

**UNIVERSITATEA DE ȘTIINTE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ
VETERINARĂ “ION IONESCU DELA BRAD” IAȘI
FACULTATEA DE AGRICULTURĂ
DOMENIUL DE DOCTORAT: AGRONOMIE
SPECIALIZAREA: *MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN AGRICULTURĂ***

Drd. Psih. Aurica ILIE BRIȘCARU

Teză de Doctorat

Rezumat

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC
Prof. univ. dr. Ionel BOSTAN

IAȘI 2010

**Implementarea managementului responsabilității
sociale corporative la nivelul întreprinderilor
mici și mijlocii din sectorul agroalimentar**

REZUMAT

Care este motivația pentru care am considerat că este utilă abordarea unui asemenea subiect?

În primul rând, pentru că în România despre responsabilitate socială corporativă fie se știe puțin, fie această problemă este percepută ca o nouă modalitate de promovare a companiilor multinaționale, inclusiv a celor care operează la nivel național. Ca urmare, datorită insuficienței familiarizării a managementul întreprinderilor autohtone cu subiectul, comportamente organizaționale responsabile sunt adoptate minimal, ca formă de evitare a unor sancțiuni prevăzute în reglementările guvernamentale (îndeobște respectarea legislației muncii și a mediului). Această stare de fapt nu este singulară și nici specifică mediului de afaceri românesc. Priza de conștiință asupra importanței responsabilității sociale corporative este departe de a-și fi împlinit potențialul valențelor chiar și în țări cu tradiții economice îndelungate.

În al doilea rând, demersul se vrea o atenționare în plus la modul de a decide astăzi viitorul de mâine al semenilor noștri. Conștiința istoricității civilizației a antrenat sporirea nevoii participării tuturor actorilor sociali la făurirea și orientarea istoriei însăși și implicit a responsabilității față de acțiunile lor. Oamenii, a căror viață este afectată de o decizie, doresc să participe la procesul care conduce la luarea acesteia. Prin urmare, deși datoria de a ne îmbunătăți lumea a fost și va rămâne o provocare permanentă pentru oameni, consecințele acțiunilor noastre au rezonanță incalculabilă pentru viitorul umanității. Sau cum ar spune K. Popper *“cu limba noastră, cu știința și tehnica noastră putem prevedea mai bine consecințele viselor, dorințelor și invențiilor noastre decât o pot face plantele și animalele, dar desigur, nu cu mult mai bine”*

Teza de doctorat va încerca să răspundă la câteva întrebări punctuale: De ce afacerile din zilele noastre ar trebui să fie mai morale decât cele din alte vremuri? De ce ar trebui ele să adopte sistematic comportamente organizaționale responsabile social? Cum se clădesc instituțional valori și culturi organizaționale etic responsabile? Cum arată operaționalizarea acestora în mediul întreprinderilor mici și mijlocii regionale?

Expunerea argumentației la aceste întrebări a fost gândită astfel încât să poată oferi repere în judecarea scenariilor propuse, experimentate și exersate la nivel internațional de către teoreticieni, instituții și entități socio-economice. Cu toate acestea, autoarea admite că nu a fost

echidistant și că adesea a evidențiat poziționările care penalizează comportamentele a/antimorale de către mediul de afaceri.

Analizarea și structurarea materialului a fost prezentată în șapte capitole, după cum urmează:

Capitolul I – este un « *Scurt istoric* » în evoluția conceptului și practicilor de responsabilitate socială corporativă. Apariția și dezvoltarea responsabilității sociale a afacerilor este un proces amplu, legat de etică și valori morale și tocmai din aceste contingente nu i se poate stabili o dată precisă de naștere. Practici responsabile moral au existat de când au apărut primele comunități sociale și din momentul formalizării rutinelor de muncă. Conceptul de responsabilitate socială corporativă, în accepțiunea curentă, este însă un termen nou, generat de evoluția, într-o manieră inedită istoric, a relației între guverne, mediul de afaceri și societate. Iar la forma convențională în care circulă astăzi noțiunea au contribuit majoritatea disciplinelor teoretice și, într-o formă sau alta, gânditori și practicieni din aproape toate domeniile cunoașterii.

Capitolul încearcă să ilustreze câteva din reperele cronologice, empirice și instituționalizate, prin care a trecut etica afacerilor de-a lungul timpului. Din multitudinea surselor am ales gânditori, idei și instituții care converg cu subiectul nostru și pe care se grefează puncte de vedere actuale referitoare la creșterea economică durabilă și etica procesului organizat de muncă.

Capitolul II tratează despre procesul contemporan de *globalizare economică, politică și culturală*.

Una din rațiunile pentru care este pusă actualmente în discuție reconsiderarea etică a modului de a face afaceri este, în mare măsură, un răspuns social la fenomenul globalizării. Beneficiile exploziei tehnologice și ale internaționalizării afacerilor au fost însoțite de efecte conexe a căror amploare a depășit cu mult estimările „regizorilor”: crima organizată, dezastre ecologice, terorismul, creșterea ratei șomajului, migrația, corupția și multe altele. Afacerilor și impactul lor asupra societăților, statelor și a umanității în general au devenit subiecte care îngrijorează lumea. Preceptele filozofiei afacerilor au devenit prea evidente: cumpără materii prime de unde costă cel mai puțin, produ acolo unde cheltuielile salariale și materiile prime sunt cele mai mici și vinde acolo unde poți primi cel mai mare preț. Iar puterea economică și politică a companiilor transnaționale a depășit de mult și cu mult posibilitatea de a mai fi controlabile de către statele națiuni. În plus, statele sunt cele care momentan au nevoie de marile companii. Iar pentru țările emergente, suportul marilor companii este indiscutabil, începînd cu transferul tehnic, tehnologic și terminînd cu absorbția forței de muncă, contribuția la dezvoltarea infrastructurii sau modernizarea managementului.

Globalizare economică este permanent consolidată și consolidează globalizarea politică și pe cea culturală. Procesului de globalizare politică a lumii constă în formalizarea relațiilor și interconexiunilor între state, pe multiple niveluri de autoritate, sub forma organizațiilor și instituțiilor regionale și internaționale. Dacă sistemul internațional contemporan poate fi reprezentat ca o rețea normativă, care organizează și face previzibilă evoluțiile politicii mondiale, în nodurile rețelei, central sau periferic, sunt localizate: statele-națiuni, alianțele sau blocurile de state economice sau militare și cele ale societății civile. „Agențiile transnaționale cu suveranitate proprie”, cum a numit Druker instituțiile internaționale, fac parte din „eminențele cenușii” care direcționează noua arhitectură mondială. Ele sunt prezente pe tot globul și construiesc, mai mult sau mai puțin manifest și insidios, istoria. Sunt cele care impun reguli de funcționare pentru piețe, modalitățile de valorificare a resurselor, cele care crează și administrează expansiunea noilor tehnologii, reglementează relațiile internaționale și inițiază în acest sens negocieri cu state și guverne pentru fundamentarea noii ordini.

Ceea ce deosebește aculturația trecutului de globalizarea culturală modernă este amploarea omogenizării și dominanța culturală. În sensul că, anterior tipul de omogenizare culturală se producea la scară cel mult regională, pe când acum omogenizarea este mondializată. Iar supremația și dominanța în exportul de valori culturale actuale se numește “americanizarea lumii”, în diferite grade prin: Mickey Mouse, iMacs, McDonald. Industria TIME (Telecomunicații, Tehnologia Informațiilor, Medii, Divertisment), turismul și călătoriile, e/imigrarea, moda, educația dar mai ales marile companii transnaționale și instituțiile internaționale au comprimat spațiul și timpul apropiind și îndepărtând oamenii și oameni de natură.

Capitolul III, l-am dedicat *filozofiei afacerilor etice*. Începând cu primele decenii ale sec. X lumea a pornit în căutarea unor valori morale comune pentru probleme comune ale globului. Etica afacerilor înglobează ansamblul de norme, principii de comportament precum și judecățile de valoare morală referitoare la organizațiile și oamenii care alcătuiesc aceste entități. Ca formă aplicată de etică, etica afacerii reprezintă ansamblul de cerințe, atitudini, obiceiuri morale, reguli care ghidează conduitele umane în și între organizații. Din aceste rațiuni, etica afacerilor are un conținut normativ dar în același timp, ca disciplină academică sau teorie filozofică, etica afacerilor sau eticismul, are și un conținut descriptiv.

În acest sens sunt analizate câteva din schemele conceptuale cu aplicații la domeniul afacerii, precum și relația dintre cultură organizațională- valori și principii morale și instrumentalizarea acestora în cadrul organizațiilor de afaceri. Modalitățile de autoreglementare etică sunt exemplificate, în funcție de reglementările internaționale larg acceptate, în diferite tipuri de coduri.

Tot la acest capitol este abordată problema dezvoltării durabile, ca scop și strategie pentru o economie ecologică. Economicul trebuie optimizat cu ecologicul și cu socialul, aceasta este noua filozofie a lumii în secolul XXI. Ca urmare, dezvoltarea durabilă reprezintă în acest moment un cadru internațional de principii care fac referire la trei aspecte majore: *mediul este parte integrată a economiei și vice versa; echitatea între generații și echitatea intergenerații*. Sunt citate în acest sens tendințele la nivel de glob și particularizarea lor prin practicile de dezvoltare comunitară.

Un punct special dezvoltat este raportul știință-tehnologie- sustenabilitate. În acest sens este dezvoltat conceptul de „democratizare a cunoașterii și a dezvoltării tehnologice”. Dialogul social autentic și diminuarea spațiului auto-restrictiv a științei și tehnologiei sunt văzute ca principali piloni pentru progresul omenirii și pentru ecologizarea economiei.

Capitolul IV tratează subiectul *managementului responsabilității sociale corporative* ca dimensiune a strategiei corporative. Termenul de “responsabilitate socială corporativă” (RSC) este legat de filozofia afacerilor etice. Cele mai multe definiții ale RSC descriu aceasta ca pe un concept prin care companiile integrează, pe o bază voluntară, preocuparea față de societate și mediu în operațiile curente de afaceri și în interacțiunea cu grupurile interesate. Responsabilitatea socială corporativă este văzută mai degrabă ca proces decât ca standard. Acest punct de vedere este justificat de schimbarea permanentă a mediului de evoluție al firmei și, în consecință, a intereselor grupurilor afectate de funcționarea ei. Responsabilitatea socială a firmelor este evaluată pe două axe: (i) din punctul de vedere al intereselor grupurilor grupurilor afectate (multi-stakeholders) și (ii) din punct de vedere al acoperirii triadei Profit, Persoane, Planetă.

La acest capitol sunt dezvoltate subiectele: legitimitate social, grupuri interesate (stakeholders) și reputația organizației. În mod deosebit atragem atenția asupra modificării conținutului noțiunii de stakeholders.

Capitolul V abordează tematica *întreprinderilor mici și mijlocii* și stadiul de evoluție al acestora în România. Sunt descrise caracteristici ale antreprenoriatului, în context general, dar și particularizat la nivel regional. Sunt tratate exploatarea și întreprinderea agroalimentară (proces de muncă, management, potențiale dimensiuni legate de imperativele de modernizare a sectorului) precum și principiile care stau la baza dezvoltării durabile a agriculturii. Am considerat necesară introducerea subiectului agriculturii durabile deoarece reprezintă o preocupare politică, la nivel de Comunitate Europeană, și o orientare practică a consumatorului și a altor grupuri interesate.

Capitolul VI prezintă *contribuțiile teoretice* ale autoarei, precum și metodologia de *cercetare sociologică* și concluziile acesteia legate de practicile și instrumentele de

responsabilitate socială corporativă în întreprinderile agroalimentare, mici și mijlocii, din Regiunea Nord Est. Am considerat că este important *să știm ceea ce nu știm* despre cum instrumentalizează întreprinderile mici și mijlocii codurile social responsabile. În acest sens, cercetare a avut ca subiect un lot de 64 IMM-uri (275 respondenți împărțiți pe două eșantioane: manageri și angajați din domeniul de execuție). Concluzia finală a cercetării evidențiază faptul că IMM-urile, deși nu au construite infrastructuri etice specifice, au conduite care pot fi asimilabile dimensiunilor de responsabilitate socială corporativă.

Capitolul VII este o expunere succintă a *concluziilor* întregului demers teoretic și practic al tezei. La acest capitol un spațiu special este alocat recomandărilor autoarei referitoare la domeniul responsabilității sociale corporative în IMM-urile autohtone.

Întregul proces de argumentare a tezei este documentat pe idea că lumea este un sistem amplu și complex de sisteme integrate. Interdependențele cu caracter exogen și endogen obligă fiecare actor și entitate instituțională să-și asume responsabilitatea pentru impactul consecințelor asupra celorlalți: semenii, comunități și mediu. Pe fondul acestor interpretări, am considerat necesar să integrăm abordarea organizației de afaceri în exigențele exprimate de noua filozofie a economiei mondiale –dezvoltarea durabilă a lumii.

Ca și concluzie subliniem faptul că filozofia afacerilor etice a devansat cadrul metafizic; activarea strategiilor responsabile social de către afaceri permite legitimarea lor socială și consolidarea reputației acestora, atât la nivel organizațional cât și la nivel de rezultate, produse și servicii. Pentru mult timp motto-ul civismul corporativ a fost similar cu cel al sloganului Nike: „just do it”. Zilele pentru „fă-o doar” și speranța de a și reuși s-au perimat moral. Succesul în cetățenia corporativă cere răspuns la câteva întrebări importante despre *ce facem*. Cu alte cuvinte, globalizare a redimensionat limitele permisivității sociale a afacerilor și a readus în sfera „rațiunii practice” a managementului, întrebările kantiene fundamentale: „Ce pot spera?”; „Ce pot face?”; „Ce-mi este permis?” Iar răspunsul este dat tot de Kant: „Acționează ca și când maxima acțiunii tale ar trebui să devină, prin voința ta, lege universală a naturii”.

Contribuțiile personale

Aspectele de inedit ale tezei noastre sunt diverse dar formulate în limitele subiectului responsabilitatea socială a facerilor. Vom menționa, în acest sens, câteva contribuții personale mai importante la dezvoltarea tematicii tendințe actuale în etica afacerilor:

Un punct de vedere echilibrat în sintetizarea materialul documentar și a teoriilor moderne despre globalizare, afaceri multinaționale, eticism, stakeholders etc.

O viziune proprie despre organizația de afaceri și mediul ei de evoluție, și în mod expres, despre managementul responsabilității sociale corporative și despre stakeholders.

O opinie personală referitoare la democratizarea cunoașterii și a tehnologiei.

O metodologie și un instrumentar pentru evaluarea conduitelor responsabile social în întreprinderi mici și mijlocii.

O cercetare sociologică pe o tematică puțin abordată în România, RSC, și pe un subiect nu îndeajuns de atractiv pentru a atrage curiozitatea practicienilor din domeniul științelor sociale: întreprinderi mici și mijlocii, cu capital românesc, din sectorul agroalimentar.

Rezultatele parțiale și finale ale cercetării efectuate în timpul elaborării tezei de doctorat au fost disponibile prin:

■

publicarea unui număr de opt lucrări științifice prezentate în cadrul unor manifestări științifice naționale și internaționale, în publicații de specialitate: 3 articole în cadrul Sesiunii Anuale de Comunicări Științifice a Universității Petre Andrei, Iași; 2 articole în cadrul Conferinței Internaționale “Turismul între dezvoltarea regională și criza economică globală”, a Universității Ștefan cel Mare, Suceava; 1 articol la Sesiunea de Comunicări a Academiei Române; 1 articol la Conferința Internațională, GEBA 2010, a Universității Al. I. Cuza, Iași; 1 articol este trimis spre publicare la Revista de Economie, numărul din februarie 2011.

■

organizarea a două workshops cu studenții de la Universitatea Petre Andrei și a unui workshop cu participanți din mediul de afaceri, pe tema operaționalizării principiilor de responsabilitate social corporativă în organizații.

Teza de doctorat a fost realizată sub îndrumarea domnului profesor doctor universitar **Ionel BOSTAN** căruia îi aduc calde mulțumiri pentru toleranța sa la *mai puțin obișnuit*.