

**ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA DE BUSINESS ȘI TURISM
ȘCOALA DOCTORALĂ DE ADMINISTRAREA
AFACERILOR**



TEZĂ DE DOCTORAT

Prezentată și susținută public de către autoarea:
MOHAMMED RAGHAD RAAED MOHAMMED

Titlul tezei de doctorat:

**CONTRIBUȚII LA DEZVOLTAREA
CONCEPTULUI DE ANTREPRENORIAL
SOCIAL PRIN REDEFINIREA
NOTORIETAȚII IN AFACERI ȘI
LEADERSHIP**

**Conducător de doctorat:
Prof.univ.dr.CARMEN-EUGENIA COSTEA**

București

2024

LISTĂ DE LUCRĂRI

Doctorand RAGHAD RAAED MOHAMMED

I. ARTICOLE BDI PUBLICATE IN REVISTE RECUNOSCUTE DIN ȚARĂ ȘI STRAINĂTATE

- [1] Majid Hamid Hazim Majid & RAGHAD RAAED MOHAMMED. (2024). The mediating role of organizational culture on the relationship between leadership and social capital in the Iraqi service sector', *International Journal of Engineering Technology and Management Research - IJETMR*, № 2.
<https://doi.org/10.29121/ijetmr.v11.i2.2024.1323> ARTICOL BDI autor corespondent.
- [2] **MOHAMMED, R.** (2023). The Effect of Transformational Leadership Style on the Sustainable Performance of Manufacturing Industry in Iraq: The mediating role of Social Responsibility. *Journal of Economic Development, Environment and People*. Vol. 12(2): 65–81. <http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/807>.
<https://doi.org/10.26458/jedep.v12i2.807>
ARTICOL BDI - unic autor.
- [3] **MOHAMMED R.** & Costea, C.E. (2023). The impact of leadership styles on the social responsibility of industrial companies in Romania. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 12(1):41–56. <http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/798>;
<http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/798/994>.
ARTICOL BDI - autor corespondent.
- [4] **MOHAMMED R. R.** (2019). Another Acknowledgement on the American Strategy on the War in Iraq. *Journal of Economic Development, Environment and People*. Vol. 8(2):37–44. <http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/1925>.
<https://doi.org/10.26458/jedep.v8i2.630>
ARTICOL BDI – unic autor.

II. CONFERINȚE INTERNAȚIONALE ORGANIZATE IN STRĂINĂTATE

- [1] Valentin Kuleto; Milena P.Ilić; Larisa Mihoreanu & **RAGHAD RAAED MOHAMMED**. (2024). Educational Technology and E-learning: Integrating Smart Technology and Digital Tools to Enhance Learning Experiences and Foster Innovation. 2nd *LINK IT & Ed.Tech International Scientific Conference - LIK IT & EdTech* 24 Belgrad 24-25 Mai.
<https://docs.google.com/document/d/1TfHpCgPqhl8SBVm84XislK-5VZ1aMNP4/edit>
CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ SERBIA.

- [2] **MOHAMMED.R.R** & Majid.H.H (2020). The Role of Digitization in the Leadership's Metamorphose through Disruptive Innovation, EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business in Association with K J. Somaiya Institute of Management Studies & Research: Business Theories & Practices around the World. Editors: M.Khanna, P.Rawat & Y.Weber. Euromed India Conference Proceedings, vol. 0, nr. 1, pg. 474-478 ISBN: 978-81-936405-5-5.https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compendium.pdf
CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ INDIA prim autor
- [3] **MOHAMMED R.R** (2020).The Role of Business Diplomacy in Defining the Millennial Generation's Leadership Style. *EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business in Association with K J. Somaiya Institute of Management Studies & Research: Business Theories & Practices around the World*. Editors: M.Khanna, P.Rawat & Y.Weber. Euromed India Conference Proceedings, vol. 0, nr. 1, pg. 468-469 ISBN: 978-81-936405-5-5. https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compendium.pdf
CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ INDIA singur autor
- [4] **MOHAMMED, R. R.** (2023). The Effect of Transformational Leadership Style on Supporting the Institutional Entrepreneurship of Manufacturing Industry in Iraq: The mediating role of Sustainable Development. In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. [46-48]). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1.
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit>
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.ylf379ml3rj2>
CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ SERBIA singur autor
- [5] **MOHAMMED, R. R.** & Hazim, M. H. (2023). The mediating role of Social Responsibility on the relationship between Resonant Leadership and Sustainable Performance of the Manufacturing Industry in Romania. In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. [49-51]). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1.
<https://edtech.link-conference.org/>.
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.tgnp4i5xpjm>
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.nhnmv69odqq3>
CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ SERBIA prim autor

- [6] **MOHAMMED, R. R.** & Hazim, M.H. (2023). The Impact of Leadership Styles on the Organizational Culture in the Romanian Service Sector: The Mediating Role of Social Capital. In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. [52-54 number]). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1. Available at: <https://edtech.link-conference.org/>.
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.tgnp4i5pjm>
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.15jaq97o475g>
 CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ SERBIA prim autor
- [7] **MOHAMMED.R.R** (2020). The Role of Economic Diplomacy in Defining the Millennial Generation's Leadership Style, EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business in Association with K.J.Somaiya Institute of Management Studies & Research: Business Theories & Practices around the World. Editors: M.Khanna, P.Rawat & Y.Weber. Euromed India Conference Proceedings, vol. 0, nr. 1, pg. 468-470 ISBN: 978-81-936405-5-5.
https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compndium.pdf
 CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ INDIA singur autor
- [8] **MOHAMMED R. R.** & Hazim, M. H. (2023). The Impact of Leadership Styles on the Organizational Culture in the Romanian Service Sector: The Mediating Role of Social Capital In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. 49-51). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1. <https://edtech.link-conference.org/>.
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.tgnp4i5xpjm>.
 CONFERINȚĂ INTERNAȚIONALĂ SERBIA prin autor

**CONTRIBUȚII LA DEZVOLTAREA CONCEPTULUI DE ANTREPRENORIAL
SOCIAL PRIN REDEFINIREA NOTORIETAȚII ÎN AFACERI ȘI LEADERSHIP
CUPRINSUL TEZEI DE DOCTORAT**

ARGUMENT ÎN FAVOAREA ALEGERII TEMEI DE CERCETARE

**Capitolul I. MANIFESTAREA SPIRITULUI ANTREPRENORIAL – IMPORTANT
FACTOR DE PRODUCȚIE ÎN CONDIȚIILE ECONOMIEI MODERNE**

- 1.1. Cele mai relevante abordări conceptuale privitoare la antreprenoriat
- 1.2. Analiza celor mai importante caracteristici ale procesului antreprenorial
- 1.3. Relația biunivocă dintre abilitățile antreprenoriale și principalele funcții ale unei organizații

**Capitolul II. ASPECTE ANALITICE ȘI METODOLOGICE CONEXE CU EVOLUȚIA
ANTREPRENORIATULUI SOCIAL**

- 2.1. Analiza aspectelor definitorii ale modelului “Canvas”
- 2.2. Întreprinderea socială – formă modernă a antreprenoriatului social

Capitolul III. MODELE DE ANTREPRENORIAL REPREZENTATIV ÎN EUROPA

- 3.1. Despre modelul de antreprenoriat în peisajul social european
- 3.2. Specificitatea tipologică a întreprinderilor sociale din Europa
- 3.3. Modele de antreprenoriat social în Franța

**CAPITOLUL IV. MODELUL ANTREPRENORIAL DE TIP ISTORIC MONARHIST-DIN
MAREA BRITANIE**

- 4.1. Conceptul britanic de întreprindere socială
- 4.2. Importanța antreprenoriatului pentru economia britanică
- 4.3. Antreprenoriatul și revoluția industrială în Marea Britanie
- 4.4. Trecerea în revistă a celor mai importanți antreprenori din Marea Britanie

CAPITOLUL V. MODELUL IRAKIAN DE ANTREPRENORIAL

- 5.1. Prezentarea aspectelor generale privind antreprenoriatul irakian
- 5.2. Modelul irakian de antreprenoriat social
- 5.3. Situația antreprenoriatului în Kurdistan

**Capitolul VI. ÎN LOC DE CONCLUZII: CONTRIBUȚII PRIVIND ÎMBUNĂȚĂȚIREA
MODELULUI DE ANTREPRENORIAL ROMÂNESC**

- 6.1. Trăsăturile definitorii ale antreprenoriatului românesc
- 6.2. Model de antreprenoriat societal în contextul particularităților economiei sociale din România
- 6.3. Despre notorietate în antreprenoriatul social rezilient

Bibliografie și Anexe

SINTEZA TEZEI DE DOCTORAT

CONTRIBUȚII LA DEZVOLTAREA CONCEPTULUI DE ANTREPRENORIAL SOCIAL PRIN REDEFINIREA NOTORIETAȚII ÎN AFACERI ȘI LEADERSHIP

Ideea antreprenoriatului social are o conotație pe cât de atractivă pe atât de generoasă; idee cu rădăcini învechite, se află, iar, la modă, în vremurile noastre. Conceptul combină pasiunea pentru misiuni sociale cu imaginea disciplinei conformate în afaceri, orientate nu doar spre profit ci și spre bunăstarea societală, ca inovație aplicată, asociată cu utilizarea tehnologiilor de vârf.

Multe acțiuni executive – locale sau guvernamentale, filantropice, caritabile sau milostive, dovedesc, de multe ori, că rezultatele nu se ridică la nivelul așteptărilor.

Manipulate politic sau incapabile să înțeleagă rolul în devenire al conceptului de antreprenorial social, multe instituții din domeniu sunt, adesea, considerate/evaluate ca inefficiente în folosirea resurselor, nepriecute în identificarea nevoilor sau nepregătite pentru lumea de azi. Iată de ce, antreprenorii sociali sunt tot mai necesari în peisajul societal pentru a dezvolta cele mai potrivite modele, potrivite momentului în care se aflăm în secolul al XXI-lea.

Fenomenul antreprenorial social și filantropic a existat dintotdeauna, sub diferite forme, uneori în spatele pieței pentru că finanțatorii acestuia preferau discreția în locul aroganței și munca în locul răsplatei. În ultimul timp, tot mai mulți sunt interesați de reafirmarea acestui domeniu pe cât de interesant și provocator pe atât de trebuincios și de dorit în societatea românească.

Antreprenorii sociali caută metode eficiente, pentru a răspunde scopurilor lor sociale. Aflat în cursa pentru câștigarea unei notorietăți și respectului general, conceptul de antreprenorial social câștigă popularitate dar și generează semnificații distincte, diverse și chiar eterogene. Foarte mulți asociază conceptul de antreprenorial social exclusiv cu organizațiile non-profit care încep o activitate aducătoare de venit sau de profit. Alții îl folosesc pentru a se referi la afaceriștii care integrează obiective sociale în cadrul operațiunilor lor.

În literatura de specialitate, ideea de lider se împletește, adesea, cu activitatea de antreprenoriat social ca fenomen socio-economic și organizațional. În ultimii ani, cele două concepte, atrăgând o atenție tot mai mare din partea oamenilor de știință, a reprezentanților mediului de afaceri și chiar a statului, au contribuit serios la inovarea sectorului prin îmbinarea activităților lor caracteristice cu altele din domenii colaterale. Astfel, contribuția la sustenabilitatea activităților și operațiunilor derulate sectorial a dovedit creșteri apreciate.

Astăzi, conceptul de antreprenoriat social este acceptat drept o activitate economică derulată în scopul rezolvării problemelor unor grupuri specifice de persoane care, din cauza eșecurilor/insolvenței pieței și a statului, nu au acces la bunurile vitale.

Relevanța cercetărilor mele se concentrează pe studierea importanței și a rolului antreprenoriatului social în lume și pe necesitatea de cercetări empirice pentru conceptualizarea și dezvoltarea teoriei antreprenoriatului social, astfel încât să fie mai ușor identificat rolul liderilor de notorietate nu doar în obținerea de profit pentru firmă ci și în accentuarea prezenței lor proactive în societatea civilă.

Antreprenoriatul social aplică principii și recomandări uzitate de fondatori și antreprenori de *start-up*-uri pentru dezvoltarea de afaceri orientate pe generarea de schimbări sociale sau pentru susținerea unei cauze nobile din perspectivă socială sau societală, alături de activitatea de mecenat sau/și patronaj susținută de marile corporații prin fundațiile lor.

Concept cu rezonanțe și rădăcini istorice datând din secolul al XVII-lea, antreprenoriatul social reprezintă un proces complex, social și economic, de a face afaceri pentru a rezolva anumite probleme sociale sau civice.

Importanța antreprenoriatului social pentru societate și dezvoltarea sa durabilă rezidă în legătura sa intrinsecă cu oamenii, cu locurile de baștină sau întreaga planetă, cu dorința de prosperitate generală, conviețuire în armonie și pace și comunicare socială și stabilirea de rețele parteneriale de afaceri - ca partea cea mai importantă a societății în care trăim și pe care dorim să o lăsăm moștenire și generațiilor viitoare.

Abordarea de față evidențiază modul în care obiectivele generale se constituie într-un cablaj social și societal, dincolo de egoismul obiectivelor de grup sau individuale. Ele susțin crearea creșterii economice și generarea satisfacției societale.

Scopul general al antreprenoriatului social constă în nevoia de apartenență civică și de business la dezvoltarea durabilă. Indiferent unde este pus accentul și cum se constată importanța ideilor și faptelor, contează obținerea de rezultate sociale îmbunătățite care vizează dezvoltarea durabilă pentru comunități.

Antreprenoriatul social ia naștere din activitățile depuse pentru reducerea stresului social, pentru creșterea productivității angajaților, integrarea obiectivelor generale în strategia firmei de antreprenoriat, sprijinirea oricăror acțiuni civice, creșterea satisfacției și stării de bine a comunității și societății.

Antreprenoriatul social este un proces activ și dinamic, permanent conectat la societate și cetățenii ei, un proces de implicare constantă în identificarea oportunităților inovatoare și construirea responsabilă a unor răspunsuri la nevoile și la schimbările sociale. El creează și oferă soluții inovatoare pentru a mobiliza resurse pentru o dezvoltare sustenabilă .

Antreprenoriatul social se prezintă ca: a) o soluție sustenabilă de contribuție la resetarea orașelor și comunităților și rezolvarea, cel puțin parțială, a unor probleme sociale și de mediu – de la diminuare sau eliminarea sărăciei și a inegalităților sociale, civice, etice sau societale la intervenția asupra schimbările negative climatice și de mediu cu care se confruntă societatea mondială; b) un proces de adaptare prin business a unor indivizi sau grupuri cu grad înalt de civism și justiție socială care identifică și finanțează soluții la problemele societale generale. Succesul este identificat, de multe ori, cu câteva crâmpoie de mulțumiri sau satisfacții ale intervențiilor punctuale, utile pentru un trai mai bun.

Antreprenoriatul social descrie, de asemenea, descoperirea și exploatarea durabilă a oportunităților de a crea beneficii sociale și de mediu generate de existența unor dezechilibre în mediile de piață și societate. Există mai multe tipuri de antreprenori sociali sunt: ♣ antreprenorii sociali comunitari, ♣ antreprenorii sociali non-profit, ♣ antreprenorii sociali transformatori și ♣ antreprenorii sociali globali. Agenda 2030 a Națiunilor Unite [sdgs.un.org/2030agenda]¹ , face referire la 17 obiective, universal valabile și articulate de-a lungul celor trei dimensiuni ale dezvoltării durabile: economică, socială și de mediu - bazate pe conștiință, conservare, comunitate, comerț și cultură. Ele sunt profund interconectate, în continuă nevoie de echilibru și armonie întrucât optimul nu se poate crea

¹ <https://sdgs.un.org/2030agenda>

cu dezechilibre – și încadrează abordarea holistică și armonioasă a tot ceea ce avem, facem și ne dorim. Cu cât acestea sunt mai ambițioase și mai deschise în abordarea larg-transversală a egalității de gen, cu atât se adresează unui set mai larg de preocupări, subliniind legătura dintre obiectivele globale și obiectivele naționale.

Antreprenoriatul social este încurajat prin: educație și formare, crearea de rețele și parteneriate, politici și reglementări, cultură și mentalitate. Antreprenorii identifică problemele și iau măsuri împotriva problemelor sociale nedrepte. Ei se adresează circumstanțelor sociale care exclud sau marginalizează o parte a umanității. În loc să se plângă, preiau conducerea și caută soluții alternative.

Exemplele de antreprenoriat social merg dincolo de realizarea de profit și se concentrează pe impactul pozitiv asupra societății, culturii sau mediului prin identificarea, definirea și valorificarea oportunităților de a spori bogăția socială prin construirea de noi întreprinderi sau optimizarea inovatoare a organizațiilor existente. Din acest punct de vedere, antreprenoriatul necesită pasiune pentru a obține ceea ce dorim de a depăși provocările, scop, planificare, răbdare, perseverență.

Antreprenorii sociali se concentrează adesea pe oameni, probleme, planifică, prioritizează, prototipează și urmăresc efectele la nivelul pieței și societății. Aceasta implică reducerea emisiilor de carbon, promovarea practicilor echitabile de muncă, conservarea resurselor și contribuția pozitivă la comunitățile locale. Pilonii durabilității sunt legați de dezvoltarea umană, socială, economică și de mediu. Prin urmare, pentru a deveni sustenabil, antreprenoriatul trebuie să creeze un impact social și de mediu pozitiv, generând în același timp valoare economică. Este o tendință în creștere în domeniul afacerilor durabile, care încearcă să echilibreze rezultatul triplu al oamenilor, planetei și profitului. Antreprenorii pot fi: ♣ sociali comunitari, ♣ antreprenorii sociali non-profit, ♣ antreprenori sociali de transformare și ♣ antreprenori sociali internaționali. Pentru a avea succes un antreprenor trebuie să: ♣ aibă o misiune declarată ferm, ♣ cerceteze și să cunoască bine domeniul, pentru a-și conceptualiza oferta unică, ♣ să fie permanent în contact cu echipa lor pentru a aduna feedback și a găsi sprijinul necesar, ♣ să dezvolte un model de afaceri specific preocupărilor și expertizei, ♣ să identifice sursele potrivite de finanțare, ♣ să scrie un plan de acțiune realist, original, competitiv.

Conform Raportului ONU Better Business Better World al Comisiei pentru afaceri și dezvoltare durabilă ONU [<https://sdgs.un.org/>]², atingerea obiectivelor globale poate deschide oportunități de piață estimate la peste 10 trilioane de euro în patru sisteme economice care reprezintă aproximativ două treimi din economia reală: ♠ alimentație, ♠ agricultură, ♠ orașe, ♠ energie, ♠ sănătate, ♠ mediu. Astfel, antreprenoriatul va juca, în viitor, un rol proeminent și mai demn de remarcat, în promovarea bogăției generale, prin crearea de noi afaceri recunoscute ca factori vitali în furnizarea de locuri de muncă, reducerea inegalităților, atenuarea sărăciei și promovarea creșterii durabile, contribuind la consolidarea limbajului antreprenorial, a viziunii și a foii de parcurs pentru durabilitate generală.

Indubitabil, companiile pot contribui la atingerea obiectivelor globale de sustenabilitate, creând valoare pentru consumatori și părțile interesate, oferind, de asemenea, oportunități de a veni împreună cu provocări suplimentare: acces limitat la finanțare, rezistență la schimbare și navigarea în cadre de reglementare complexe.

Antreprenoriatul sustenabil acționează la interfața dintre politică, afaceri și societatea civilă pentru a mobiliza noi resurse și a viza tranziția crucială către activități economice reziliente din punct de vedere social și ecologic. Sustenabilitatea antreprenorială socială poate fi descrisă ca fiind procesul de dezvoltare a soluțiilor durabile pentru probleme sociale, economice sau de mediu care nu sunt abordate de piață [Kamaludin, 2023]³.

Antreprenoriatul sustenabil reprezintă oportunitatea orientată și orientată spre generarea de noi produse, servicii, procese de producție, tehnici și moduri organizaționale care reduc substanțial impactul social și de mediu și care cresc calitatea vieții. Astfel, potrivit raportului Better Business Better World al Comisiei pentru afaceri și dezvoltare durabilă, atingerea Obiectivelor globale ar putea deschide oportunități de piață estimate la 12 trilioane de dolari SUA în patru sisteme economice care reprezintă aproximativ 60% din economia reală: alimentație și agricultură, orașe, energie, mediu, bunăstare.

² <https://sdgs.un.org/>

³ Kamaludin Mohammed Faiz. (2023). Social sustainability within social entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol.192, July 2023, 122541. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122541>.

Antreprenoriatul durabil integrează economic, mediu și social în obiectivele, activitățile și planificarea unei firme pentru a crea o valoare pe termen lung pentru firmă, părțile interesate și societatea în general.

Antreprenorii sustenabili sunt caracterizați prin: ♣ altruism, inovativitate și originalitate, capacitate de a echilibra valorile, purtători de rațiuni economice sănătoase, capacitate de percepție, probitate, (auto)compasiune și abordare holistică a vieții și a muncii. Modelele de afaceri durabile se concentrează pe obținerea succesului economic pe termen lung, minimizând în același timp impactul negativ asupra societății și asupra mediului. De fapt, aceasta este rădăcina puterii antreprenoriale. Ea constă în marea capacitate de a oferi soluții de durată, capacitatea de a face față unei provocări și de a o depăși și capacitatea de a contribui la transformarea lumii într-un loc mai bun, oferind și o valoare monetară în procesul de furnizare a acestora soluții. Un antreprenor trebuie să știe să-și asume, responsabil și înțelept, diferite feluri de riscuri, atunci când intră pe noi piețe sau adoptă modele de afaceri moderne, atunci când e gata să preia conducerea și să caute soluții alternative în timp util pentru a obține cele mai bune soluții.

Afacerile rămân mereu nucleul indiscutabil al creației de valoare adăugată și profit. În activitatea lor cotidiană, firmele, companiile, abordează practici care pot fi controversate sau nedorite pentru alți actori societali: optimizarea impozitelor, vânarea constantă a unei producții mai ieftine în fața unei concurențe neîncetate și lipsa unor beneficii vizibile pe termen lung pentru țările individuale în urma creșterii sectorului privat.

Asemenea controverse creează confuzii și diferențe care reclamă fundamentele modelelor economice existente într-o lume aflată în continuă schimbare rapidă.

Pentru asemenea companii, *un nou model având capacitatea de a împărți averea* într-un lanțului valoric trebuie să includă mai multe componente: ♠ salarii decente, ♠ acces la produse și ♠ servicii pentru cei mai vulnerabili, ♠ crearea de locuri de muncă, ♠ împărțirea de avere cu partenerii economici, ♠ colectarea impozitelor și ♠ contribuțiile considerate corecte de către părți etc. Așteptările ridicate de problemele de creștere incluzivă invită factorii de decizie să arunce o privire nouă asupra societății viitorului, asupra oamenilor, specialiștilor, instituțiilor, configurației societale și nevoilor viitoare, în general.

De aceea companiile sunt forțate să treacă de la un model de costuri pe termen scurt la o competitivitate pe termen lung bazată pe capacitatea de a deveni un motor de dezvoltare economică pentru întregul ecosistem, motor care să se bazeze pe alte tipuri de resurse și să folosească alte tipuri de politici.

Există, acum, *oportunitatea de a găsi avantaje competitive* prin: ♠ identificarea de noi piețe în cadrul acestui model, ♠ înțelegerea/gestionarea altor tipuri de resurse, ♠ crearea de noi tipuri de valori - prin factorizări externe, ♠ de a construi și urma un altfel de leadership eco-sistemic ca punct de referință și partener de încredere.

Pentru a deveni buni antreprenori, oamenii trebuie să: ♣ înțeleagă modelele de afaceri, ♣ să creeze o viziune și o misiune de impact, ♣ să înțeleagă oportunitățile în afaceri, ♣ să simtă schimbarea inspiratoare, ♣ să acționeze rezilient, ♣ să fie creativi și inovatori și ♣ să demonstreze inteligența socială și emoțională.

Un antreprenor social poate crea valoare societală și de business prin generarea de impact social, de mediu și profituri financiare. Prin notorietatea pe care o obține prin consolidarea unei afaceri, antreprenorul, indiferent din ce categorie face parte, are datoria de a inspira și împuternici oamenii, în special cei marginalizați și defavorizați, de a participa la economie și societate nu doar pe cale economică și și prin comunicare, educație și mentorat, astfel încât notorietatea de care se bucură să devină lecție și motiv de inspirație și pentru ceilalți membrii ai societății.

Nimeni nu poate crede că drumul spre succes al antreprenorului social este pavat cu bunătați și succese permanente. Și în acest domeniu este nevoie de o pregătire prealabilă, de un plan de afaceri adecvat, de cercetări de piață și proiecții financiar-bancare, de parteneri și angajați serioși, onești, responsabili. Activitatea de antreprenorial social rămâne la fel de dificilă ca oricare altă activitate, fiind, la rândul ei, supusă riscurilor - financiare, operaționale, juridice, de reglementare, reputațiunile, sociale, de mediu și politice. Dar, cu lecția pregătită în avans, cu analize și evaluări de prognostic corecte, acestea se pot anticipa, atenua, elimina.

De multe ori succesul este pus fie în seama moștenirilor - sub forma de calități de business speciale sau de averi amețitoare, fie a norocului.

Realitatea dovedește zilnic că există și principii și practici fundamentale pe care unii oameni le urmează și care ajung, astfel, să se distingă de ceilalți. Ca să construiești o avere

mare trebuie să înveți și să aplici anumite principii care sunt dovedite că stau la baza sustenabilității individuale, de business și/sau societale. Acestea depășesc ideea de plan strategic financiar, includ gândirea vizionară atemporală, învățarea constantă și asumarea de riscuri calculate care permit gestionarea corelată a finanțelor – nu doar prin operațiuni grijulii de durată limitată sau economisiri inteligent bugetate ci și prin investiții strategice inovativ-creative, aducătoare de valoare.

Călătoria în afaceri și mai ales în antreprenorial este marcată de disciplină, flexibilitate operativă și modelare procesuală reziliență și, mai ales, de optimism în analiza provocărilor ca oportunități de creștere. De aici, se construiește un angrenaj mental axat pe reușită și succes, un model vizionar înscris într-un proces de învățare continuă și definit prin empatie și multă toleranță (la risc, la sistemul partenerial și la impulsul investițiilor de moment), respect față de parteneriat, transparență și corectitudine.

Oamenii care reușesc în afaceri și în antreprenorialul social comunică, sunt o celulă puternică într-un sistem de sisteme relaționale inteligente puternice, sunt empatici și asertivi, sunt atenți și raționali cu cheltuielile, țin aproape cei mai buni mentori și, mai ales, sunt buni planificatori. În afaceri, perspicacitatea se construiește și se dovedește prin spiritul nativ și creativitate și cutezanță, prin observație atentă și înțelegere și mai ales, prin determinare și efort continuu, prin auto-disciplină în crearea de valoare, analiza corectă a piețelor, prin returnarea către societate a unei importante cote din valoarea adăugată obținută, ca răsplată pentru ceea ce societatea le-a oferit căci calea spre bogăție nu înseamnă doar acumularea de bani ci și contribuția efectivă, activă la construirea unei vieți societale de securitate, libertate și oportunități.

Iar exemplele aduse în această teză de doctorat reprezintă argumentația cea mai potrivită.

"EXISTĂ OAMENI **MAI PUȚIN CALIFICAȚI**
DECÂT TINE, CARE FAC LUCRURI **PE CARE**
VREI ȘI TU SĂ LE FACI,
PUR ȘI SIMPLU
PENTRU CĂ EI AU
DECIS **SĂ TREACĂ**
LA FAPTE."



– **Jack Ma**
Averez: \$39.4 Miliarde

**BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC
STUDIES
FACULTY OF BUSINESS AND TOURISM
BUSINESS ADMINISTRATION DOCTORAL
SCHOOL**



PHD THESIS

Publicly defended by the author:

MOHAMMED RAGHAD RAAED MOHAMMED

Title:

**CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF
THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP CONCEPT
BY RECONSIDERING THE NOTORIETY IN
BUSINESS AND LEADERSHIP**

PhD supervizor:

Prof.univ.dr.CARMEN-EUGENIA COSTEA

București

2024

THE LIST OF PUBLICATIONS AND PRESENTATIONS AT THE INTERNATIONAL OUTSTANDING CONFERENCES

(co)authored by **RAGHAD RAAED MOHAMMED**

I. ARTICLES PUBLISHED IN OUTSTANDING RECOGNISED JOURNALS

- [1]. Majid Hamid Hazim Majid & **RAGHAD RAAED MOHAMMED**. (2024). The mediating role of organizational culture on the relationship between leadership and social capital in the Iraqi service sector', *International Journal of Engineering Technology and Management Research- IJETMR*, № 2.
<https://doi.org/10.29121/ijetmr.v11.i2.2024.1323>
Corresponding author.
- [2]. **MOHAMMED, R.** (2023). The Effect of Transformational Leadership Style on the Sustainable Performance of Manufacturing Industry in Iraq: The mediating role of Social Responsibility. *Journal of Economic Development, Environment and People*. Vol. 12(2): 65–81. <http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/807>.
<https://doi.org/10.26458/jedep.v12i2.807>
- [3]. **MOHAMMED R.** & Costea, C.E. (2023). The impact of leadership styles on the social responsibility of industrial companies in Romania. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 12(1):.41–56.
<http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/798>;
<http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/798/994>.
Corresponding author.
- [4]. **MOHAMMED R. R.** (2019). Another Acknowledgement on the American Strategy on the War in Iraq. *Journal of Economic Development, Environment and People*. Vol. 8(2):37–44. <http://ojs.spiruharet.ro/jedep/article/view/1925>.
<https://doi.org/10.26458/jedep.v8i2.630>

II. CONFERINȚE INTERNAȚIONALE ORGANIZATE IN STRĂINĂTATE

- [1] Valentin Kuleto; Milena P.Ilić; Larisa Mihoreanu & **RAGHAD RAAED MOHAMMED**. (2024). Educational Technology and E-learning: Integrating Smart Technology and Digital Tools to Enhance Learning Experiences and Foster Innovation. *2nd LINK IT & Ed.Tech International Scientific Conference - LIK IT & EdTech 24* Belgrad 24-25 Mai.

<https://docs.google.com/document/d/1TfHpCgPqhl8SBVm84XislK-5VZ1aMNP4/edit>
INTERNATIONAL CONFERENCE SERBIA.

- [2] **MOHAMMED.R.R** & Majid.H.H (2020). The Role of Digitization in the Leadership's Metamorphose through Disruptive Innovation, EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business in Association with K J. Somaiya Institute of Management Studies & Research: Business Theories & Practices around the World. Editors: M.Khanna, P.Rawat & Y.Weber. Euromed India Conference Proceedings, vol. 0, nr. 1, pg. 474-478 ISBN: 978-81-936405-5-5.https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compndium.pdf
INTERNATIONAL CONFERENCE INDIA prim autor
- [3] **MOHAMMED R.R** (2020).The Role of Business Diplomacy in Defining the Millennial Generation's Leadership Style. *EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business in Association with K J. Somaiya Institute of Management Studies & Research: Business Theories & Practices around the World*. Editors: M.Khanna, P.Rawat & Y.Weber. Euromed India Conference Proceedings, vol. 0, nr. 1, pg. 468-469 ISBN: 978-81-936405-5-5. https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compndium.pdf
INTERNATIONAL CONFERENCE INDIA
- [4] **MOHAMMED, R. R.** (2023). The Effect of Transformational Leadership Style on Supporting the Institutional Entrepreneurship of Manufacturing Industry in Iraq: The mediating role of Sustainable Development. In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. [46-48]). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1.
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit>
<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.ylf379ml3rj2>
INTERNATIONAL CONFERENCE SERBIA
- [5] **MOHAMMED, R. R.** & Hazim, M. H. (2023). The mediating role of Social Responsibility on the relationship between Resonant Leadership and Sustainable Performance of the Manufacturing Industry in Romania. In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. [49-51]). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1.
<https://edtech.link-conference.org/>.

<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.tgnp4i5xpjm>

<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.nhnmv69odqq3>

INTERNATIONAL CONFERENCE SERBIA corresponding author

- [6] **MOHAMMED, R. R.** & Hazim, M.H. (2023). The Impact of Leadership Styles on the Organizational Culture in the Romanian Service Sector: The Mediating Role of Social Capital. In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. [52-54 number]). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1. Available at: <https://edtech.link-conference.org/>.

<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.tgnp4i5xpjm>

<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.l5jaq97o475g>

INTERNATIONAL CONFERENCE SERBIA corresponding author.

- [7] **MOHAMMED.R.R** (2020). The Role of Economic Diplomacy in Defining the Millennial Generation's Leadership Style, EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business in Association with K.J.Somaiya Institute of Management Studies & Research: Business Theories & Practices around the World. Editors: M.Khanna, P.Rawat & Y.Weber. Euromed India Conference Proceedings, vol. 0, nr. 1, pg. 468-470 ISBN: 978-81-936405-5-5.

[https://simsr.s3.ap-south-](https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compndium.pdf)

[1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compndium.pdf](https://simsr.s3.ap-south-1.amazonaws.com/Research/Conferences/EuroMed_Compndium.pdf)

INTERNATIONAL CONFERENCE INDIA.

- [8] **MOHAMMED R. R.** & Hazim, M. H. (2023). The Impact of Leadership Styles on the Organizational Culture in the Romanian Service Sector: The Mediating Role of Social Capital In D. Čalović (Ed.), *Book of Abstracts, Student Symposia, LINK IT & EdTech23 International Scientific Conference* (p. 49-51). Faculty of Contemporary Arts, Information Technology School, Institute for Contemporary Education. ISBN-978-86-87175-21-1. <https://edtech.link-conference.org/>.

<https://docs.google.com/document/d/1LHMoPAIpYnkDQk4Uba8D3InnKjF5SRoO/edit#heading=h.tgnp4i5xpjm>.

INTERNATIONAL CONFERENCE SERBIA corresponding author.

CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP CONCEPT BY RECONSIDERING THE NOTABILITY IN BUSINESS AND LEADERSHIP

PHD THESIS SUMMARY

ARGUMENT IN FAVOR OF THE RESEARCH TOPIC CHOICE

Chapter I. THE MANIFESTATION OF THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT – AN IMPORTANT PRODUCTION FACTOR IN THE CONDITIONS OF THE MODERN ECONOMY

- 1.1. The most relevant conceptual approaches to entrepreneurship
- 1.2. Analysis of the most important characteristics of the entrepreneurial process
- 1.3. The bi-unique relationship between entrepreneurial skills and the main functions of an organization

Chapter II. ANALYTICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS RELATED TO THE EVOLUTION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

- 2.1. Analysis of the defining aspects of the "Canvas" model
- 2.2. Social enterprise - modern form of social entrepreneurship

Chapter III. MODELS OF REPRESENTATIVE ENTREPRENEURSHIP IN EUROPE

- 3.1. About the entrepreneurship model in the European social landscape
- 3.2. The typological specificity of social enterprises in Europe
- 3.3. Models of social entrepreneurship in France

CHAPTER IV. THE HISTORICAL MONARCHIST-TYPE ENTREPRENEURIAL MODEL FROM GREAT BRITAIN

- 4.1. The British concept of social enterprise
- 4.2. The importance of entrepreneurship to the British economy
- 4.3. Entrepreneurship and the Industrial Revolution in Britain
- 4.4. Reviewing the UK's Top Entrepreneurs

CHAPTER V. THE IRAQI ENTREPRENEURSHIP MODEL

- 5.1. Presentation of general aspects regarding Iraqi entrepreneurship
- 5.2. The Iraqi model of social entrepreneurship
- 5.3. The State of Entrepreneurship in Kurdistan

CHAPTER VI. INSTEAD OF CONCLUSIONS: CONTRIBUTIONS REGARDING THE IMPROVEMENT OF THE ROMANIAN ENTREPRENEURSHIP MODEL

- 6.1. The defining features of Romanian entrepreneurship
- 6.2. Model of societal entrepreneurship in the context of the particularities of the Romanian social economy
- 6.3. About notoriety in resilient social entrepreneurship

Bibliography & Annexes

CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP CONCEPT BY RECONSIDERING THE NOTABILITY IN BUSINESS AND LEADERSHIP

THE DOCTORAL THESIS SYNTHESIS

The idea of social entrepreneurship has a connotation as attractive as it is generous; the idea is not new at all; it is fashionable rooted in King Louis times.

The concept combines the passion for social missions with the image of discipline conformed in business, not only for profit but also for societal well-being, as applied innovation, associated with the use of cutting-edge technologies.

Many executive actions - local or governmental, philanthropic, charitable or merciful, often prove that they do not live up to expectations.

Politically manipulated or unable to understand the emerging role of the concept of social entrepreneurship, many institutions in the field are often considered/assessed as inefficient in the use of resources, unskilled in identifying needs or unprepared for today's world. This is why social entrepreneurs are increasingly necessary in the societal landscape to develop the most appropriate models, suitable for the moment in which we find ourselves in the 21st century.

The phenomenon of social entrepreneurship and philanthropy has always existed in various forms, sometimes behind the market because its funders preferred discretion to arrogance and work over reward. Lately, more and more people are interested in reaffirming this field, which is as interesting and challenging as it is necessary and desirable in Romanian society. Social entrepreneurs look for effective methods to meet their social goals. In the race to gain notoriety and general respect, the concept of social entrepreneurship is gaining popularity but also generating distinct, diverse and even heterogeneous meanings.

Many people associate the concept of social entrepreneurship exclusively with non-profit organizations that start an activity that brings income or profit. Others use it to refer to businesspersons who integrate social goals into their operations.

In specialized literature, the idea of a leader often intertwine with the activity of social entrepreneurship as a socio-economic and organizational phenomenon.

Nowadays, the two concepts, attracting increasing attention from scientists, business representatives and even the State, have seriously contributed to the sector innovation by combining their characteristic activities with others from collateral fields. Thus, the contribution to the sustainability of activities and operations carried out by the sector showed appreciable increases. Today, the concept of social entrepreneurship shows itself as an economic activity carried out in order to solve the problems of specific groups of people who, due to market and state failures/insolvency, do not have access to vital goods.

The relevance of the research focuses on studying the importance and role of social entrepreneurship in the world along the empirical need to develop the theory of social entrepreneurship. That way it is easier to identify the role of leaders of notoriety not only in obtaining profit for the company but also in emphasizing their proactive presence in civil society.

The social entrepreneurship applies principles and recommendations used by start-up founders and entrepreneurs for the development of businesses aimed at generating social changes or for supporting a noble cause from a social or societal perspective, alongside the patronage or patronage activity supported by large corporations through their foundations.

A concept with resonances and historical roots dating back to the 17th century, the social entrepreneurship represents a complex, socio-economic process of doing business to solve certain social or civic problems. Its importance for the society and development lies in an intrinsic connection to people, places of origin and planet and desire for general prosperity living in harmony, communicating and establishing business partnership networks - as the most important part of the society in which we live and which we want to leave as a legacy to future generations.

The approach highlights the way in which general objectives constitute within a social and societal wiring, beyond the selfishness of group or individual objectives. They support the creation of economic growth and the generation of societal satisfaction.

The general purpose of social entrepreneurship consists in the need for civic and business belonging to sustainable development. Regardless of where the emphasis is and

how ideas and facts matter, achieving improved social outcomes are important for sustainable development for communities matters.

Social entrepreneurship arises from the activities carried out to reduce social stress, to increase the productivity of employees, to integrate general objectives into the company's entrepreneurship strategy, to support any civic actions, to increase the satisfaction and well-being of the community and society.

Social entrepreneurship keeps itself as an active and dynamic process, permanently connected to society and its citizens, a process of constant involvement in the identification of innovative opportunities and the responsible construction of responses to needs and social changes. He creates and offers innovative solutions to mobilize resources for sustainable development.

The general purpose of social entrepreneurship consists in the need for civic and business belonging to sustainable development. Social entrepreneurship arises from the activities carried out to reduce social stress, to increase the productivity of employees, to integrate general objectives into the company's entrepreneurship strategy, to support any civic actions, to increase the satisfaction and well-being of the community and society.

Social entrepreneurship is an active and dynamic process, permanently connected to society and its citizens, a process of constant involvement in the identification of innovative opportunities and the responsible construction of responses to needs and social changes. It creates and provides innovative solutions to mobilize resources for sustainable development.

Social entrepreneurship presents itself as:

a) a sustainable solution to contribute to the reset of cities and communities and to solve, at least partially, some social and environmental problems - from reducing or eliminating poverty and social, civic, ethical or societal inequalities to intervention on the negative climate and environmental changes facing the world society;

b) a business adaptation process of individuals or groups with a high degree of citizenship and social justice that identify and finance solutions to general societal problems. Success reveals, many times, with a few thanks or satisfactions of punctual interventions, useful for a better life.

Social entrepreneurship also describes the discovery and sustainable exploitation of opportunities to create social and environmental benefits generated by the existence of imbalances in market and societal environments. There are several types of social entrepreneurs are: ♣ community social entrepreneurs, ♣ non-profit social entrepreneurs, ♣ transformative social entrepreneurs and ♣ global social entrepreneurs.

The 2030 Agenda of the United Nations [sdgs.un.org/2030agenda], refers to 17 objectives, universally valid and articulated along the three dimensions of sustainable development: economic, social and environmental - based on conscience, conservation, community, trade and culture. They are deeply interconnected, in constant need of balance and harmony because the optimum cannot be created with imbalances - and they frame the holistic and harmonious approach to everything we do, do and want.

The more ambitious and open they are in their cross-cutting approach to gender equality, the more they address a wider set of concerns, emphasizing the link between global goals and national goals.

Social entrepreneurship is encouraged through education and training, networking and partnerships, policies and regulations, culture and mindset.

Entrepreneurs identify problems and take action against unjust social problems. They address social circumstances that exclude or marginalize a part of humanity. Instead of complaining, they take the lead and look for alternative solutions.

Examples of social entrepreneurship go beyond profit making and focus on positive impact on society, culture or the environment by identifying, defining and capitalizing on opportunities to increase social wealth by building new ventures or innovatively optimizing existing organizations. From this point of view, entrepreneurship requires passion to achieve that desire to overcome challenges, purpose, planning, patience, perseverance.

According to the UN Better Business Better World Report of the UN Commission on Business and Sustainable Development [<https://sdgs.un.org/>], achieving the global goals can open market opportunities estimated at more than 10 trillion Euros in four economic systems representing approx. two-thirds of the real economy: ♠ food, ♠ agriculture, ♠ cities, ♠ energy, ♠ health, ♠ environment. Thus, entrepreneurship will play, in the future as well, a prominent and more noteworthy role in promoting general wealth by creating new businesses recognized as vital factors in providing jobs, reducing inequality, alleviating

poverty and promoting sustainable growth, contributing to strengthening the entrepreneurial language, vision and roadmap for overall sustainability.

Companies will contribute to global sustainability goals by creating value for consumers and stakeholders, while also providing opportunities to come together with additional challenges: limited access to finance, resistance to change and navigating complex regulatory frameworks.

Sustainable entrepreneurship acts at the interface between politics, business and civil society to mobilize new resources and target the crucial transition to socially and environmentally resilient economic activities.

Social entrepreneurial sustainability emphasizes the process of developing sustainable solutions for social, economic or environmental problems that are not addressed by the market [Kamaludin, 2023]. Sustainable entrepreneurship is the opportunity oriented and oriented towards the generation of new products, services, production processes, techniques and organizational modes that substantially reduce the social and environmental impact and that increase the quality of life.

According to the Commission on Business and Sustainable Development's Better Business Better World report, achieving the Global Goals could open up an estimated over 10 trillion Euros in market opportunities across five economic areas representing more than 60% of the real economy: ♠ food and agriculture, ♠ cities, ♠ energy, ♠ environment, ♠ welfare. Sustainable entrepreneurship integrates economic, environmental and social considerations into a firm's objectives, activities and planning to create long-term value for the firm, its stakeholders and society, at large.

Sustainable entrepreneurs are generally characterized by: ♣ altruism, ♣ innovation and originality, ♣ ability to balance values, ♣ quality of economic rationale, ♣ capacity for perception, ♣ probity, ♣ (self)compassion and ♣ holistic approach to life and work.

Sustainable business models focus on achieving long-term economic success while minimizing the negative impact on society and the environment. In fact, this is the root of entrepreneurial power. It consists of the great ability to provide lasting solutions, the ability to face a challenge and overcome it, and the ability to contribute to making the world a better place while also providing monetary value in the process of providing those solutions.

Any entrepreneur must know how to assume, responsibly and wisely, the different kinds of risks when entering new markets or adopting modern business models, when ready to take the lead and look for alternative solutions in a timely manner to achieve the best solutions.

Business always remains the undisputed core of added-value and profit creation. In their daily activity, firms, companies, approach practices that may be controversial or undesirable for other societal actors: the optimization of taxes, the constant hunt for cheaper production in the face of incessant competition and the lack of visible long-term benefits for individual countries following private sector growth. Such controversies create confusion and disputes that challenge the foundations of existing economic models in a rapidly changing world.

For such companies, a new model with the ability to share wealth in a value chain must include several components: ♠ decent wages, ♠ access to products and ♠ services for the most vulnerable, ♠ job creation, ♠ sharing of wealth with economic partners, ♠ collection of taxes and ♠ contributions considered fair by the parties, etc.

The expectations raised by the issues of inclusive growth invite decision-makers to take a new look at the society of the future, at the people, specialists, institutions, societal configuration and future needs, in general. That's why companies are forced to move from a short-term cost model to a long-term competitiveness based on the ability to become an engine of economic development for the entire ecosystem, an engine that relies on other types of resources and uses other types of policies.

There is now an opportunity to find competitive advantages by: ♠ identifying new markets within this model, ♠ understanding/managing other types of resources, ♠ creating new types of values - through external factoring, ♠ building and pursuing a other than ecosystem leadership as a point of reference and reliable partner.

To become good entrepreneurs, people need to: ♣ understand business models, ♣ create an impactful vision and mission, ♣ understand business opportunities, ♣ feel inspiring change, ♣ act resilient, ♣ be creative and innovative and ♣ demonstrate social and emotional intelligence.

A social entrepreneur knows how to prove his capacity and create societal and business value by generating social, environmental impact and financial returns. Through

notoriety, it obtains business consolidation. The entrepreneur, regardless of which category he belongs to, has the duty to inspire and empower people, especially the marginalized and disadvantaged, to participate in the economy and society not only economically and through communication, education and mentoring, so that the notoriety they enjoy becomes a lesson and a reason for inspiration for other members of society.

No one can believe that the road to success of the social entrepreneur is paved with goodies and permanent successes. Moreover, in this field, there is a need for prior preparation, an adequate business plan, market research and financial-banking projections, serious, honest, responsible partners and employees.

The activity of social entrepreneurship is as difficult as any other activity, being, in turn, subject to risks - financial, operational, legal, regulatory, reputational, social, environmental and political. Nevertheless, with the lesson prepared in advance, with the right analysis and prognostic assessments, they are anticipated, mitigated, eliminated.

Creating a match between investor values and community needs is an important component of the challenge. When this is feasible, social entrepreneurs create market-like feedback mechanisms to strengthen trust. They measure progress in terms of social, financial and managerial achievements, not just in terms of size, impact or process. They use this information to make subsequent changes to actions that prove necessary.

Adding notoriety to anything defines them, can help progress measuring in terms of actual achievements - social, financial and managerial, not just in terms of size, but in impact or process development. They know how to use such information to make subsequent changes in any actions proved as necessary.

No one can believe that the road to success of the social entrepreneur is paved with goodies and permanent successes. Moreover, in this field, there is a need for prior preparation, an adequate business plan, market research and financial-banking projections, serious, honest, responsible partners and employees.

Often, the success is attributed to legacies - in its form of special business native qualities or dizzying fortunes - or to luck.

The nowadays reality proves daily that there are also fundamental principles and practices that some people follow and help them distinguishing from others. To build great

wealth one must learn and apply specific principles proven as underlining individual, business and/or societal sustainability. These go beyond the idea of a strategic financial plan, they include timeless visionary thinking, constant learning and calculated risk-taking that enable coherent management of finances – not just through careful short-term operations or smartly budgeted savings but also through innovative-creative strategic investments, bringing value.

Discipline, operational flexibility and resilient process modeling mark the journey in business and especially in entrepreneurship and, above all, optimism in analyzing challenges as opportunities for growth. From here, a mental gear focused on achievement and success is built, a visionary model inscribed in a process of continuous learning and defined by empathy and a lot of tolerance (to risk, to the partnership system and to the impulse of momentary investments), respect towards partnership, transparency and fairness.

People who succeed in business and social entrepreneurship communicate, are a strong cell in a system of powerful intelligent relational systems, are empathetic and assertive, are careful and rational with their spending, keep the best mentors close, and most of all, they are good planners. The acumen business helps building; native creativity and bravery help carefully observation and understanding. Determination and continuous effort, self-discipline in creating value as the correct analysis of markets are important pieces of the game to share with society the added value obtained as a reward for what society has offered them because the path to wealth does not mean only the accumulation of money but also the effective, active contribution to building a societal life of security, freedom and opportunities. In addition, the examples given in this doctoral thesis represent the most suitable argumentation.



Social entrepreneurs are married to a vision of, for example, a better way of helping young people grow up or of delivering global healthcare. They simply will not stop because they cannot be happy until their vision becomes the new pattern.

— Bill Drayton —

AZ QUOTES