

ETICA ÎN DECIZIILE DE CUMPĂRARE ȘI IMPACTUL ASUPRA ECONOMIEI LOCALE: ÎNTRE RESPONSABILITATE MORALĂ ȘI DEZVOLTARE DURABILĂ

ETHICS IN PURCHASING DECISIONS AND THE IMPACT ON THE LOCAL ECONOMY: BETWEEN MORAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

CZU: 332.1:658.8:366.1

<https://doi.org/10.59295/spd2025j.85>

Lucia NEPOTU

ORCID: 0000-0001-5306-7346

E-mail: lucia.nepotu@usm.md

Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova

Summary. *This paper explores the role of ethics in purchasing decisions and their impact on the local economy in the Republic of Moldova, focusing on the relationship between consumers' moral responsibility and the principles of sustainable development. Based on the premise that consumer choices are not only economic actions but also ethical and social acts, the study analyzes how conscious buying behavior can support local producers, foster sustainable initiatives, and enhance community cohesion.*

The research methodology involved a qualitative analysis of three real case studies: Eco-Village Moldova, IarmarEco, and the social enterprise Floare de Cireș. These examples were selected to demonstrate the tangible effects of ethical consumption on the local economy and social inclusion. The comparative analysis revealed common factors such as the promotion of local products, transparency in business practices, and the mobilization of community-based resources.

The results show that morally driven purchasing decisions generate multiple benefits: they strengthen the local economy, reduce environmental impact, and contribute to the regeneration of social capital. Additionally, such consumer behavior can positively influence public policy and inspire replicable models in other regions. The conclusions highlight the need to educate consumers and support ethical initiatives through favorable policies and community partnerships.

Keywords: *ethical decisions, sustainable development, local economy, moral responsibility.*

INTRODUCERE

În ultimele decenii, achizițiile consumatorilor s-au transformat într-un studiu de interes major, investigat nu doar în cadrul unei discipline economice, ci și din unghiul eticii economice și a responsabilității corporative. Se știe deja, în contextul marilor preocupări pentru ecologie, inegalitățile sociale și consumul excesiv, apare din ce în ce mai mult ideea că deciziile personale pot ajuta în conturarea dezvoltării economiei sustenabile precum și a economiei locale.

Consumatorul care are un comportament etic este acel consumator care ține cont de normele etice, nu achiziționează bunuri care dăunează mediului sau care au fost produse de companii ce exploatează muncitorii, sau, mai ales, copiii. El își manifestă responsabilitatea ca consumator cumpărând produse locale [1, p.137].

Procesele-cheie care au definit contextul dezvoltării fenomenului consumului responsabil și etic în etapele anterioare rămân relevante și astăzi, contribuind activ la evoluția sa continuă. Printre acestea, un rol deosebit îl joacă:

- *Schimbările generaționale*, în special tendința accentuată a tinerilor de a manifesta grijă față de mediu, de a adopta un stil de viață sănătos și de a fi preocupați de respectarea normelor etice de către producători;
- *Progresul tehnologic*, în primul rând dezvoltarea Internetului și a tehnologiilor digitale, care determină:
 - a) accesul nelimitat și instantaneu al consumatorilor la informații despre produse și servicii la nivel global;
 - b) posibilitatea de a achiziționa produse aproape din orice colț al lumii – aspect ce reflectă globalizarea sectorului de consum;
 - c) capacitatea consumatorilor de a-și exprima public, rapid și vizibil opiniile despre produse, servicii și companiile producătoare;
- *Dezvoltarea mecanismelor instituționale*, cum ar fi reglementările legislative și sistemele de certificare voluntară a produselor și serviciilor, care atestă conformitatea cu principiile dezvoltării durabile [2, p.8].

Economiile locale sunt modelate de alegerile de a sprijini producătorii locali, micile afaceri și inițiativele sustenabile. Politica de sprijin pentru produsele locale nu doar că reduce dependența de lanțurile de aprovizionare globale, dar ajută și la menținerea locurilor de muncă și la păstrarea identității culturale a comunităților.

MATERIAL ȘI METODĂ

Lucrarea de față utilizează o metodologie calitativă, bazată pe analiza studiilor de caz ale unor inițiative locale și afaceri mici care promovează practici etice de consum și producție responsabilă. Alegerea acestei metode are la bază necesitatea de a înțelege în profunzime mecanismele prin care etica în deciziile de cumpărare influențează economia locală și contribuie la dezvoltarea durabilă.

Au fost selectate trei studii de caz reprezentative care îndeplinesc următoarele criterii:

- sunt întreprinderi mici sau cooperative locale, active în domenii precum agroalimentar, artizanat sau servicii ecologice;
- au o strategie explicită de comunicare și vânzare bazată pe principii etice: produse locale, sustenabile, obținute în condiții echitabile;
- interacționează direct cu consumatorii prin piețe locale, magazine proprii sau rețele sociale.

Datele au fost colectate prin observație directă și analiza documentelor disponibile public (site-uri, postări pe rețele sociale, rapoarte de activitate).

Studiul de caz oferă nu numai o înțelegere profundă a realităților locale, ci și o percepție clară asupra legăturii dintre etica alegerilor de cumpărare și modificările economice în anumite comunități. Acest lucru oferă, de asemenea, un concept viu și flexibil care este absolut necesar pentru analizarea unui fenomen deosebit de complex și multidimensional precum este consumul și economia locală.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Cercetarea fundamentată pe analiza a trei studii de caz reale din Republica Moldova, evidențiază cum principiile etice aplicate în consum și producție pot genera efecte economice și sociale pozitive la nivel local. Antreprenorii promovează modele alternative de afaceri bazate pe responsabilitate morală, iar comportamentul consumatorilor moldoveni începe treptat să reflecte o mai mare deschidere către consumul etic și sustenabil.

1. *EcoVillage Moldova* – trai durabil și economie locală în Rîșcova

Situat în satul Rîșcova raionul Criuleni, *EcoVillage Moldova* este un centru de trai durabil fondat în 2013, care integrează principii de ecologie, educație pentru dezvoltare durabilă și antreprenoriat local. Proiectul susține micii producători și meșteșugari, oferind cursuri de permacultură, brutărie artizanală, apicultură și activități pentru tineri. Produsele realizate – pâine cu maia, produse apicole, conserve, textile – sunt distribuite în mod transparent și direct către consumatori din Chișinău și din alte zone.

Impact etic și economic se reflectă prin faptul că consumul local reduce dependența de produse importate și încurajează solidaritatea economică rurală. Etica producției se reflectă în respectarea mediului, relații echitabile de muncă, și educarea consumatorilor [3]. Consumatorii aleg în mod conștient să susțină producători care reflectă valori comune: grijă față de natură, muncă cinstită și transparență în lanțul de aprovizionare.

2. *IarmarEco* – cultivarea consumului etic prin educație și conectare comunitară

IarmarEco este un târg anual de produse și idei ecologice și sociale, organizat din 2013 de către ONG-ul EcoVisio. Evenimentul reunește antreprenori sociali, fermieri ecologici, producători artizanal, ONG-uri și inițiative verzi. Spre exemplu, în 2023, au participat peste 100 de expozanți și 4.000 de vizitatori [4].

Principalele aspecte etice identificate sunt:

- Consumul este ghidat de valori precum: non-violență față de mediu, justiție socială, sprijin pentru inițiative locale mici.
- Produsele nu sunt doar ecologice, ci și „purtătoare de sens” – realizate de persoane în dificultate, de cooperative sociale sau de tineri antreprenori.
- Vizitatorii au posibilitatea de a interacționa direct cu producătorii, consolidând relații de încredere, loialitate și transparență.

Evenimentul nu este doar un târg de produse, ci și o platformă educativă și culturală care promovează un mod de viață sustenabil. Este o formă de activare socială care îmbină consumul etic cu implicarea civică.

3. Întreprinderea socială „Floare de Cireș” – Răzeni, raionul Ialoveni
„Floare de Cireș” SRL este prima întreprindere socială de inserție în domeniul alimentației publice din Republica Moldova, fondată în decembrie 2012 de Asociația Obștească *Eco-Răzeni*, cu sprijin din partea Ministerului Federal Austriac al Muncii și Afacerilor Sociale, asociațiilor Volkshilfe și WienWork din Austria [5].

Întreprinderea oferă două servicii sociale: cantina de ajutor social (prânzuri gratuite pentru cca. 24 persoane vulnerabile de trei ori pe săptămână) și serviciul de catering contra plată, destinat atât comunității locale Răzeni, cât și din alte regiuni. Până în 2019, cantina a livrat peste 164.000 de prânzuri gratuite către aproximativ 200 beneficiari sociali, dintre care aproximativ 12 persoane cu dizabilități [6].

În 2023–2024, echipa Floare de Cireș număra între 31–41 de angajați, dintre care între 13–27 provin din grupuri vulnerabile (persoane cu dizabilități, tineri, femei).

Pentru a evidenția modul în care principiile etice aplicate în deciziile de cumpărare influențează pozitiv economia locală și contribuie la dezvoltarea durabilă, a fost realizată o analiză comparativă a acestor trei exemple relevante din Republica Moldova. Aceste inițiative reflectă, în mod diferit, valorile responsabilității morale în consum, solidarității și protecției mediului, dar și mecanisme concrete prin care consumul sustenabil poate deveni un vector de schimbare economică și socială.

Tabelul de mai jos sintetizează principalele caracteristici ale acestor inițiative, punând accent pe impactul economic, social și etic, precum și pe potențialul lor de replicare în alte comunități.

Tabelul 1. Analiza comparativă a rezultatelor inițiativelor etice și sustenabile.

Criterii de analiză	EcoVillage Moldova	IarmarEco	Floare de Cireș
Tip de inițiativă	Comunitate ecologică și centru de permacultură	Eveniment național de promovare a consumului responsabil	Întreprindere socială de alimentație publică
Beneficiari direcți	Rezidenți și voluntari	Producători locali, consumatori responsabili	Tineri cu dizabilități, persoane în dificultate
Beneficiari indirecți	Comunitatea rurală, mediu înconjurător	ONG-uri, organizații educaționale, public larg	Familia beneficiarilor, autorități locale
Activități economice	Turism ecologic, agricultură sustenabilă	Târguri, ateliere, promovare B2C	Servicii catering, cantină socială, formare profesională
Model de consum promovat	Autonomie, produse locale, reutilizare	Consumul conștient, local, de calitate	Consumul cu impact social pozitiv
Contribuție la economia locală	Angajare locală, parteneriate cu producători locali	Creșterea vizibilității produselor locale	Reinvestirea profitului, susținerea producătorilor

Criterii de analiză	EcoVillage Moldova	IarmarEco	Floare de Cireș
Impact social	Educație ecologică, incluziune comunitară	Educație civică, con-solidare de rețele	Integrare profesio-nală, masă caldă gratuită
Dimensiune etică	Decizii personale ba-zate pe valori eco-lo-gice	Alegere activă a produselor respon-sabile	Solidaritate socială, incluziune, echitate

Sursa: Elaborat de autor.

Analiza comparativă a celor trei inițiative, evidențiază faptul că etica în deciziile de cumpărare nu este doar un concept teoretic, ci o practică aplicabilă și cu impact măsurabil asupra economiei locale. Deși diferă ca structură, misiune și arie de acoperire, toate aceste inițiative au în comun următoarele elemente definitorii: promovarea consumului local și responsabil, cu beneficii directe pentru micii producători și comunități; crearea de valoare socială și economică, fie prin educație și conștientizare, fie prin incluziunea categoriilor vulnerabile în viața activă; și dezvoltarea unei culturi a sustenabilității, care încurajează transparența, solidaritatea și respectul pentru resurse.

CONCLUZII

Studiul de față a evidențiat că etica în deciziile de cumpărare nu se limitează la alegerea produselor, ci reflectă o dimensiune profundă a relației dintre individ și comunitate. În contextul Republicii Moldova, unde provocările economice și sociale sunt încă pronunțate, alegerile de consum pot deveni instrumente subtile, dar eficiente, de modelare a dezvoltării locale.

Un aspect esențial identificat este rolul consumatorului ca agent al schimbării: atunci când acesta optează conștient pentru produse locale, sustenabile și responsabile social, el participă activ la consolidarea economiei și la stimularea inițiativelor antreprenoriale cu impact. Totodată, acest tip de comportament susține apariția unor modele de afaceri alternative, bazate pe cooperare, transparență și echitate.

Pe lângă dimensiunea economică, s-a remarcat faptul că alegerile etice în consum contribuie la regenerarea capitalului social, prin crearea de încredere între producători și consumatori, și prin susținerea unei culturi civice orientate spre responsabilitate. Această dinamică este cu atât mai relevantă în zonele rurale sau marginalizate, unde proiectele sustenabile pot revitaliza coeziunea socială și pot încuraja participarea civică.

În final, rezultatele obținute sugerează că includerea dimensiunii etice în politicile publice de sprijin pentru producătorii locali și educația consumatorilor ar putea amplifica semnificativ efectele pozitive asupra dezvoltării durabile. Dincolo de gestul aparent individual al cumpărării, se ascunde un potențial transformator, cu implicații de durată pentru echitatea socială și reziliența economică a comunităților.

REFERINȚE:

1. ȚURCAN, G. *Consumul etic: probleme și obstacole*, International Scientific Conference “Research, Development and Innovation from the Perspective of the Global Ethics”, 3rd Edition, Chișinău, Republic of Moldova, April 15, 2022 p.134-140.
2. *Ответственное потребление: пространство новых возможностей для бизнеса и опыт российских компаний*, 199 с. 2017, disponibil https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Responsible%20Consumption_RUS.pdf , accesat:18.07.2025.
3. Site-ul oficial EcoVillage Moldova, disponibil: <https://ecovillage.md> , accesat: 17.07.2025
4. Site-ul oficial IarmarECO, disponibil: <https://iarmareco.md> , accesat: 17.07.2025
5. Site-ul oficial Floare de Cireș, disponibil: <https://www.floaredecires.org/despre-noi> , accesat: 16.07.2025
6. Comunicat despre *Eco-Răzeni - Cămină de ajutor social*, disponibil: <https://ecorazeni.wordpress.com/antreprenoriat-social/cantina-de-ajutor-social> , accesat 17.07.2025.

N.B. *Articolul este elaborat în contextul realizării Proiectului „Consolidarea mecanismelor socio-economice și juridice de asigurare a bunăstării și securității cetățenilor” (CONSEJ 01.05.02).*