului intern al societății, care pot stagna sau accelera fenomenul de dezvoltare comunitară. „Dezvoltarea comunitară constituie armonizarea la nivelul întregului teritoriu a politicilor economice, sociale, ecologice și culturale, stabilite la nivel național și local pentru asigurarea echilibrului în dezvoltarea diferitelor zone ale țării, urmărindu-se creșterea coeziunii și eficienței relațiilor economice și sociale dintre acestea” (Lupașcu, 2020, pag. 110), ceea ce înseamnă că reprezentanții diferitelor sectoare trebuie să conviețuiască într-o simbioză continuă, pentru a oferi grupurilor șansa de a-și exprima părerile și interesele și pentru a identifica împreună interesul comun.

I.3. Studii privind antreprenoriatul social și contribuția acestuia la dezvoltarea comunitară

Economia socială stimulează și contribuie la crearea noilor locuri de muncă, astfel că persoanele care aparțin grupurilor vulnerabile au șansa de a beneficia de toate drepturile unui angajat. Studiul, elaborat în 2024, ilustrează rolul antreprenoriatului social în ameliorarea decalajului de gen pe piața muncii în Pakistan, acest stat aflându-se printre ultimele locuri privind indicele dezvoltării umane (locul 161 din 191 conform Wikipedia, 2023). În momentul de față, Pakistanul întâmpină greutăți și pe plan social și pe cel economic, de aceea s-a accentuat nevoia de a implementa o nouă abordare privind soluționarea problemelor comunității. Această abordare implică dezvoltarea

antreprenoriatului social, în scopul oferirii de soluții alternative și inovative pentru problemele înrădăcinate la nivel național.

Pentru a identifica rolul AS în depășirea acestor diferențe de gen în societate, în prima fază, autorii aleg folosirea metodei calitative, și anume realizarea unui interviu cu 15 antreprenori sociali din țară, urmând a doua fază, care constă în validarea răspunsurilor prin analiza rapoartelor/documentelor specifice impactului și contribuției AS asupra problemelor comunității. Rezultatele studiului arată că antreprenoriatul social duce la micșorarea decalajului de gen, care se datorează contribuției acestuia la capacitatea de angajare a sexului feminin din Pakistan. S-a descoperit că antreprenoriatul social a contribuit semnificativ la reducerea decalajului de gen, ajungându-se la o reprezentare aproape egală dintre bărbați și femei, respectiv 51% și 49%. Sursa secundară folosită în studiu, adică analiza documentației specifice AS din Pakistan doar a afirmat constatările obținute în urma interviurilor. În raportul final, autorii susțin că întreprinderile sociale, în comparație cu întreprinderile comerciale, angajează de patru ori mai multe femei, și astfel această diferență compensează decalajul generat la nivelul altor organizații bazate pe obținerea de profit.

Cu toate acestea, rezultatele cercetării nu pot fi considerate reprezentative la nivel mondial, pentru că lucrarea are limitele sale privind metodologia, numărul de persoane intervievate și zona aleasă – Pakistan (orașele: Peshawar, Islamabad, Lahore).

Wang și Yee, bazându-se pe teoria cadrului analitic a lui Lindenberg și Steg, cum arată *Figura 1*, abordează parcursul antreprenoriatului social, de la intenție la proces și ulterior la performanță. Cu alte cuvinte, cadrul bazat pe antecedent poate fi înlocuit cu termenii: cauză – rezolvare – efect. Acest „parcurs al antreprenoriatului social” este elaborat în urma analizei a 16 000 de lucrări aferente subiectului, dintre care peste 700 de documente sunt alese pentru o cercetare amănunțită.

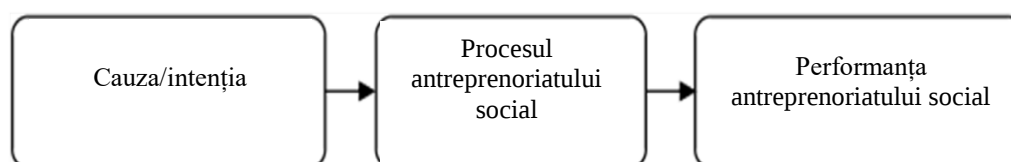


Figura 1. Cadrul analitic (analytical framework)

Sursa: Preluat și adaptat după Lindenberg și Steg (2007) preluat de Wang și Yee (2023)

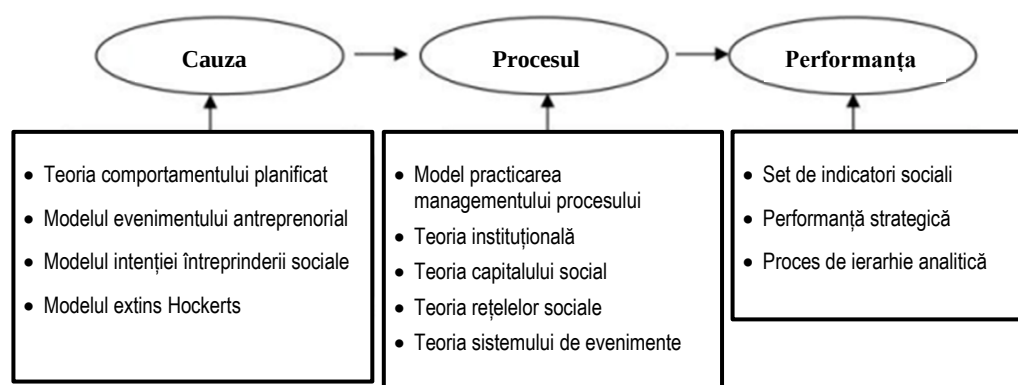


Figura 2 Elementele procesului AS (The framework of social entrepreneurship process elements)

Sursa: Preluat și adaptat după Lindenberg și Steg (2007) preluat de Wang și Yee (2023)

Teoriile și modelele identificate în studiile analizate, cum se vede în *Figura 2*, implică în general abordări privind comportamentul planificat al întreprinderilor sociale, capitalul social, identitatea socială, modelul intenției etc. Cu toate acestea, se constată o lacună în ceea ce privește informațiile despre impactul sau performanța AS.

AS capătă un avantaj competitiv față de organizațiile comerciale, deoarece, prin misiunea sa, acesta creează valoare socială. Impactul este evident, dar, din păcate, nu toate performanțele pot fi transformate în cifre, încât să putem face o corelație clară între activitatea economiei sociale și dezvoltarea comunitară, fapt care duce la lipsa interesului pentru cercetări privind performanța antreprenorială.

La cele menționate mai sus se adaugă și acordarea a numeroase responsabilități AS, care din varii motive nu pot fi acoperite/satisfăcute de către sectorul public și privat. Rezultatul acestei „delegări” este supraaglomerarea celui de-al treilea sector cu diverse probleme ale comunității, care trebuie rezolvate sau cel puțin ameliorate, pentru evitarea unor efecte distrugătoare.

Ca recomandări, autorii propun testarea datelor empirice, colectarea de feedback-uri din partea stakeholder-ilor și dezvoltarea dimensiunilor conceptuale, toate acestea pentru aprofundarea și completarea cadrului teoretic aferent domeniului. Antreprenorii sociali ar trebui să dețină aceleași documentații, informații și tehnologii pentru a transpune eficient ideile inovative în practică, respectiv pentru a atrage fonduri externe.

O altă lucrare care abordează tema performanței întreprinderilor sociale (PÎS) și relația acesteia cu orientarea pieței (OP) și cu orientarea antreprenoriatului social (OAS), a fost scrisă în 2020 (*Figura 3*). Având în vedere faptul că indicatorul de performanță a unei afaceri reprezintă gradul acesteia de orientare spre piață, rezultă că piața devine elementul esențial către care tind atât organizațiile comerciale, cât și cele nonprofit. Conform analizei literaturii de specialitate, efectuate de către autorii studiului, se constată lipsa lucrărilor care să descrie influența diferitor orientări strategice asupra performanței sociale a ÎS. Astfel, Pinheiro, Daniel și Moreira se concentrează pe evaluarea relației și a modului în care aceste elemente/variaibile se influențează reciproc.

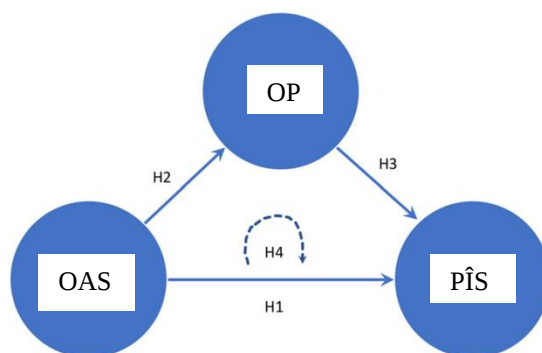


Figura 3 Modelul propus (Proposed model)

Rezultatele cercetării se bazează pe informații colectate dintr-un sondaj a 805 de organizații portugheze. Sondajul urmărea testarea ipotezelor privind relația dintre cele trei elemente: performanța ÎS, orientarea spre piață, orientarea AS. Eșantionul propus aduna liderii întreprinderilor sociale portugheze.

Scalele și metodele de măsurare au fost preluate din studiile anterioare, mai mult sau mai puțin apropiate domeniului social, acestea fiind adaptate conform specificului acestei cercetări, fără a afecta principiul original al acestora. Putem constata că răspunsurile la întrebările din chestionar se clasifică conform diverselor categorii și/sau indicatori, cum ar fi: performanța socială, performanța economică, asumarea riscului, inovativitatea etc.

În baza rezultatelor obținute, autorii studiului afirmă faptul că OAS influențează direct și pozitiv performanța ÎS în Portugalia. Astfel, ipotezele expuse s-au validat, precum urmează: OP și OAS exercită o influență pozitivă puternică asupra performanței ÎS; OAS influențează pozitiv OP; OP mediază doar parțial relația între performanța ÎS și OAS.

Acest studiu oferă mai multe perspective și căi pentru dezvoltare nu doar pentru antreprenori, ci și pentru cercetătorii de marketing, oferind informații privind diverse orientări strategice și efectele acestora. Mai mult decât atât, performanța ÎS oferă un imbold pieței, respectiv ultima, ca să facă față provocării, încercând să obțină performanțe sociale și economice mai ridicate.

Cu toate acestea, cercetarea cuprinde mai multe limitări, cum ar fi perioada de timp acordată sondajului; această cercetare ar fi mai reprezentativă dacă răspunsurile ar fi fost colectate în decurs de câțiva ani. Respondenții constituie o altă limitare a studiului, aceștia fiind reprezentați de managerii organizației și nu de beneficiarii direcți ai întreprinderilor sociale.

Despre motivația și filosofia care îi determină pe antreprenorii sociali să devină antreprenori sociali și distincțiile principale dintre AS și antreprenoriat comercial au scris Mthembu și Barnard în cercetarea lor din 2019. Este evident că motivul principal constă în atingerea a două obiective diferite, impactul social și profitul, în comparație cu simplii antreprenori, care sunt mânați de goana după bani. Există așadar suficiente argumente pentru a considera că aceste două modele de antreprenoriat au multe în comun, și în același timp valorile și misiunea acestora le distinge.

Putem vorbi despre inovație, care reprezintă un domeniu de interes atât pentru AS cât și pentru AC. Fenomenul inovației permite creșterea eficienței activității unei întreprinderi, ceea ce explică

tendința organizațiilor de a căuta căile alternative pentru aplicarea activităților rutiniere. Dar și această fixare pe inovație sau pe generarea efectelor maxime poate determina AS să acționeze perturbator sau radical, iar din acest punct de vedere, cele două tipuri de antreprenoriat se aseamănă, având un grad de risc și dificultate ridicat.

În continuare, autorii accentuează caracterul sustenabil al AS, acesta fiind considerat unul dintre cele mai importante aspecte specifice ÎS. În decursul ultimilor ani, s-a produs această trecere de la autosuficiență la sustenabilitate financiară.

Pentru a aprofunda relația dintre cele două tipuri de antreprenoriat, autorii realizează o serie de interviuri semistructurate. Prin intermediul eșantionării intenționate se alege interviuarea a 10 antreprenori sociali, cu experiență de minim 3 ani în domeniu și cu afaceri sociale de succes, acestea din urmă fiind acreditate național. Pentru început e nevoie să menționăm că toate interviurile au durat în medie o oră. Ulterior înregistrării, răspunsurile recepționate au fost transcrise, decodificate și analizate în continuare.

Rezultatele cercetării indică tendința antreprenorilor sociali de a se concentra puternic pe impact social, în consecință, aceștia joacă rolul actorilor proeminenți ai schimbării. Pe partea de colaborări, se constată că guvernul preferă să soluționeze problemele sociale și să încredințeze o parte mare de responsabilități în special AS și nu AC. Profitul nu constituie obiectivul general al antreprenorilor sociali, aceștia se încadrează perfect pentru a forma un echilibru între impact social și profit. Cu toate acestea, se insistă asupra ideii că AS contribuie în mod egal la economie, la fel ca și AC, deși contribuția primului este mai mult indirectă.

În concluzie, aspectul moral și crearea de valoare socială este ceea ce distinge AS (antreprenoriatul social) de materialismul AC (antreprenoriatul comercial).

II. Percepția tinerilor asupra contribuției antreprenoriatului social la dezvoltarea comunitară

II.1. Scopul și obiectivele cercetării

AS se adresează problemelor sociale cauzate de eșecul sectorului public și celui privat în satisfacerea nevoilor comunității. Acest dezechilibru a declanșat necesitatea intervențiilor și, respectiv, a cercetărilor sistematice în domeniu, în scopul eficientizării activității ÎS (întreprinderilor sociale) și prevenirii dezvoltării unor noi probleme sociale.

Scopul acestei lucrări constă în evaluarea nivelului de interes al tinerilor români față de înființarea unei întreprinderi sociale. În această perspectivă, am definit un set de obiective și întrebări de cercetare care vor fundamenta acest studiu.

O1: Identificarea opiniilor tinerilor cu privire la avantajele pe care le aduc întreprinderile sociale comunității:

- identificarea beneficiilor pe care le aduc ÎS comunității, în opinia tinerilor;
- analiza percepțiilor tinerilor asupra beneficiilor oferite de ÎS comunității.

O2: Analiza disparităților de percepție între cele două grupuri de studiu:

1. angajați/voluntari din sfera socială;
2. studenții ASE București:
 - analiza percepției eșantionului format din studenții ASE;
 - analiza percepției eșantionului format din angajații și voluntarii din sfera socială;
 - analiza diferențelor dintre percepțiile celor două eșantioane.

O3: Examinarea motivațiilor care determină angajații/voluntarii să opteze pentru activitatea în domeniul social în cadrul ONG-urilor:

- identificarea factorilor personali ale angajaților/voluntarilor, care influențează decizia de a lucra în domeniul social;
- identificarea factorilor externi ale angajaților/voluntarilor, care influențează decizia de a lucra în domeniul social.

II.2. Întrebările de cercetare

În cadrul lucrării vom folosi următoarele întrebări de cercetare:

1. Care sunt principalele probleme sociale pe care tinerii doresc să le soluționeze?
2. Care sunt motivele pentru care tinerii ar trebui să fie interesați de activitățile ÎS?
3. Cum ar trebui promovată ES în rândul tinerilor?
4. Care sunt principalele provocări identificate de tineri, în înființarea unei ÎS?
5. Ce factori sunt identificați de către tineri ca fiind responsabili pentru stagnarea dezvoltării ES?
6. Conform percepției tinerilor, întreprinderile comerciale ar putea aduce mai multe beneficii comunității decât ÎS?

II.3. Metodologia cercetării*Instrumentul de cercetare*

Având în vedere recunoașterea sa ca fiind cel mai atractiv și cel mai utilizat instrument în domeniul științelor sociale, am optat pentru utilizarea chestionarului online în procesul de colectare a datelor. Astfel, utilizarea acestui instrument de cercetare va aduce beneficii precum: rapiditatea colectării datelor, costuri reduse, confort – atât a cercetătorului, cât și a respondentului și, nu în ultimul rând, confidențialitate.

Eșantionul

Populația țintă căreia i se adresează partea aplicativă a lucrării reprezintă rezultatul eșantionării de conveniență, având în vedere accesibilitatea și ușurința recrutării potențialelor respondenți.

În scopul colectării răspunsurilor diversificate, publicul țintă va fi împărțit în două eșantioane diferite. Primul eșantion e format din tinerii voluntari și angajați ai Fundației Romanian Angel Appeal (RAA), potențialii respondenți 36-39 de oameni. Al doilea eșantion este reprezentat de studenții de la facultatea de Administrație și Management Public din cadrul Academiei de Studii Economice din București, se estimează un număr de 100-120 de potențialii respondenți.

În cazul primului grup (voluntarii și angajații RAA), alegerea a fost făcută din perspectiva misiunii fundației analizate. Astfel, misiunea RAA constă în oferirea consilierii și ajutorului atât copiilor cât și adulților în domeniile esențiale, precum este cel medical, educațional și social. Al doilea eșantion, format din studenții de la facultatea de Administrație și Management Public din cadrul ASE, a fost ales pentru a reprezenta tinerii care nu au tangențe directe cu domeniul social, aceștia neavând experiențe sau cunoștințe necesare în domeniu.

Unica limitare privind publicul țintă reprezintă vârsta: respondenții cuprinși între 16 și 36 de ani, pot participa la sondajul din cadrul cercetării.

Bibliografia:

1. Mthembu. A., Barnard., B. (2019). *Social Entrepreneurship: Objectives, Innovation, Implementation and Impact on Entrepreneurship Expert*. În *Journal of Business and Management*, Volume 7
2. Bl'anda. J., Urbančíková. N.(2020). *Social Entrepreneurship as a Tool of Sustainable Development*. În *Quality Innovation Prosperity*, accesat la data de 03.03.24, de pe https://www.researchgate.net/publication/347774670_Social_Entrepreneurship_as_a_Tool_of_Sustainable_Development
3. Comitetul Economic și Social European (2021). *Idei pentru Europa de mâine. Rezoluția CESE pentru Conferința privind viitorul Europei*. Bruxelles, accesat la data de 2.10.2023, preluat de pe: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-08-21-138-ro-n.pdf>
4. Comitetul Economic și Social European (2022) *Aviz din propria inițiativă: Egalitatea de tratament a tinerilor pe piața muncii*. Bruxelles, preluat de pe <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/equal-treatment-young-people-labour-market>, accesat la data de 2.10.2023
5. Gelu, C. (2011). *Despre antreprenoriatul social*. În *Facultatea de Teologie Ortodoxă Alba Iulia, în Altarul Reîntregirii* Vol. XVI (p.629- 645). România
6. Lupașcu, M. (2020). *Caracteristicile și esența dezvoltării durabile a teritoriului și dezvoltarea comunitară* În *Administrarea Publică*. pp. 109-113. Accesat la 20.03.24, disponibil la https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/109-113_26.pdf
7. Merritt, K., Clark, J., & Freedman, D. (2024). *Social enterprise, food justice, and food sovereignty: Strange bedfellows or systemic supports?*. În *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2024.132.005>

8. Pinheiro, P., Daniel, A. & Moreira, A. (2021). *Social Enterprise Performance: The Role of Market and Social Entrepreneurship Orientations*. În *Voluntas* 32, pag.45–60, accesat la data de 21.02.2024, de pe <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00266-x>
9. Pollins, M. (2012). *What is a Social Enterprise?*, Marea Britanie , Bizezia Limited, accesat la 21.02.24, de pe <https://bizezia.com/wp-content/uploads/2021/02/724-What-is-a-Social-Enterprise-WEB.pdf>
10. Rusu, M., Beju, A. (2022). *Numele dezvoltării comunitare: antreprenoriat municipal și democrație toponimică în Sibiu*. În: *Dezvoltare comunitară în România: concepte, procese, modele de analiză* (pp.165-200). România; Sibiu. Tipografia Tritonic.
11. S. S. Khan., S. Naeem (2024). *Social Entrepreneurship Bridging Gender Gap: Evidence from Pakistan*. În *International Journal of Social Science Archives*
12. Ștefaniuc, V. (2020). *Dezvoltarea comunitară prin prisma proiectelor sociale și de infrastructură în satul Varnița, raionul Anenii Noi*. În: *Contribuția tinerilor cercetători la dezvoltarea administrației publice*. Chișinău: Universitatea de Stat din Moldova, Ediția 6, pp. 171-175.
13. Wang, A. W., & Yee, C. M. (2023). *A Literature Review of Social Entrepreneurship*. În *Open Journal of Business and Management*, accesat la 23.02.2024, disponibil la <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.115123>
14. Wikipedia. (2023). *Lista țărilor după indicele dezvoltării umane*. Accesat la 25.03.2024, de pe: https://ro.wikipedia.org/wiki/Lista_țărilor_după_indicele_dezvoltării_umane