



**MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA “VALAHIA” din TÂRGOVIȘTE
IOSUD – ȘCOALA DOCTORALĂ DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI
UMANISTE
Domeniul: MANAGEMENT**

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

**“ROLUL MANAGEMENTULUI ETIC
ÎN CREȘTEREA COMPETITIVITĂȚII ȘI REPUTAȚIEI
FIRMELOR DIN SECTORUL AGRICOL”**

**CONDUCĂTOR DOCTORAT
Prof.univ.dr. Delia Mioara POPESCU**

**DOCTORAND
Nicoleta Mihaela DUȚĂ (GHIȚĂ)**

**TÂRGOVIȘTE
2023**

CUVINTE CHEIE: *management etic, etica părților interesate din agricultură, etica în afaceri*

CUPRINS

Importanța, contextul și oportunitatea temei de cercetare	4
Cuprinsul tezei de doctorat	7
Metodologia cercetării	10
Obiectivele cercetării	11
Formularea ipotezelor cercetării	12
Verificarea ipotezelor cercetării	13
Analiza SWOT	17
Concluzii finale	19
Contribuții teoretice cu caracter de sinteză	24
Contribuții experimentale	24
Contribuții la dezvoltarea cercetării științifice	25
Limitele cercetării	25
Direcții viitoare de cercetare	25
Bibliografie	26

Importanța, contextul și oportunitatea temei de cercetare

Atât la nivel organizațional cât și individual, oamenii sunt încorporați și interacționează în diverse contexte, tot mai mult marcate de controverse etice. Acest sistem de interacții, generează efecte și presiuni ce se răsfrâng asupra managerilor, care acționează în general pe baza credințelor, valorilor și strategiilor lor, motivate financiar.

Etica în afaceri este un domeniu multidimensional pe care cei mai mulți îl înțeleg instinctiv. Este greu de definit cu precizie, deoarece etica reflectă normele și evoluțiile unei perioade istorice. Conduita etică poate fi afectată de presiunea unor medii destabilizatoare, cu excepția cazului în care atitudinea morală a unui individ este suficient de puternică pentru a evita acest lucru.

Managementul etic al afacerilor din sectorul agricol presupune ca managerii firmelor să ia în considerare dimensiunea morală a propriilor decizii, având în vedere interesele tuturor părților implicate sau afectate de activitatea firmei lor. Diversele situații de afaceri din sectorul agricol implică uneori adevărate dileme etice, acestea fiind legate de luarea unor alegeri dificile sau generate de interese conflictuale. Managerii acestor firme trebuie să dețină o perspectivă clară asupra propriilor motivații și acțiuni, distingându-le de ale altora. Această perspectivă poate fi utilă pentru a-i ghida în procesul de luare a deciziilor.

Problemele etice ale firmelor care activează în sectorul agricol se datorează în mare parte faptului că agricultura utilizează practici care implică deopotrivă sisteme sociale, ecologice și economice. Cele mai importante provocări etice pentru sectorul agricol din România, sunt legate de intensificarea din ce în ce mai rapidă a efectelor crizei climatice, din care o mare parte a fost cauzată de agricultură. Incertitudinea viitoarelor recolte din cauza schimbărilor climatice, lipsa forței de muncă, îmbătrânirea și migrația populației rurale, sunt probleme care pot afecta atitudinile etice în afacerile agricole. Similar cu alte segmente economice, pandemia COVID-19 a afectat negativ sectorul agricol din România. Închiderile pe scară largă a restaurantelor și firmelor de catering, precum și alte restricții de atenuare a COVID-19, au condus la afectarea negativă a întregului sector agro-alimentar. Pe lângă COVID-19, la acest declin a contribuit și concurența sporită din partea importurilor. În ciuda importanței sale în producția de mărfuri agricole, România este un importator net de alimente, în special pentru produsele cu valoare adăugată.

Tot mai mulți producători agricoli se confruntă cu presiunea creșterii costurilor de

producție, necesității adoptării de noi tehnologii sau structuri organizaționale, simultan cu o scădere a veniturilor. Toate aceste presiuni pot conduce spre o exacerbare a dorinței de a nu se mai conforma regulilor, spre comportamente și atitudini lipsite de etică.

Producătorii agricoli din România, ca membri ai unui grup social, împărtășesc cu ceilalți membri ai grupului lor o serie de atitudini și comportamente. Valorile și normele personale îi ghidează în interpretarea situațiilor și evenimentelor, în evaluarea unei forme de interacțiune ca fiind relevantă sau irelevantă, le oferă modele de rezolvare sau evitare a anumitor probleme, însă acestea pot să difere în funcție de sarcini, spații sau roluri sociale. Mulți factori personali, sociali, politici, economici și morali determină realitatea percepția, iar percepția se poate schimba în funcție de experiențele individuale.

Fermierii români trebuie aşadar să adopte un comportament etic, să fie conștienți de faptul că dezvoltarea unei agriculturi durabile implică atât creșterea producției dar și protecția mediului, produse de calitate superioară și siguranța alimentară.

O multitudine de factori stau la baza dilemelor etice care afectează astăzi afacerile și deciziile individuale, în orice profesie, organizație și la nivelul activităților zilnice ale fiecărui individ. Aceste decizii nu sunt doar critice în ceea ce privește afacerea, ci și foarte importante în ceea ce privește crearea sau susținerea echilibrului corect în interiorul firmei și între firmă și societatea înconjurătoare în care își desfășoară activitatea.

Pe de altă parte oricine are nevoie de etică, nu pentru a decide cine este bun sau rău, ci pentru a construi o infrastructură socială care este vitală pentru progres. Platitudinile simpliste nu pot realiza acest lucru și nu ne pot ghida prin complexitățile lumii de astăzi.

Managementul etic are la bază principii și linii directoare care ajută managerii să facă alegeri informate și corecte, astfel încât aceștia să poată să echilibreze interesele economice cu responsabilitățile sociale ale firmelor pe care le conduc.

Teza de doctorat oferă o cartografiere a părților implicate în relațiile de afaceridin sectorul agricol, identificând modul în care pot fi abordate responsabilitățile morale ale fiecarei părți. Aceasta poate ghida managerii care doresc să-și înțeleagă propriul comportament etic și comportamentul celorlalți din organizație, oferă îndrumări practice pentru a acționa într-o direcție etică.

Având în vedere importanța agriculturii și contextul său distinctiv, a fost util să se examineze mai detaliat diversele fațete, dimensiuni și atitudini etice caracteristice firmelor din

acest sector. Există foarte puține cercetări dedicate eticii părților interesate din sectorul agricol dintr-o perspectivă managerială, aşadar cercetarea întreprinsă prin intermediul tezei de doctorat vine să acopere o zonă insuficient abordată. Analizând aspectele unice ale agriculturii, se relevă modul în care sectorul agricol afectează comportamentul etic în rândul participanților, creează dezechilibre de putere și diferențe de dependență între participanți.

Având în vedere cadrul etic general și contextul constrângerilor tot mai acute cu care se confruntă producătorii agricoli din România, **cercetarea realizată prin intermediul tezei de doctorat, a avut în vedere evidențierea modului în care atitudinile etice ale diverselor părți interesate, influențează motivația, reputația și competitivitatea firmelor care desfășoară activități de producție în sectorul agricol din România.**

Capitolul 1 al tezei de doctorat intitulat Managementul etic în afaceri, motivații și consecințe, conceptualizează rațiunea eticii, descrie principiile fundamentale și teoriile normative ale eticii în afaceri. Totodată este adusă în atenție importanța managementului etic în afaceri, a responsabilității sociale a firmei, legătura dintre managementul etic și reputația firmei, influența managementului etic asupra competitivității firmei. În cadrul capitolului sunt prezentate dimensiunile și nivelurile de analiză a managementului etic în afaceri, nivelul politic, nivelul social, nivelul sectoarelor economice, nivelul organizației și nivelul individual.

Capitolul 2 al tezei de doctorat, denumit Managementul etic al părților interesate în sectorul agricol, prezintă specificitatea și contextul eticii în sectorul agricol, dezbatând etica mediului natural, etica practicilor agricole, implicațiile politice și sociale, controversele legate de aplicarea științei și tehnologiei și problemele schimbării intergeneraționale în agricultură.

Pentru a evidenția atitudinea etică a părților interesate din lanțul agroalimentar precum și o serie de controverse etice în comerțul cu produse agricole, au fost diferențiate aspectele ce descriu atitudinea etică a furnizorilor de inputuri agricole, atitudinea etică a producătorilor agricoli, etica procesării/distribuției de produse agricole și etica lucrătorilor agricoli, dar și unele implicații etice ale politicii agricole comune a UE. Pe de altă parte s-a evidențiat modul în care managementul etic și responsabilitatea socială a firmelor din sectorul agricol, pot contribui la creșterea competitivității și reputației firmelor din sectorul agricol.

Capitolul 3 al tezei de doctorat cuprinde cercetarea empirică a impactului atitudinilor etice asupra motivației, reputației și competitivității firmelor din sectorul agricol.

Capitolul 4.al tezei de doctorat este denumit Perfectionarea managementului etic în

relațiile cu părțile interesate ale firmelor din sectorul agricol, aduce în atenție importanța cartografierii și prioritizării relațiilor cu părțile interesate.

Capitolul propune unsistem de evaluare a eticii în relațiile cu părțile interesate ale firmei, prin realizarea unei analize a mediului etic extern și intern, identificarea, evaluarea și cuantificarea riscurilor legate de conduită etică.

În final este formulat un plan de măsuri pentru perfecționarea managementul etic la nivelul firmei, fiind schițate liniile directoare pentru managementul conduitei etice în relațiile cu părțile interesate ale firmei. A fost subliniată importanța scopului, misiunii și valorilor etice ale firmei, a integrării unui cod de conduită etică, a comunicării codului de conduită către părțile interesate și asigurarea conformității, a unor sisteme de comunicare a comportamentelor etice, precum și a unor programe de formare a atitudinilor etice

Teza de doctorat este rezultatul unui efort intens de a contribui la dezvăluirea domeniului multistratificat al eticii în afaceri, oferind oportunitatea dezvoltării unor atitudini și entități morale în afaceri. Analiza dimensiunilor și relațiilor etice, a atitudinilor diferitelor părți interesate ale firmelor din orice sector de activitate, reprezintă o provocare continuă pentru fiecare manager și practician în etica afacerilor, pentru cercetători dar și pentru cei care doresc să intre în lumea afacerilor.

Cuprinsul tezei de doctorat

Listă abrevierilor/ 4

Listă figurilor/ 5

Listă tabelelor/ 8

INTRODUCERE/ 9

CAPITOLUL 1. MANAGEMENTUL ETIC ÎN AFACERI, MOTIVAȚII ȘI CONSECINȚE/ 13

 1.1. Etica – rațiune, concept și principii fundamentale/ 13

 1.2. Teoriile normative ale eticii în afaceri/ 21

 1.2.1. Teoria contractului social/ 22

 1.2.2. Teoria acționarilor/ 24

 1.2.3. Teoria părților interesate/ 25

 1.3. Managementul etic al părților interesate/ 29

 1.3.1. Importanța managementului etic în afaceri/ 30

1.3.1.1. Responsabilitatea socială a firmei/ 30
1.3.1.2. Legătura dintre managementul etic și reputația firmei/ 34
1.3.1.3. Influența managementului etic asupra competitivității firmei/ 37
1.3.2. Dimensiuni și niveluri de analiză a managementului etic în afaceri/ 39
1.3.2.1. Nivelul politic/ 42
1.3.2.2. Nivelul social/ 43
1.3.2.3. Nivelul sectoarelor economice/ 45
1.3.2.4. Nivelul organizației/ 46
1.3.2.5. Nivelul individual/ 47

CAPITOLUL 2. MANAGEMENTUL ETIC AL PĂRȚILOR INTERESATE DIN SECTORUL AGRICOL/ 52

2.1. Etica în sectorul agricol: specificitate și context/ 52
2.1.1. Etica mediului natural/ 54
2.1.2. Etica practicilor agricole/ 56
2.1.3. Implicațiile politice și sociale/ 57
2.1.4. Controverse legate de aplicarea științei și tehnologiei/ 61
2.1.5. Problemele schimbării intergeneraționale/ 64
2.2. Atitudinea etică a părților interesate din lanțul agroalimentar/ 66
2.2.1. Controverse etice în comerțul cu produse agricole/ 66
2.2.2. Atitudinea etică a furnizorilor de inputuri agricole/ 71
2.2.3. Atitudinea etică a producătorilor agricoli/ 73
2.2.4. Etica procesării/distribuției de produse agricole/ 77
2.2.5. Etica lucrătorilor agricoli/ 79
2.3. Responsabilitatea socială a firmelor din sectorul agricol/ 82
2.4. Competitivitatea și reputația firmelor din sectorul agricol/ 87
2.5. Implicații etice ale Politicii Agricole Comune a UE/ 90

CAPITOLUL 3. CERCETARE EMPIRICĂ A IMPACTULUI ATITUDINILOR ETICE ASUPRA REPUTAȚIEI ȘI COMPETITIVITĂȚII FIRMELOR DIN SECTORUL AGRICOL/ 95

3.1. Contextualizarea temei de cercetare/ 95
3.2. Metodologia cercetării/ 99

3.2.1. Obiectivele cercetării/ 99
3.2.2. Formularea ipotezelor cercetării/ 100
3.2.3. Configurarea chestionarului/ 101
3.2.4. Modalitatea colectării informațiilor/ 107
3.3. Analiza cantitativă a datelor cercetării/ 107
3.3.1. Date de identificare a respondenților/ 107
3.3.2. Etica la nivel politic, social și sectorial/ 112
3.3.3. Responsabilitatea socială/ 115
3.3.4. Etica la nivel organizațional/ 120
3.3.5. Evaluarea reputației firmei/ 132
3.3.6. Evaluarea competitivității firmei/ 135
3.3.7. Motivația etică a managerului/ 137
3.3.8. Analiza variabilelor index/ 140
3.4. Verificarea ipotezelor cercetării/ 152
3.5. Analiza SWOT/ 179

CAPITOLUL 4. PERFECTIONAREA MANAGEMENTULUI ETIC AL RELAȚIILOR CU PĂRȚILE INTERESATE ALE FIRMELOR DIN SECTORUL AGRICOL/ 182

4.1. Importanța cartografierii părților interesate ale firmei/ 182
4.2. Prioritizarea relațiilor cu părțile interesate/ 184
4.3. Sistem de evaluare și cuantificare a riscurilor legate de conduită etică/ 185
4.4. Plan de măsuri pentru perfecționarea managementul etic la nivelul firmei/ 191
4.4.1. Linii directoare pentru managementul conduitei etice în relațiile cu părțile interesate ale firmei/ 191
4.4.2. Definirea scopului, misiunii și valorilor etice ale firmei/ 195
4.4.3. Integrarea unui cod de conduită etică/ 196
4.4.4. Comunicarea codului de conduită către părțile interesate și asigurarea conformității/ 198
4.4.5. Sisteme de comunicare a comportamentelor etice/ 199
4.4.6. Programe de formare a atitudinilor etice/ 201
Concluzii finale/ 203
Contribuții personale/ 208

Limitele cercetării/ 209

Direcții viitoare de cercetare/ 209

Bibliografie/ 210

Anexe/ 227

Metodologia cercetării

Metodologia cercetării a presupus utilizarea unui set de strategii, tehnici și ipoteze, menite să evidențieze atitudini, comportamente, procese sociale și economice, prin explorarea unor tipare numerice. Cercetarea cantitativă întreprinsă s-a bazat pe colectarea de date, unele dintre date fiind intrinsec cantitative, în timp ce altele au avut o structură numerică impusă.

Cercetarea exploratorie realizată prin intermediul tezei de doctorat a fost realizată online, prin transmiterea unui cuestionar către firme din sectorul agricol. Ca urmare a transmiterii cuestionarului a fost generată o bază de date de mari dimensiuni, fiind utilă crearea unor variabile index, acestea reprezentând variabile compuse din mai mulți itemi ai cuestionarului, ca măsuri compozite ce rezumă răspunsurile la mai multe întrebări sau enunțuri. Măsurile compozite cumulează punctul de vedere al participanților la cercetare, asupra convingerilor, atitudinilor sau experiențelor proprii, cu privire la dimensiunile etice analizate prin intermediul cuestionarului. Prin acumularea scorurilor mai multor itemi individuali, au fost create variabile index ca modalitate de măsurare a următoarelor dimensiuni: atitudinile etice la nivel politic, atitudinile etice la nivel social, atitudinile etice la nivelul sectorului agricol, atitudinea de responsabilitate socială a firmei, mediul etic intern al firmei, atitudinea etică a angajaților firmei, atitudinea etică a administratorului/ managerului firmei, motivația managerului, atitudinea etică în relațiile cu clienții firmei, reputația firmei, competitivitatea firmei. Variabilele index utilizate în studiu au avut o fiabilitate adecvată, intercorelațiile au arătat, relații pozitive, variabilele fiind ulterior folosite în analiza inferențială.

Pentru ducerea la înăpere a obiectivului general al cercetării, acela de a analiza impactul atitudinilor etice de la nivel politic, social, sectorial și organizațional, asupra motivației, reputației și competitivității firmelor din sectorul agricol din România, s-au verificat asociările existente între aceste dimensiuni. Pentru colectarea datelor necesare cercetării s-a ales utilizarea cuestionarului, metodă care permite obținerea de informații într-o manieră standardizată.

Aprofundarea bazei teoretice și de cercetare a eticii în afaceri, a oferit posibilitatea realizării unei selecții a domeniilor metodologice cheie și a ghidat procesul de elaborare a chestionarului. Chestionarul a fost structurat astfel încât să poată identifica cunoștința, atitudinile, intențiile sau comportamentele respondenților, cu privire la diferențele aspecte care pot influența etica în afaceri. Primul pas a fost identificarea nivelurilor de analiză a eticii și a caracteristicilor relevante din punct de vedere cultural ale variabilelor studiate. Aceste aspecte au fost ulterior operaționalizate prin întrebările specifice de cercetare, urmărindu-se să fie acceptabile pentru grupul țintă. La baza dezvoltării chestionarului a stat o structurare factorială a priori, generarea itemelor în concordanță cu concepțile cheie urmărite și care să poată permite ulterior inferență statistică.

Obiectivele cercetării

Evaluarea competitivității afacerii ca rezultat al managementului etic este deosebit de oportună în mediul de afaceri actual din România. Atitudinea etică în afaceri este un element important pentru manageri și nu ar trebui să fie considerată ca o constrângere a maximizării profitului. În schimb, reputația câștigată în respectarea practicilor etice de afaceri poate fi folosită ca instrument de avantaj competitiv pentru fiecare firmă. Atitudinile etice au un impact semnificativ asupra performanței unei afaceri și de asemenea, le influențează competitivitatea. O responsabilitate majoră a managementului etic este aceea de a identifica modalitățile prin care se pot reconcilia problemele strategice ale firmei, cu responsabilitatea morală și angajamentul acestora față de părțile interesate.

Cercetarea propune o perspectivă non-financiară, de creștere a competitivității firmelor din sectorul agricol din România, prin luarea unor decizii etice și adoptarea unor strategii de management etic în relațiile cu părțile interesate.

Obiectivul general al cercetării este acela de a analiza percepțiile managerilor firmelor din sectorul agricol, cu privire la atitudinile și comportamentul etic, precum și impactul acestora asupra motivației, reputației și competitivității firmelor în care activează. Obiectivele derivate ale cercetării precum și corelația cu secțiunile chestionarului sunt redate prin intermediul **Tabelului 3.1.**

Tabelul 3.1. Obiectivele derivate și corelația cu secțiunile chestionarului

Obiective derivate		Secțiunile/subsecțiunile chestionarului
O.1.	Analiza influenței atitudinilor etice de la	S.1.1. Atitudinile etice la nivel politic

	nivel politic și social asupra atitudinilor etice de la nivelul sectorului agricol	S.1.2. Atitudinile etice la nivel social S.1.3. Atitudinile etice la nivelul sectorului agricol
O.2.	Examinarea modului în care etica la nivel organizațional și sectorial din agricultură influențează atitudinea de responsabilitate socială	S.3. Etica la nivel organizațional S.1.3. Atitudinile etice la nivelul sectorului agricol S.2.1. Atitudinea de responsabilitate socială a firmei
O.3.	Verificarea modului în care atitudinile etice de la nivel politic, nivel social și a sectorului agricol, influențează atitudinea etică la nivelul organizațiilor din sectorul agricol	S.1.1. Atitudinile etice la nivel politic S.1.2. Atitudinile etice la nivel social S.1.3. Atitudinile etice la nivelul sectorului agricol S.3. Etica la nivel organizațional
O.4.	Identificarea legăturii dintre atitudinea și motivația etică a administratorului/ managerului firmei și atitudinea etică a angajaților firmelor din sectorul agricol	S.3.2. Atitudinea etică a administratorului/managerului firmei S.6.1. Motivația managerului S.3.3. Atitudinea etică a angajaților firmei
O.5.	Analiza relației dintre atitudinea etică la nivel organizațional și reputația firmelor din sectorul agricol	S.3. Etica la nivel organizațional S.4.1. Reputația firmei
O.6.	Examinarea modului în care competitivitatea firmelor din sectorul agricol este influențată de atitudinea etică de la nivel organizațional	S.5.1. Competitivitatea firmei S.3. Etica la nivel organizațional

Sursa: Autorul

Formularea ipotezelor cercetării

Ipotezele de cercetare reprezintă afirmații predictive despre rezultatul posibil al cercetării științifice, bazate pe relațiile dintre variabile. Precizarea ipotezelor de cercetare este unul dintre cei mai importanți pași în planificarea unei cercetări științifice cantitative, iar metodologia de cercetare și designul planificării cercetării sunt adesea determinate de ipotezele enunțate.

Identificarea variabilelor de interes pentru cercetare, elaborarea chestionarului și formularea ipotezelor reprezintă etape esențiale pentru îndeplinirea obiectivului principal al cercetării. Scopul formulării unor ipoteze de cercetare este de a verifica dacă datele colectate prin intermediul chestionarului susțin anumite afirmații sau predicții legate de relația dintre variabilele de cercetare. Acestea au fost formulate astfel încât să reflecte baza teoretică și logică a problemei de cercetare. În scopul îndeplinirii obiectivului principal al cercetării au fost enunțate 6 ipoteze de cercetare. Din acest considerent ipotezele cercetării au fost redate în corelație cu obiectivele derivate ale cercetării, prin **Tabelul 3.2**.

Tabelul 3.2. Ipotezele și obiectivele derivate ale cercetării

I.	Ipoteze	O.	Obiective derivate
1	Atitudinile etice la nivelul sectorului agricol, sunt correlate pozitiv cu atitudinile etice la nivel social și politic.	1	Analiza influenței atitudinilor etice de la nivel social și politic asupra atitudinilor etice de la nivelul sectorului agricol.
2	Responsabilitatea socială are o corelație pozitivă cu atitudinea etică de la nivel organizațional și sectorial din agricultură.	2	Examinarea modului în care etica la nivel organizațional și sectorial din agricultură influențează atitudinea de responsabilitate socială.
3	Atitudinea etică la nivelul organizațiilor din sectorul agricol este corelată pozitiv cu atitudinile etice de la nivel politic, social și sectorial.	3	Verificarea modului în care atitudinile etice de la nivel politic, nivel social și a sectorului agricol, influențează atitudinea etică la nivelul organizațiilor din sectorul agricol.
4	Atitudinea etică a angajaților are o relație pozitivă cu atitudinea și motivația etică a managerului.	4	Identificarea legăturii dintre atitudinea și motivația etică a administratorului/ managerului firmei și atitudinea etică a angajaților firmelor din sectorul agricol.
5	Între reputația firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică la nivel organizațional există o corelație pozitivă	5	Analiza relației dintre atitudinea etică la nivel organizațional și reputația firmelor din sectorul agricol.
6	Există o corelație pozitivă între competitivitatea firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică a acestora, la nivel organizațional.	6	Examinarea modului în care competitivitatea firmelor din sectorul agricol este influențată de atitudinea etică de la nivel organizațional.

Sursa: Autorul

Verificarea ipotezelor cercetării

Testarea formală a ipotezelor a reprezentat cea mai riguroasă parte a analizei statistice, prin care s-a verificat existența relației dintre variabilele studiate. Variabilele index construite au fost folosite în verificarea ipotezelor cercetării.

Prin cercetarea empirică întreprinsă au fost propuse și testate 6 ipoteze. Folosind corelații Pearson și analiza de regresie liniară simplă s-a determinat dacă variabilele index sunt legate liniar în mod semnificativ. Analiza de corelație a oferit informații despre puterea și direcția relației liniare dintre variabile, în timp ce prin analiza de regresie liniară simplă a estimat parametrii din ecuațiile liniare, pentru a prezice valorile unei variabile pe baza celeilalte.

Ipoteza 1 Atitudinile etice la nivelul sectorului agricol, sunt correlate pozitiv cu atitudinile etice la nivel politic și social

Pentru a determina relația dintre variabilele **atitudinile etice la nivel politic și atitudinile**

etice la nivelul sectorului agricol, a fost folosit coeficientul de corelație Pearson, care a relevat prezența unei corelații semnificative statistic, de intensitate foarte ridicată, între cele două variabile ($r=0,815$; $p<0,001$). Așadar un scor ridicat privind atitudinile etice la nivel politic este însotit de un scor privind atitudinile etice la nivelul sectorului agricol mai ridicat.

Între variabilele **atitudinile etice la nivelul sectorului agricol și atitudinile etice la nivel social**, coeficientul de corelație Pearson, confirmă prezența unei legături semnificative statistic, pozitive, de intensitate ridicată ($r=0,719$; $p<0,001$) ceea ce demonstrează că odată cu creșterea atitudinilor etice de la nivel social cresc și atitudinile etice de la nivelul sectorului agricol. Aceste rezultate **confirmă Ipoteza 1**, așadar între atitudinile etice de la nivelul sectorului agricol și atitudinile etice la nivel politic și social există o corelație pozitivă.

Ipoteza 2 Responsabilitatea socială are o corelație pozitivă cu atitudinea etică de la nivel organizațional și sectorial din agricultură

Între variabilele index atitudinile etice din sectorul agricol și responsabilitatea socială a firmei, s-a constatat prezența unei corelații semnificative statistic, pozitive, de intensitate medie, ($r=0.687$; $p<0,001$). Pe de altă parte corelația dintre atitudinea etică la nivel organizațional, descrisă prin variabila mediul etic intern al firmei și variabila index responsabilitatea socială a firmei, confirmă prezența unei legături semnificative statistic, pozitive, de intensitate foarte ridicată ($r=0.872$; $p<0,001$).

Aceste rezultate confirmă Ipoteza 2, așadar responsabilitatea socială are o corelație pozitivă cu atitudinea etică de la nivel organizațional și sectorial din agricultură.

Ipoteza 3 Atitudinea etică la nivelul organizațiilor din sectorul agricol este corelată pozitiv cu atitudinile etice de la nivel politic, social și sectorial.

Prin analiza de corelație bivariată, bazată pe coeficientul de corelație Pearson, s-a observat prezența unei corelații semnificative statistic între **atitudinile etice la nivel politic și atitudinea etică la nivel organizațional**, descrisă prin intermediul variabilei index mediul etic intern al firmei, ($r=0.614$; $p<0,001$). Corelația este una pozitivă, adică pe măsura creșterii atitudinilor etice la nivel politic se constată o mai bună atitudine etică la nivel organizațional, în mediul etic intern al firmei. În ceea ce privește **atitudinile etice din sectorul agricol și atitudinea etică la nivel organizațional**, descrisă de mediul etic intern al firmei, s-a constatat o corelație pozitivă, semnificativă statistic între acestea ($r=0,814$; $p<0,001$). Așadar pe măsura creșterii atitudinilor etice din sectorul agricol se observă îmbunătățirea atitudinilor etice la nivel

organizațional.

În ceea ce privește relația dintre atitudinile etice nivel social (variabila independentă) și atitudinea etică nivel organizațional, descrisă prin mediul etic intern al firmei (variabila dependentă). Indicatorul mărimii efectului în cazul regresiei liniare a fost $r^2=0,465$, putem spune aşadar că 46,5% din atitudinea etică la nivel organizațional este determinată de atitudinile etice de la nivel social, iar **atitudinile etice de la nivel social influențează în mod pozitiv atitudinea etică de la nivel organizațional**.

Aceste rezultate confirmă Ipoteza 3, atitudinea etică la nivelul organizațiilor din sectorul agricol fiind corelată pozitiv cu atitudinile etice de la nivel politic, social și sectorial.

Ipoteza 4 Atitudinea etică a angajaților are o relație pozitivă cu atitudinea și motivația etică a managerului

Între variabilele **atitudinea etică a managerului firmei și atitudinea etică a angajaților firmei**, s-a constatat prezența unei corelații semnificative statistic ($r=0,957$; $p<0,001$).

Pentru a determina relația dintre **motivația managerului și atitudinea etică a angajaților**, a fost folosit coeficientul de corelație Pearson, fiind relevată prezența unei corelații semnificative statistic, pozitivă, de intensitate medie între aceste variabile($r=0,545$; $p<0,001$). Putem spune astfel că o creștere a motivației managerului este însotită de o creștere a atitudinii etice a angajaților.

Rezultatele confirmă Ipoteza 4, atitudinea etică a angajaților având o relație pozitivă cu atitudinea și motivația etică a managerului

Ipoteza 5 Între reputația firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică la nivel organizațional există o corelație pozitivă.

Prin analiza de regresie, **prognozarea valorilor privind reputația firmei** s-a făcut pe baza valorilor referitoare la **atitudinea etică a managerului și a atitudinii etice în relațiile cu clienții**, ceea ce a condus la observația că 95,7% din variația valorilor privind reputația firmei este explicată de variația valorilor privind atitudinea etică a managerului, iar 81,6% din îmbunătățirea reputației firmei este determinată de îmbunătățirea atitudinii etice în relațiile cu clienții. Ecuația de regresie a prezis aşadar îmbunătățirea reputației firmei în funcție de atitudinea etică a managerului și atitudinea etică în relațiile cu clienții firmei.

Rezultatele confirmă Ipoteza 5, între reputația firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică la nivel organizațional existând o corelație pozitivă.

Ipoteza 6 Există o corelație pozitivă între competitivitatea firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică a acestora, la nivel organizational.

Competitivitatea firmei este influențată pozitiv de atitudinea etică a managerului, ecuația de regresie prezicând îmbunătățirea competitivității firmei în funcție de atitudinea etică a managerului.

Pentru a determina **relația dintre competitivitatea firmei și atitudinea etică în relațiile cu clienții**, a fost folosit coeficientul de corelație Pearson, care a relevat prezența unei corelații semnificative statistic, de intensitate ridicată între cele două variabile. Așadar o mai bună competitivitate a firmei este însotită de o mai bună atitudine etică în relațiile cu clienții.

Prognoza **competitivității firmei pe baza valorilor ce indică atitudinea etică a angajaților** a fost efectuată pe baza ecuației ce descrie legătura dintre cele două variabile. Coeficientul de determinare $R^2=0,636$, ceea ce înseamnă că 63,6% din îmbunătățirea competitivității firmei este determinată de nivelul atitudinii etice a angajaților.

În evaluarea relației dintre competitivitatea firmei pe baza valorilor ce indică atitudinea etică a angajaților, a fost indicat faptul că există o relație liniară pozitivă moderată între cele două variabile, care este susținută de coeficientul de corelație ($r = .636$).

Rezultatele confirmă Ipoteza 6, așada există o corelație pozitivă între competitivitatea firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică la nivel organizational.

Rezultatele coeficientului Pearson și a Coeficientului de determinare sunt prezentate centralizat în **Tabelul 3.39**.

Tabelul 3.39. Rezultatul corelațiilor

Nr.	Ipoteza	Variabile corelate	Valoare Coeficient
1	Atitudinile etice la nivelul sectorului agricol, sunt asociate pozitiv cu atitudinile etice la nivel politic și social	Atitudinile etice din sectorul agricol și atitudinile etice la nivel politic	0.815
		Atitudinile etice din sectorul agricol și atitudinile etice nivel social	0.719
2	Responsabilitatea socială are o corelație pozitivă cu atitudinea etică de la nivel organizațional și sectorial din agricultură	Atitudinea de responsabilitate socială și mediul etic intern al firmei	0.872
		Atitudinea de responsabilitate socială și atitudinea etică de la nivelul sectorului agricol	0.687
3	Atitudinea etică la nivelul organizațiilor din sectorul agricol este corelată pozitiv cu atitudinile etice de la nivel	Atitudinile etice la nivel politic și mediul etic intern al firmei	0.614
		Atitudinile etice nivel social și mediul etic intern al firmei	0.682

	politic, social și sectorial	Atitudinile etice din sectorul agricol și mediul etic intern al firmei	0.814
4	Atitudinea etică a angajaților are o relație pozitivă cu atitudinea și motivația etică a managerului firmei	Atitudinea etică a angajaților și atitudinea etică a managerului firmei	0.957
		Atitudinea etică a angajaților firmei și motivația managerului firmei	0.545
5	Între reputația firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică la nivel organizațional există o corelație pozitivă	Reputația firmei și atitudinea etică a managerului firmei	0.978
		Reputația firmei și atitudinea etică a angajaților firmei	0.913
		Reputația firmei și atitudinea etică în relațiile cu clienții firmei	0.903
6	Există o corelație pozitivă între competitivitatea firmelor din sectorul agricol și atitudinea etică a acestora, la nivel organizațional	Competitivitatea firmei și atitudinea etică a managerului firmei	0.815
		Competitivitatea firmei și atitudinea etică în relațiile cu clienții firmei	0.784
		Competitivitatea firmei și atitudinea etică a angajaților firmei	0.798

Sursa: Autorul

Analiza SWOT

Analiza itemilor chestionarului permit o înțelegere generală a mediului etic intern și extern al firmelor din sectorul agricol din România. Pentru a înțelege mai bine punctele tari și punctele slabe ale mediului etic al sectorului, a fost realizată o analiză SWOT, prin intermediul **Tabelului 3.40.**

Tabelul 3.40. Analiza SWOT a conducei etice a firmelor din sectorul agricol

PUNCTE TARI
Informarea publicului, angajaților, clienților și autorităților competente atunci când există un nivel inacceptabil de risc în legătură cu produsele/ serviciile oferite
Nu este folosită munca forțată.
Nu participă la acțiuni, acorduri, politici sau practici de marketing care pot fi dăunătoare comunității.
Cunoașterea dimensiunii morale a activității muncii în agricultură.
Îndeplinirea angajamentelor asumate.
Oferirea de informații reale legate de calitatea produselor furnizate.
Cautarea reducerii impactului negativ asupra mediului, al tuturor operațiunilor firmei.
Respectarea standardelor naționale/internationale de asigurare a durabilității mediului.
Nu induc în eroare clienții, prin afirmații false sau nerealiste, în publicitatea și prezentarea produselor/serviciilor oferite
Nu este folosit un comportament abuziv sau discriminatoriu.
Respectarea regulilor etice considerându-le compatibile cu propriile valori și convingeri.

Respectarea valorilor tradiționale, grija, mândria și responsabilitatea față de pământ și animale.
Politici de preț corecte și echilibrate.
Canale accesibile pentru reclamațiile clienților.

PUNCTE SLABE

Obținerea de contracte prin folosirea unor practici neetice.
Procuparea pentru continuitatea și profitabilitatea afacerii fără a fi luate în considerare aspectele etice.
Imposibilitatea de a plăti angajații și furnizorii la timp.
Opiniile, credințele și experiența fermierilor nu sunt solicitate/utilizate în rezolvarea problemelor agriculturii și producției alimentare.
Lipsa de sprijin pentru obiectivele de politică publică, de conservare a energiei și reducere a deșeurilor.
Ajutoare și sprijin finanțier guvernamental acordate "cu dedicație"
Lipsa cooperării dintre fermieri pentru a rezolva problemele agriculturii/ agricultorilor.
Lipsa unui cod/ghid convențional de conduită etică la nivelul firmei.
Neimplicarea fermierilor în dezbatările politice pe problemele agriculturii și producției alimentare.
Urmărirea doar a interesului personal în afaceri.
Insuficienta consultare sau informare a fermierilor cu privire la reglementări, certificări, inspecții, costuri, facilități etc. în agricultură.
Lipsa aplicării unor standarde ridicate de bunăstare a animalelor și/sau metode de producție, practici de mediu în conformitate cu reglementările europene și naționale etc.

OPORTUNITĂȚI

Munca fermierilor este importantă pentru societate în general.
Obținerea de fonduri pentru investiții facilitate prin legislație și instituțiile statului.
Promovarea protecției și conservării culturii rurale.
Urmărirea creșterii permanente a calității produselor.
Sprijinul guvernamental și subvențiile pentru agricultură sunt echitabile.
Derularea unor acțiuni/programe pentru a ajuta oamenii și dezvoltarea comunității.
Îmbunătățirea relațiilor prezente și noi oportunități de afaceri, datorită comportamentului etic.
Tratarea clientilor corect și echitabil.

AMENINȚĂRI

Livrarea de produse falsificate sau neconforme.
Condiții de lucru nesănătoase/nesigure în amonte în cadrul lanțului de aprovisionare.
Limitarea opțiunilor de afaceri datorită mediului economic prezent.
Risipa de resurse naturale și materiale.
Pierderea independenței și autonomiei tradiționale a sectorului agricol.
Procesul de marginalizare a sectorului agricol în societate.
Practicile agricole tradiționale considerate dăunătoare.
Lipsa recunoașterii sociale a muncii și efortului fermierilor.
Imposibilitatea valorificării la un preț corect a producției/ produselor realizate în agricultură.
Număr de angajați insuficient pentru acoperirea necesarului productiv și administrativ.
Politiciile agricole nu asigură îmbunătățirea capacităților de producție a fermierilor și nu garantează securitatea alimentară.

Urmărirea insuficientă a aspectelor cu efect negativ pentru sănătatea culturilor, animalelor și a oamenilor.

Existența pe piață a produselor falsificate sau neconforme.

Producătorii vor fi nevoiți să-și restrângă sau să renunțe la activitate, deoarece nu mai pot face față noilor cerințe tehnice, politice și economice.

Costurile crescute de producție.

Imposibilitatea unor relații de durată cu furnizorii.

Lipsa facilităților pentru accesarea de credite dedicate dezvoltării sectorului agricol.

Consumatorii nu sunt dispuși să plătească prețuri mai mari pentru produsele românești.

Sursa: Autorul

Deși nu sunt necesare în conformitate cu prevederile legale, aceste informații pot consolida practicile de management ale firmelor din sectorul agricol, prin evidențierea dimensiunilor etice în care sunt necesare îmbunătățiri.

Concluzii finale

Constatările cercetării realizate prin teza de doctorat, legate de atitudinile etice la nivel politic, social și la nivelul sectorului agricol, au contribuit la evidențierea unor aspecte ale mediului extern, care pot genera atitudini neetice, și pot astfel prezenta diferite niveluri de risc pentru activitatea firmelor din domeniu.

Respondenții participanți la sondajul de opinie efectuat în rândul firmelor producătoare din sectorul agricol, au considerat că sprijinul guvernamental și subvențiile pentru agricultură sunt echitabile în foarte mică măsură (16%) și în mică măsură (17.8%), iar în foarte mică măsură (8.4%) și în mică măsură (14.5%), obținerea de fonduri pentru investiții este facilitată prin legislație și instituțiile statului. Politicile agricole îmbunătățesc în foarte mică măsură (28%) și în mică măsură (22,5%) capacitatea de producție a fermierilor și garantează securitatea alimentară. Fermierii au în foarte mică măsură un cuvânt de spus (29.8%) sau în mică măsură (25,8%), în dezbatările politice pe problemele agriculturii și producției alimentare, iar în mare măsură (34.5%), și în măsură foarte ridicată (13.1%), ajutoarele și sprijinul finanțier guvernamental sunt acordate cu dedicație.

Opiniile, credințele și experiența fermierilor sunt solicitate/utilizate în rezolvarea problemelor agriculturii și producției alimentare, în foarte mică măsură (5.8%) sau în mică măsură (28.7%). În ceea ce privește recunoașterea socială, în foarte mică măsură (13.1%) și în

mică măsură (36%), societatea recunoaște și apreciază munca și efortul fermierilor. Într-o proporție foarte mare, 60,7% dintre respondenți au considerat că în măsură ridicată și foarte ridicată există un proces de marginalizare a sectorului agricol în societate, deși abordarea problemelor etice din agricultură poate fi realizată doar cu ajutorul fermierilor (48,4%).

Sectorul agricol se confruntă cu o pierdere a independenței și autonomiei sale tradiționale, în mare măsură (55.6%) și în măsură foarte ridicată (6.9%), aspect coroborat cu percepția socială a faptului că practicile agricole tradiționale sunt în prezent considerate dăunătoare, în măsură ridicată și foarte ridicată (36%). Pe de altă parte consumatorii sunt dispuși să plătească prețuri mai mari pentru produsele românești, doar în măsură scăzută și foarte scăzută (77.8%).

Răspunsurile obținute în cadrul cercetării întreprinse, pot oferi o perspectivă detaliată și asupra atitudinilor etice generale din mediul intern al firmelor care activează în sectorul agricol.

În firmele din sectorul agricol, există un climat de deschidere, încredere și cooperare a angajaților, în măsură ridicată și foarte ridicată (52.2%), iar aceștia pot să își exprime liber preocupările, nevoile și cerințele (41.1%), nefiind acceptate compromisuri legate de conduită etică a angajaților (56%).

Salariile și beneficiile acordate țin cont în măsură ridicată și foarte ridicată, de performanță și loialitatea fiecărui angajat, (46.2%). În cadrul firmelor nu este folosită munca forțată, indiferent de forma acesteia, în măsură ridicată și foarte ridicată (93.1%). Politicile de preț ale firmelor sunt corecte și echilibrate (69.9%), iar 39.3% în mare măsură și 19.3% în măsură foarte ridicată, plătesc angajații și furnizorii la timp.

Doar 29.4% dintre respondenți au afirmat că în mare măsură sau în măsură foarte ridicată la nivelul firmei există un cod/ghid convențional de conduită etică, iar angajaților li se comunică cerințele și aspirațiile etice ale firmei (46.5%).

Numărul de angajați este suficient pentru acoperirea necesarului productiv și administrativ, în mare măsură sau în măsură foarte ridicată, (52%), iar aceștia au la dispoziție resursele necesare desfășurării corespunzătoare a activității, în mare măsură (49.5%). Fluxul de informații este în mare măsură corect și eficient, (49.1%), există doar în măsură mică sau chiar în măsură foarte mică o atmosferă de presiune pentru a îmbunătăți performanța individuală și a echipei (68.4%).

Unele dintre constatăriile menționate, atât din mediul extern cât și din mediul intern al firmelor din sectorul agricol, pot să nu indice încălcări etice, ci doar domenii în care lucrurile pot

fi îmbunătățite.

Percepția asupra practicii etice de afaceri se schimbă de-a lungul timpului, însă o astfel de schimbare nu este neapărat bună sau rea, ci mai degrabă o funcție a naturii umane și a modurilor în care opiniile sunt influențate de mediul nostru, cultura noastră și trecerea timpului.

Etica reprezintă standardele de comportament la care ne ținem în viața personală și profesională. Stabilește nivelurile de onestitate, empatie și încredere și alte virtuți prin care sperăm să ne identificăm comportamentul personal și reputația publică. În viața personală, etica stabilește norme pentru modurile în care interacționăm cu familia și prietenii. În viața profesională, etica ghidează interacțiunile dintre părțile implicate în practicile de afaceri.

Având în vedere că activitățile de responsabilitate socială sunt foarte importante pentru fiecare organizație, conceptul principal din spatele activităților etice este asocierea conștientizării morale cu nevoile sociale tradiționale și emergente. Pornind de la locul de muncă, responsabilitatea etică rațională se extinde până la piața generală, comunitatea în care își desfășoară activitatea și mediul înconjurător.

Creșterea nelimitată fără a lua în considerare costurile și consecințele negative pentru alte entități și așteptarea că întotdeauna va exista loc pentru o creștere a veniturilor firmei, nu poate sugera o atitudine etică. Orice activitate de afaceri, trebuie să-și pună accentul pe tratamentul echitabil și moral al consumatorilor prin furnizarea de produse aliniate cu principiile general acceptabile privind sănătatea și siguranța.

O bună etică în afaceri este un model crucial pentru sustenabilitatea și dezvoltarea unei firme. Prin urmare, este important pentru oricine să respecte legile și reglementările, însă este esențial să ia decizii strategice raționale și dincolo de obligațiile legale. Ar fi ideal dacă o firmă are resursele necesare, să sprijine comunitatea locală și mai largă în care funcționează.

Multe firme nu se conformează cerințelor etice, în numele resurselor financiare scăzute sau evită să își asume responsabilitatea, prin învinovățirea anumitor persoane pentru comportamentul lor lipsit de etică. Din acest motiv, este esențial să se elaboreze politici raționale și coduri de comportament, pentru a putea identifica cine este responsabil, și ce proceduri vor fi implementate pentru a elimina comportamentele și practicile neetice. Aceste proceduri trebuie să fie împărtășite prin toate canalele de comunicare, ca un proces de definire a subiectelor etice și de îmbunătățire a valorilor umane. Este important ca firmele să poată înțelege că promovarea unui program etic și încorporarea eticii în filosofia lor de afaceri, pun bazele unei culturi

organizaționale de succes, iar astfel vor putea să-și mărească profiturile. Implementarea unui program etic va afecta în mod pozitiv nu numai angajații companiei, ci și clienți, furnizori, concurenți și prin urmare va avea un impact pozitiv asupra societății în ansamblu.

Subiectul durabilității este o funcție a unei conduite de afaceri responsabile care privește nu numai sănătatea mediului, ci și sănătatea publică. Poluarea mediului este dăunătoare pentru sănătatea publică, dar la fel sunt și o mare varietate de produse inerent periculoase. Întrebarea este dacă societatea ar trebui să permită întreprinderilor să comercializeze și să profite de pe urma unui produs care provoacă o problemă semnificativă de sănătate publică. Unele firme acționează pe cont propriu pentru a controla vânzarea sau utilizarea produselor dăunătoare, deoarece astfel își susțin misiunea de responsabilitate socială.

Practicienii trebuie să ia în considerare tendințele și perspectivele fiecărei epoci și să stabilească principii care pot fi schimbate atunci când credințele sau metodele de implementare evoluează. Această flexibilitate poate oferi oportunitatea de a adopta schimbări mai eficiente, fără păstrarea principiilor care nu sunt aliniate cu noile practici și nevoi. Fie că este o schimbare majoră sau minoră care are loc datorită evoluțiilor din mediul intern sau extern al firmei, toți indivizii trebuie să fie bine informați cu privire la schimbare.

Politicele trebuie să descrie și să explice de ce la un nivel optim este importantă schimbarea, ce factori sunt esențiali pentru a lua în considerare schimbarea și cum aceasta din urmă poate fi implementată prin practici și operațiuni. Capacitatea unei firme de a se schimba, în favoarea interesului societal sau a reglementărilor guvernamentale, poate fi un element cheie al succesului și al avantajului competitiv.

Având în vedere cerințele multidimensionale ale societății și ale ființelor umane, este imposibil de îndeplinit fiecare dorință. În loc de politici temporare, programele de responsabilitate socială trebuie să aibă o viziune pentru viitor. Factorii de decizie trebuie să întreprindă acțiuni care sunt aliniate cu legea și cu minimul etic. În același timp, ei trebuie să dezvolte o gamă largă de activități, în ceea ce privește căutarea de soluții la problemele sociale mai largi, cum ar fi îmbunătățirea sănătății în contextul bunăstării umane, să susțină o abordare de atenuare a schimbărilor de mediu sau acțiuni împotriva inegalității sociale legate de sărăcie și răspândirea discriminării din mediul de muncă.

În practică, există o relație vitală între firme, societatea în care își desfășoară activitatea și factorii politici. Aceasta implică faptul că intervenția politică poate fi un factor determinant în

dezvoltarea programelor de responsabilitate socială, deoarece inițiativele de afaceri trebuie să respecte cerințele și regulile legale, respectând cele mai înalte standarde. În același timp, oamenii care formează o comunitate pot avea un impact puternic asupra deciziilor firmelor, deoarece sunt consumatori, angajatori, furnizori sau alți profesioniști. În plus, resursele umane au un rol fundamental în activitățile de afaceri. Acestea sunt responsabile ca indivizi sau ca echipă față de o gamă largă de probleme legate de activitatea firmei lor.

Prin urmare, este foarte important să se păstreze o relație echilibrată și multidimensională între afaceri ca entități juridice, comunități ca potențiale resurse umane și consumatori, și reglementările guvernamentale, ca element puternic și ultim al controlului comportamentului etic al firmelor.

În mod ideal, toate nivelurile de guvernare, de stat și locale ar trebui să colaboreze între ele și cu întreprinderile din sectorul privat, pentru a realiza un echilibru corect și rațional între rolurile lor în menținerea unei societăți juste. Rareori un actor rezolvă singur o problemă, fiind nevoie de un parteneriat guvern – afaceri, pentru a avea un impact semnificativ asupra unei provocări sociale sau economice.

Desigur, relația dintre guvern și afaceri este una importantă, iar expertiza într-un domeniu poate fi extrem de valoroasă pentru ambele părți ale parteneriatului, însă această colaborare ar trebui să fie transparentă și supusă controlului public. Firmele private pot lua initiative ca răspuns la cererea publicului, iar cooperarea dintre acestea poate conduce spre multe lucruri pozitive, altelei soluția să în colaborarea directă cu guvernul. Uneori însă relațiile dintre afaceri și mediul politic pot deveni neetice, atunci când directorii din sectorul privat își părăsesc locurile de muncă pentru a lucra pentru agențiile de stat, devenind reprezentanți ai autorităților de reglementare, iar relația lor cu unele firme din sectorul privat rămâne foarte strânsă. Conflictul de interes se manifestă și mai acut atunci când sunt stabilite politici pro-sector, iar cei care le lansează pleacă apoi spre locurile de muncă bine plătite, pe care le-au favorizat. Acest sistem de ușă rotativă, este rezultatul unui sistem politic lipsit de etică.

Prosperitatea economică nu poate fi singura misiune a unei afaceri. În plus, protecția mediului nu este singura problemă importantă în ceea ce privește responsabilitatea socială, dacă o firmă își epuizează resursele umane oferindu-le condiții de muncă nesănătoase și neplăcute. De asemenea, nu este posibil să credem că problemele sociale pot fi tratate mai bine doar prin inițiative private și programe corporative, decât prin intervenția guvernamentală. În mod

inevitabil, corporațiile, guvernul și societatea trebuie să lucreze în cooperare, să dezvolte un sistem etic de valori comune, să exploateze resursele mai eficient și să servească interesele tuturor părților implicate, abordând un punct de echilibru între problemele și interesele conflictuale.

Contribuții teoretice cu caracter de sinteză

Teza de doctorat a subliniat importanța atitudinilor etice pentru afacerile din sectorul agricol și modul în care o acestea afectează în mod semnificativ competitivitatea și reputația firmelor din acest sector. În acest scop a fost efectuată o trecere în revistă a literaturii de specialitate, în scopul identificării dimensiunilor și teoriilor relevante pentru cercetarea eticii în afaceri.

A fost examinată o largă bază teoretică, pentru a fi sintetizate diferite tipuri de informații și teme dintr-o varietate de surse, menite să susțină ideea principală a temei de cercetare. Procesarea informațiilor a fost realizată prin relaționarea lor cu subiectul și obiectivul principal al tezei de doctorat, pe parcursul scrierii sintezei fiind menționată sursa acestora.

Contribuțiiile teoretice constau în caracterul lor explicativ și argumentativ, al perspectivei și raționamentului alegerii, fiind furnizate informații relevante pentru tematica managementului etic în afaceri.

Contribuții experimentale

Cercetarea a propus o perspectivă non-financiară, de creștere a competitivității firmelor din sectorul agricol din România, prin adoptarea unor strategii de management etic și luare a deciziilor îmbunătățite.

Contribuțiiile experimentale constau în elaborarea și aplicarea chestionarului, de analiză a percepțiilor managerilor firmelor din sectorul agricol, cu privire la atitudinile și comportamentul etic, precum și impactul acestora asupra motivației, reputației și competitivității firmelor în care activează.

Stabilirea obiectivului general și a celor derivate, realizarea și confirmarea afirmațiilor predictive propuse prin ipotezele de cercetare. Analizarea, interpretarea și valorificarea informațiilor rezultate, cu ajutorul softului IBM SPSS Statistics for Windows, Versiunea 26.0. Armonk, NY: IBM Corp.

Elaborarea sistemului de evaluare a eticii în relațiile cu părțile interesate ale firmei și propunerea planului de măsuri pentru perfecționarea managementului etic la nivelul firmelor din sectorul agricol.

Contribuții la dezvoltarea cercetării științifice

Evaluarea competitivității afacerii ca rezultat al managementului etic este deosebit de oportună în mediul de afaceri actual. Atitudinile etice au un impact semnificativ asupra performanței unei afaceri și de asemenea, le influențează competitivitatea.

Cercetarea a identificat modalitățile prin care se pot reconcilia problemele etice ale firmei, prin creșterea responsabilității morale și a angajamentului acesteia față de părțile interesate.

Teza de doctorat propune practicienilor, factorilor de decizie, managerilor și angajaților, administratorilor publici, analiștilor politici și educaționali, instrumente esențiale pentru implementarea conduitei etice raționale, chiar și sub presiunea dinamică a mediului de afaceri actual.

Pe parcursul studiilor de doctorat au fost elaborate rapoarte ale cercetării, iar la finalul acestora a fost finalizată teza de doctorat.

Au fost publicate articole în reviste de specialitate și în volumele unor conferințe internaționale.

Limitele cercetării

Limitele intrinseci se referă la obținerea cu dificultate a unui număr cât mai mare de răspunsuri, cauzată de reticența managerilor de a oferi în mod deschis date legate de atitudini și comportamente etice din propria afacere dar și datorită timpului limitat al acestora. Este posibil ca răspunsurile participanților să fi fost părtitoare sau subiective. Lipsa de motivare a managerilor.

Direcții viitoare de cercetare

Este esențial să fie explorate în continuare, acțiunile necesare în contextul îmbunătățirii conduitei etice și responsabilității sociale, să fie evaluat impactul programelor etice, atât asupra organizației în sine ca entitate, cât și asupra comunității în care aceasta își desfășoară activitatea. Cu alte cuvinte, este necesar să se definească nivelul de responsabilitate socială al unei firme față de alte entități și să se elaboreze proceduri pentru implementarea unor strategii.

Schimbarea caracteristicilor demografice și educaționale ale locului de muncă și apariția legilor, politicilor și procedurilor care recunosc o mai mare conștientizare a drepturilor angajaților și ale altor părți interesate, pot conduce spre cercetarea responsabilităților etice ale firmei față de angajații săi și față de societate în general.

Cercetările trebuie să ofere o viziune cât mai cuprinzătoare asupra impactului pozitiv al practicilor etice, care sporesc performanțele organizaționale, în orice domeniu de activitate.

Bibliografie

1. Aga, A., (2018). Merchants of knowledge: petty retail and differentiation without consolidation among farmers in Maharashtra. *India Journal of Agrarian Change*; 18(3):658–76. <https://doi.org/10.1111/joac.12249>.
2. Aiken, W., (1984). Value Conflicts in Agriculture, *Agriculture and Human Values*, 1(1) 24–27.
3. Aktar, I. (2013). Disclosure strategies regarding ethically questionable business practices. *British Food Journal*, 115, 162–193.
4. Alexandri, C., Luca L., (2016). Food and Nutrition, Security in Romania in the Post-Accession Period. *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.16(2):11–18.
5. Allen, J. C., Dillman, D.A. (2018). *Against All Odds: Rural Community in the Information Age*. New York: Routledge.
6. Alloza, Á, Carreras, E, Carreras, A, (2013). *Corporate Reputation*, Editorial Almuzara.
7. Alloza, L., A., (2011). La economía de la reputación: un nuevo modelo de gestionare empresarial, *Harvard Deusto Business Review*, Vol. 207: 44-53.
8. Al-Tarawneh, K.I. (2020). Business Ethics in Human Resources Management Practices and its Impact on the Organizational Performance. *Business: Theory and Practice*, 2020, 21(1): 402–411.
9. Amaeshi, K. M., Osuji, O. K., Nnodim, P. (2008). Corporate social responsibility in supply chains of global brands: A boundaryless responsibility? Clarifications, exceptions and implications, *Journal of Business Ethics*, 81, 223–234.
10. Ammendolia, C., Côté, P., Cancelliere, C., Cassidy, J.D., Hartvigsen, J., Boyle, E., Soklaridis, S., Stern, P., Amick. B. (2016). Healthy and Productive Workers: Using Intervention Mapping to Design a Workplace Health Promotion and Wellness Program to Improve Presenteeism. *BMC Public Health* 16, no. 1, p. 1190.
11. Anderson, S. (ed.). (2000). *Views from the South: The Effects of Globalization and the WTO on Third World Countries*. International Forum on Globalization, Oakland,

California.

12. AON Global Risk Management Survey (2021). <https://www.aon.com/2021-global-risk-management-survey/index.html>
13. APHA, (2017). Improving Working Conditions for U.S. Farmworkers and Food Production Workers.<https://www.apha.org/policies-and-advocacy/public-health-policy-statements/policydatabase/2018/01/18/improving-working-conditions>, accesat 5.02.2023.
14. Augère-Granier, M. (2020). The EU pig meat sector (EPRS briefing, No. PE 652.044). *European Parliamentary Research Service*, 1-12, disponibil la [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652044/EPRS_BRI\(2020\)652044_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652044/EPRS_BRI(2020)652044_EN.pdf), accesat la 04.05.2021.
15. Barakat, S.R., Isabella, G., Boaventura, J.M.G., Mazzon, J.A. (2016). The influence of corporate social responsibility on employee satisfaction. *Management Decision*, 54, 2325–2339.
16. Barraclough, S. (2000). Meanings of sustainable agriculture: Some issues for the South. South Centre, Geneva, *South Perspectives*, , p. xv.
17. Baur, P. (2020). When farmers are pulled in too many directions: comparing institutional drivers of food safety and environmental sustainability in California agriculture. *Agriculture and Human Values* 37: 1175–94.
18. Baur, P., Getz, C., Sowerwine, J. (2017). Contradictions, consequences and the human toll of food safety culture. *Agriculture and Human Values* 34: 713–28.
19. Beauchamp, T. L., Childress, J. F. (2002). *Principles of biomedical ethics*, 5th ed. Oxford: Oxford University Press.
20. Beciu, S., Arghiroiu, G. A., (2019). Challenges for the Pork Sector in Romania. *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.19 (1): 71–76.
21. Bell, R. L., Martin, J. S. (2019). *Managerial Communication for Organizational Development*, Business Expert Press
22. Bell, S., Morse, S. (2008). *Sustainability indicators: Measuring the immeasurable?* London: Earthscan.
23. Bergschmidt, A., March, S., Wagner, K., Brinkmann, J. (2021). A Results-Oriented Approach for the Animal Welfare Measure of the European Union's Rural Development Programme. *Animals: an open access journal from MDPI*, 11(6). 1570. disponibil la https://www.openagrar.de/servlets/MCRFileNodeServlet/openagrar_derivate_00038776/dn063645.pdf, accesat la 20.11.2022.
24. Berit, B., Overrein, G. (2013). Resourcing Children in a Changing Rural Context: Fathering and Farm Succession in Two Generations of Farmers. *Sociologia Ruralis* 53: 95–111.
25. Bertolozzi-Caredio, D, Bardaji, I. Coopmans I., Soriano, B. Garrido, A. (2020). Key steps and dynamics of family farm succession in marginal extensive livestock farming. *Journal of Rural Studies* 76: 131–41.
26. Bicchieri, C. (2006). *The Grammar of Society: The nature and dynamics of social*

norms. Cambridge: Cambridge University Press.

27. Binder, C. R., Feola, G., Steinberger, J. K. (2010). Considering the normative, systemic and procedural dimensions in indicator-based sustainability assessments in agriculture. *Environmental Impact Assessment Review*, 30(2). 71–81.
28. Borda, Á. J., Sárvári, B., Balogh, J. M. (2023). Generation Change in Agriculture: A Systematic Review of the Literature, *Economies*, 11(5). 129.
29. Boström, M., Jönsson, A. M., Lockie, S., Mol, A. P. J., Oosterveer, P. (2015). Sustainable and responsible supply chain governance: Challenges and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 107, 1–7.
30. Brennan, A. (2021). Environmental Ethics. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-environmental>.
31. Brenton, S. (2018). Consumers and certification schemes: The ethics of global production and trade. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31(6). 755–784.
32. Bui, S., Costa, I., De Schutter, O., Dedeurwaerdere, T., Hudon, M. Feyereisen, M. (2019). Systemic ethics and inclusive governance: two key prerequisites for sustainability transitions of agri-food systems. *Agriculture and Human Values* 36(2): 277–88.
33. Busch, G., Spiller, A. (2018). Consumer acceptance of livestock farming around the globe. *Animal Frontiers*, 8(1). 1–3.
34. Bussmann, K. D., Anja N. (2019). Compliance Through Company Culture and Values: An International Study Based on the Example of Corruption Prevention. *Journal of Business Ethics* 157, no. 3, pp. 797–811.
35. Cardoso, S.P., James, H.S. Jr. (2012). Ethical frameworks and farmer participation in controversial farming practices. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 25(3): 377–404.
36. Carolan, M. (2022). Ethical eating as experienced by consumers and producers: When good food meets good farmers. *Journal of Consumer Culture*, 22(1). 103–123.
37. Carr, D. (1999). Professional education and professional ethics. *Journal of Applied Philosophy* 16(1): 33–46. p.37.
38. Carroll, A. (1993). *Business and society: Ethics and stakeholder management*, 2nd ed. Cincinnati: South-Western.
39. Carroll, A. B. (1978). Linking business ethics to behavior in organizations. SAM Advanced Management Journal 43(3): 7.
40. Carroll, A. B., Buchholtz, A.K. (2003). *Business Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati USA: South-Western College Pub.Thomson Learning.
41. Carroll, A., Buchholtz, A. (2003). *Business and society*, 5th ed. Mason, OH: South-Western/Thomson, 320.
42. CAST, (2005). *Agricultural ethics*, <https://www.cast-science.org/publication/agricultural-ethics/>
43. Cavanagh, G. F., Moberg, D. J., Velasques, M., (1981). The Ethics of

Organizational Politics, *Academy of Management Review* (Vol. 6, No. 3): 363–374.

44. Cavicchioli, D., Bertoni, D., Pretolani, R. (2018). Farm succession at a crossroads: The interaction among farm characteristics, labour market conditions, and gender and birth order effects. *Journal of Rural Studies.*, 61, 73–83.
45. CE, (2020). *Biodiversity strategy for 2030*, disponibil la https://environment.ec.europa.eu/strategy/biodiversity-strategy-2030_en., accesat la 20.11.2022.
46. CE, (2020). Europeans, Agriculture and the CAP. Special Eurobarometer 504 Summary, Wave EB93.2. Kantar <https://www.gesis.org/en/eurobarometer-data-service/survey-series/standard-special-eb/study-overview/> eurobarometer - 932-za7739-august-september-2020, accesat 20.11.2022.
47. CE. (2020). *A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally friendly food system*, disponibil la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0381>, accesat la 20.11.2022.
48. Centers for Disease Control and Prevention, (2018). *Agricultural safety*. <https://www.cdc.gov/niosh/topics/aginjury/oispa/default.html>, accesat 20.02.2023.
49. Chiswell, H. M. (2018). From Generation to Generation: Changing Dimensions of Intergenerational Farm Transfer. *Sociologia Ruralis* 58: 104–25.
50. Cialdini, R. B., Demaine, L. J. Sagarin, B. J. Barrett, D. W, Rhoads, K., Winter, P. L. (2006). Managing social norms for persuasive impact, *Social Influence*, 1:1, 3-15.
51. Cialdini, R. B., Reno, R. R., Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58: 1015–1026.
52. Clements-Croome, D. (2015). Creative and Productive Workplaces: A Review. *Intelligent Buildings International*, 7 (4). pp. 164-183
53. Climate Change: How Do We Know? NASA: Global Climate Change, <https://climate.nasa.gov/evidence>.
54. Climate Heroes, <https://climateheroes.org>.
55. Cohen J., (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Science, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
56. Constance, D. H., Martinez, F., Aboites, G., Bonanno, A. (2013). The problems with poultry production and processing. In H.S. James, Jr., ed., *The ethics and Economics of Agrifood Competition*, 155–75. New York: Springer.
57. Constantinescu, M., Kaptein, M. (2015). Mutually Enhancing Responsibility: A Theoretical Exploration of the Interaction Mechanisms Between Individual and Corporate Moral Responsibility. *Journal of Business Ethics* 129, pp. 325-339.
58. Cooper, T., Hart, K. Baldock. D. (2009). The provision of publicgoods through agriculture in the European Union, *Report Prepared for DG Agriculture and Rural Development, Institute for European Environmental Policy*. London.
59. Council for Agricultural Science and Technology (CAST). (1994). *How Much Land Can Ten Billion People Spare for Nature?* Task Force Report 121. Council for Agricultural

Science and Technology, Ames, Iowa.

60. Council for Agricultural Science and Technology, Agricultural Ethics (2005). Issue Paper Number 29, <http://www.castscience.org/download.cfm?PublicationID=2899File=f0305d2ffd02e961471b33646e406f494718>
61. Coupaud, M. (2017). Determinants of health at work in the EU15: Realization of synthetic indicators of working conditions and their impacts on the physical and mental health of workers. *International Journal of Manpower*, 38(1). 93–126
62. Courtois, P., Subervie, J. (2015). Farmer bargaining power and market information services. *American Journal of Agricultural Economics*, 97(3): 953–77.
63. Covey, S. R. (2004). *The 7 habits of highly effective people: Restoring the character ethic*. New York: Free Press.
64. Croney, C., Muir, W., Ni, J.-Q., Widmar, N. O., Varner, G. (2018). An overview of engineering approaches to improving agricultural animal welfare. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31(2). 143–159.
65. de Olde, E. M., Bokkers, E. A. M., De Boer, I. J. M. (2017). The choice of the sustainability assessment tool matters: differences in thematic scope and assessment results. *Ecological Economics*, 136, 77–85.
66. de Olde, E. M., Moller, H., Marchand, F., McDowell, R. W., MacLeod, C. J., Sautier, M., Halloy, S., Barber, A., Benge, J., Bockstaller, C., Bokkers, E. A. M., de Boer, I. J. M., Legun, K. A., Le Quellec, I., Merfield, C., Oudshoorn, F. W., Reid, J., Schader, C., Szymanski, E., Manhire, J. (2017). When experts disagree: the need to rethink indicator selection for assessing sustainability of agriculture. *Environment, Development and Sustainability*, 19(4). 1327-1342.
67. de Olde, E. M., Valentinov, V. (2019). The Moral Complexity of Agriculture: A Challenge for Corporate Social Responsibility. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 32(3). 413–430.
68. De Rooij, S.J.G., De Lauwere, C.C., van der Ploeg, J.D. (2010). Entrapped in group solidarity? Animal welfare, the ethical positions of farmers and the difficult search for alternatives. *Journal of Environmental Policy Planning* 12(4): 341–361.
69. Deephouse, D. L., Carter, S. M. (2005). An Examination of Differences Between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation, *Journal of Management Studies*, Vol. 42 (2): 329-360.
70. DeGeorge, R. T. (1990). *Business ethics*, 3rd ed. New York: Macmillan.
71. Delong, J. V. (1981). Defending cost–benefit analysis: Replies to Steven Kelman. *AEI Journal on Government and Society*, 39–43.
72. Des Jardins, J., McCall, J. (1990). A defense of employee rights. *Journal of Business Ethics*, 4, 367–376.
73. Devi, P.I., Jayasree, M, Sarada, A, Raju, R.K. (2017). Sales practices in pesticides retail: a case study of Kerala. *Indian Journal of Agricultural*;72(1):102–16.
74. Dhalla, R., (2007). The construction of Organizational Identity: Key Contributing

External and Intra-Organizational Factors, *Corporate Reputation Review*, Vol. 10 (4): 245-260.

75. Diemer, N., Staudacher, P., Atuhaire, A., Fuhrmann, S., Inauen, J., (2020). Smallholder farmers' information behavior differs for organic versus conventional pest management strategies: a qualitative study in Uganda. *Journal of Cleaner Production*;257(1):120465.
76. Donaldson, T. (1982). *Corporation and Morality*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
77. Donaldson, T., (1994). *Ethics of International Business*. in Thomas J. Donaldson and Edward Freeman, eds. The Ruffin Series in Business Ethics, 56, New York: Oxford University Press.
78. Doorley, J., Garcia, H. F., (2020). *Reputation Management*, 4th Edition, Routledge.
79. Dowling, G.R (2016). Defining and measuring corporate reputations, *European Management Review*, 13(3):207–223.
80. Durbin, A., (2010). *Leadership. Research, Findings, Practice and Skills*, 6th ed. Cengage Learning. USA.
81. Eccles, R.G., Newquist, S, C. Schatz, R., (2007). Reputation and Its Risks, *Harvard Business Review*, pp.104-114.
82. Elder, L., Paul, R., (2011). *Ethical reasoning essential to education*, Critical Thinking org. <https://www.critical-thinking.org/pages/ethical-reasoning-essential-to-education/1036>, accesat 05.07.2022.
83. Elford, A.C., Daub, C.H. (2019). Solutions for SMEs Challenged by CSR: A Multiple Cases Approach in the Food Industry within the DACH-Region. *Sustainability*, 11, 4758.
84. Emerson, R., M. (1962). Power-dependence relations. *American Sociological Review* 27(1):31–41.
85. *Ethics Quality*. Available at www.aboutus.org/EthicsQuality.com
86. EU, (2021). *Pesticides in Agriculture, The CAP and pesticides*, https://ec.europa.eu/info/food_farming_fisheries/sustainability/environmental_sustainability/low-input-farming/pesticides_en, Accesat la 01.10.2022
87. European Court of Auditors (2018) Animal welfare in the EU: closing the gap between ambitious goals and practical implementation. Special Report n°31, Luxembourg. disponibil la https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr18_31/sr_animal_welfare_en.pdf, accesat la 20.11.2022.
88. European Parliament (2021). <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20211118IPR17613/common-agricultural-policy-reform-gets-final-approval-from-meeps>.
89. European Parliament (2022). Financing of the CAP. Fact Sheets on the European Union, <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/106/financing-of-the-cap>, accesat 20.02.2023.
90. EUROSTAT (2021). *Key figures on the European food chain*, 2021 edition,

Brussels. disponibil la <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-key-figures/-/ks-fk-21-001>, accesat la 02.02.2022.

91. Fabius, R., Thayer, R.D., Konicki, D.L., Yarborough, C.M., Peterson, K.W. Isaac, F., Loepke, R.R., Eisenberg, B.S. Dreger M. (2013). The Link between Workforce Health and Safety and the Health of the Bottom Line: Tracking Market Performance of Companies that Nurture a ‘Culture of Health’. *Journal of Occupational and Environmental Medicine* 55, no. 9, pp. 993–1000.
92. Falconer, K. (2000). Farm-level constraints on agri-environmental scheme participation: A transactional perspective. *Journal of Rural Studies*, 16, 379–394. p. 380.
93. FAO, (2004). *FAO-Major Groups SARD Initiative*, FAO press release.
94. FAO, (2018). *DO IT Sustainable food systems: concept and framework*, Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>, accesat la 25.10.2022.
95. Farrell, M., Murtagh, A., Weir, L., Conway S., F., McDonagh, J., Mahon M. (2021). Irish Organics, Innovation and Farm Collaboration: A Pathway to Farm Viability and Generational Renewal. *Sustainability* 14: 93.
96. Feldman, F. (1978). Introductory ethics. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 119–128.
97. Fernando, A. C., (2009). *Business Ethics*, Pearson India
98. Fernando, A. C., (2013). Business Ethics, 2Nd Edition, Pearson India.
99. Ferrel, O. C. Fraedrich J. P., Ferrel, L., (2005). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*, 6th ed. Cengage Learning.
100. Ferris, L., Rahman, Z. (2016). Responsible data in agriculture. goodman. <https://f1000research.com/documents/6-1306>. Accesat 05. decembrie 2022.
101. Fiandrino, S., Busso, D., Vrontis, D. (2019). Sustainable responsible conduct beyond the boundaries of compliance: Lessons from Italian listed food and beverage companies. *British Food Journal*, 121, 1035–1049.
102. Fieser, J. (2009). *Ethics*. Internet Encyclopedia of Philosophy. <http://www.iep.utm.edu/ethics/>.
103. Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*, Harvard Business School Press, Boston, p 72.
104. Fombrun, C., Van Riel, C. (1997). The Reputational Landscape, *Corporate Reputation Review*, vol. 1 (2):5-13.
105. Fombrun, C., Van Riel, C. (2004). Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations, *Pearson-Financial Times*, New York: 155-175.
106. Fondation Robert Schuman, (2021) *The Common Agricultural Policy 2020-2027: change and continuity*. European Issue n°607, disponibil la <https://www.robert-schuman.eu/en/doc/questions-d-europe/qe-607-en.pdf>, accesat la 20.11.2022.
107. Forsman-Hugg, S., Katajajuuri, J.M., Pesonen, I., Paananen, J., Makela, J.,

Timonen, P. (2013). Building the Content of CSR in the Food Chain with a Stakeholder Dialogue. disponibil la <https://pdfs.semanticscholar.org/7d96/f4c2810fc1068efa76cc99a4e1b6f249b716.pdf>, accesat la 12.12.2022.

108. Fourth National Climate Assessment Update, (2018). GlobalChange.gov, <https://www.globalchange.gov/news/fourth-national-climate-assessment-update-july-2018>.

109. Frankelius, P., Norrman, C., Johansen, K. (2019). Agricultural innovation and the role of institutions: lessons from the game of drones. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 32: 681–707.

110. Freeman, E., Reed, D., (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance, in C. Huizinga ed. *Corporate Governance: A Definitive Exploration of the Issues*, Los Angeles, CA: UCLA Extension Press.

111. Freeman, R. E. (1999). Divergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, 24, 233–236.

112. Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*, 39. Cambridge: Cambridge University Press.

113. Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 22–36.

114. Garb, Y., Friedlander, L., (2014). From transfer to translation: using systemic understandings of technology to understand drip irrigation uptake. *Agricultural Systems*, 128, 13-24. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2014.04.003>, accesat 05.12.2022.

115. Gintis, H., Bowles, S. Boyd, R. (2005). *Moral Sentiments and Material Interests: The foundations of cooperation in economic life*. Cambridge MA: MIT Press.

116. Gössling, T., Aßländer, M. S. (2017). Perceptions on the Causes of Individual and Fraudulent Co-offending: Views of Forensic Accountants. *Journal of Business Ethics* 146 (2):383-404.

117. Greener, M. (1979). *Penguin Dictionary of Commerce*, Penguin Books.

118. Griffith, D., Kissam. E. (1995). *Working Poor: Farmworkers in the United States*. Temple University Press, Philadelphia.

119. Grimm, H. (2005). Ethical Issues in Agriculture, Interdisciplinary and sustainability issues in food and agriculture, in Olaf Christen (ed.). *Interdisciplinary and Sustainability Issues, Encyclopaedia of Life Support Systems*, Oxford. <http://www.eolss.net/samplechapters/c10/e5-22-06.pdf> accesat 15 iunie 2022.

120. Grimm, H. (2010). Ethical issues in agriculture. In O. Christen, V. Squires, R. Lal R.J. Hudson, eds., *Interdisciplinary and Sustainability Issues in Food and Agriculture*, 97–109. Paris: UNESCO-EOLSS.

121. Grzywacz, J. G, Alterman, T, Gabbard, S., Shen, R., Nakamoto, J., Carroll, D. J, Muntaner, C. (2014). Job control, psychological demand, and farmworker health: evidence from the National Agricultural Workers Survey. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 56: 66 - 71.

122. Guerra, A. I., Lopes J. C., (2019). Young farmers as innovation enablers in rural

areas: the role of the EU's support in a Portuguese peripheric region, Trás-os-Montes, *Working Papers REM 2019/95, ISEG - Lisbon School of Economics and Management, REM*, Universidade de Lisboa.

123. Guidi, J., Luente, M., Sonino, N., Fava, G., A. (2021). Allostatic load and its impact on health: a systematic review. *Psychother Psychosom*, 90(1):11–27.

124. Haddock, J. (2005). Consumer influence on internet-based corporate communication of environmental activities: The UK food sector. *British Food Journal*, 107 (10). pp. 792-805.

125. Harms W., Skyrms, B. (2007). *Evolution of moral norms*, Oxford Handbook on the Philosophy of Biology ed. Michael Ruse, draft., <https://sites.socsci.uci.edu/~bskyrms/bio/papers/preprintevolutionofmoralnorms.pdf>

126. Hartmann, M. (2011). Corporate social responsibility in the food sector. *European Review of Agricultural Economics*. 38, 297–324.

127. Harvey, S. J. Jr., (2021). *Handbook on the Human Impact of Agriculture*, Edward Elgar Publishing.

128. Hasnas, J., (1998). *The Normative Theories of Business Ethics—A Guide for the Perplexed*, Business Ethics Quarterly, vol. 8, issue 1, 19-42.

129. Heider, K., Rodriguez Lopez, J. M., Balbo, A., L., Scheffran, J. (2021). The state of agricultural landscapes in the Mediterranean: Smallholder agriculture and land abandonment in terraced landscapes of the Ricote Valley, southeast Spain. *Regional Environmental Change* 21: 1–12.

130. Hendrickson, M. K., James, H. S., Kendall, A., Sanders, C. (2018). *The assessment of fairness in agricultural markets*. Disponibil pe <https://ssrn.com/abstract=3138686>, Accesat 23.01.2023.

131. Hendrickson, M.K., James, H.S. (2016). Power, fairness and constrained choice in agricultural markets: a synthesizing framework. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 29: 945–67.

132. Hendrickson, M.K., James, H.S. (2005). The ethics of constrained choice: how the industrialization of agriculture impacts farming and farmer behavior. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 18(3): 269–91.

133. Hernandez, R., Reardon, T., Berdegué, J. (2007). Supermarkets, wholesalers, and tomato growers. *Agricultural Economics* 36: 281–90.

134. Hoekman, B., Martin, W. (eds.). (2001). *Developing Countries and the WTO: A Pro-active Agenda*. Blackwell, Oxford.

135. Hoffman, W. M., Moore, J. (1990). *Business ethics: Readings and cases in corporate morality*, 2nd ed. New York: McGraw-Hill.

136. Hopkins, W. G. (2000). A new view of statistics. Internet Society for Sport Science: <http://www.sportsci.org/resource/stats>, accesat la 12.12.2022.

137. Horback, K. (2019). *The Emotional Lives of Animals. The Routledge Handbook of Animal Ethics* (pp. 55-70) Routledge.

138. <https://www.coduricaen.ro/01-agricultura-v%C3%A2natoare-si-servicii-anexe>
139. Hursthouse, R. (2000). *Ethics, Humans, and Other Animals: An Introduction with Readings*. Routledge, London.
140. Hursthouse, R., Zalta, E. N. (eds.). (2003). *Virtue ethics*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. [virtue/.http://plato.stanford.edu/archives/fall2003/entries/ethics-virtue/](http://plato.stanford.edu/archives/fall2003/entries/ethics-virtue/).
141. ILO, (2018). Workplace Stress: A Collective Challenge, European Agency for Safety and Health at Work (EU-OSHA). Management of psychosocial risks at work: An analysis of the findings of the European Survey of Enterprises on New and Emerging Risks (ESENER). Accesat 3.05.2021
142. Institute of Medicine, (2001). *Food Safety Policy, Science, and Risk Assessment: Strengthening the Connection: Workshop Proceedings*. Washington, DC: The National Academies Press, Washington, D.C.
143. James, H. S., Jr., Hendrickson, M. K. (2008). Perceived economic pressures and farmer ethics. *Agricultural Economics*, 38(3). 349–361.
144. James, H. S., Jr, Segovia, M., S. (2020). Behavioral Ethics and the Incidence of Foodborne Illness Outbreaks. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 33(3-6):531-548.
145. Jansen, K., Vellema, S. (2004). *Agribusiness and society: Corporate responses to environmentalism, market opportunities and public regulation*, Sage, London.
146. Jasiorowski, H. A. (1991). European animal husbandry: a model to adopt or reject by developing countries. On the eve of the 3rd millennium, the European challenge for animal production. European Association for Animal Production. Wageningen Pudoc, The Netherlands, EAAP Publication, (48). 127-141.
147. Jawahar, M., McLaughlin, G. (2001). Toward a descriptive stakeholder theory: An organizational life cycle approach. *Academy of Management Review*, 26(3). 397–414.
148. Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*, 20(2). 404.
149. Jung, Y., Vakharia N. (2019). Open Systems Theory for Arts and Cultural Organizations: Linking Structure and Performance. *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 49, no. 4, pp. 257–73.
150. Kant, I. (1964). Groundwork of the metaphysics of morals. Translated by H. Paton. New York: Harper Row.
151. Kant, I., (1959). *Foundations of Metaphysics of Morals*, New York: The Liberal Arts Press.
152. Karaoulidis, A. (2021). *Ethical Business Culture*, Business Expert Press.
153. Kelman, S. (1981). Cost–benefit analysis: An ethical critique. *AEI Journal on Government and Society*, 33–40.
154. Key, S., Popkin, S. (1998). Integrating ethics into the strategic management process: Doing well by doing good. *Management Decision*, 36(5). 331–338.

155. Kissinger, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Supply Agreements in the Private Sector: Decreasing Land and Climate Pressures; CCAFS Working Paper 14; CCAFS: Copenhagen, Denmark, 2012.
156. Klikauer, T. (2017). Business Ethics as Ideology? *Journal of Socialist Theory*, Volume 45, Issue 1-2, pp. 81–100.
157. Kohlberg, L., (1973). The Moral Adequacy Claim of a High Stage of Moral Judgment, *Journal of Philosophy* 70(18). 630–646.
158. Komarek, A.M., De Pinto, A., Smith, V.H. (2020). A review of risk types in agriculture: what we know and what we need to know, *Agricultural Systems*, 178.
159. Kucharska, W., Kowalczyk. R. (2019). How to Achieve Sustainability? - Employee's Point of View on Company's Culture and CSR Practice. *Corporate Social-Responsibility and Environmental Management* 26, no. 2, pp. 453–67.
160. Kwakye, M.O, Mengistie, B, Ofosu-Anim, J, Nuer, ATK, Van den Brink, P. J. (2019). Pesticide registration, distribution and use practices in Ghana. *Environment, Development and Sustainability*. 21(6):2667–91.
161. Lee, W. L., Hales, S. D. (2022). *This is Environmental Ethics: An Introduction*, Wiley-Blackwell.
162. Lekei, E.E., Ngowi, A.V., London. L. (2014). Pesticide retailers' knowledge and handling practices in selected towns of Tanzania. *Environmental health: a global access science source*. 13(1):79. <https://doi.org/10.1186/1476-069X-13-79>, accesat la 06.02.2023.
163. León, G., Gutiérrez, H.L.B., Farrero, J.M.C. (2017). Evaluation of the Perception and Application of Social Responsibility Practices in Micro, Small and Medium Companies in Barranquilla. An Analysis from the Theory of Stakeholders. *Estudios Gerenciales* 33, no. 144, pp. 261–70.
164. Leone, L. (2020). Farm animal welfare under scrutiny: issues unsolved by the EU legislator. *European journal of legal studies*, Vol. 12, No. 1, pp. 47-84 12, 47.
165. Lerro, M., Raimondo, M., Stanco, M., Nazzaro, C., Marotta, G. (2019). Cause Related Marketing among Millennial Consumers: The Role of Trust and Loyalty in the Food Industry. *Sustainability*, 11, 535.
166. Lever, J., Evans, A. (2017). Corporate social responsibility and farm animal welfare: Towards sustainable development in the food industry? In S. O. Idowu S. Vertigans (Eds.). *Stages of corporate social responsibility: From ideas to impacts* (pp. 205–222). Cham: Springer.p.218.
167. Levi, R., Singhvi, S. Zheng, Y. (2020). Economically motivated adulteration in farming supply chains. *Management Science*, 66(1): 209–26.
168. Levine, J. (2019). *Great Mondays: How to Design a Company Culture Employees Love*, 1st ed. McGraw-Hill Education.
169. Locke, J, (1690). *Two Treatises on Government*, London: Cambridge University Press.
170. Lusk, J. L. (2018). Consumer preferences for and beliefs about slow growth

chicken. *Poultry Science*, 97(12). 4159–4166.

171. Maestre, M., Campbell, L., Etienne, J. (2022). *Study on animal welfare labelling: final report*, CE, Directorate-General for Health and Food Safety, disponibil la <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/72f9da40-b0a2-11ec-83e1-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>, accesat la 20.01.2023.
172. Manel, P. F., Gallizo, J. L. (2021). The Survival of Family Farms: Socioemotional Wealth (SEW) and Factors Affecting Intention to Continue the Business. *Agriculture* 11: 520.
173. Manning, L. (2013). Corporate and consumer social responsibility in the food supply chain. *British Food Journal*, 115, 9–29.
174. Mantzaris, K., (2020). *Business Ethics and Rational Corporate Policies*, Business Expert Press.
175. Mariscotti, E. E., (2020). *Corporate Risks and Leadership*, Productivity Press.
176. Marotta, G., Nazzaro, C. (2012). Responsabilità Sociale e Creazione di Valore Nell’impresa Agroalimentare: Nuove Frontiere di Ricerca, *Agriregionieuropa*, 29, <https://agriregionieuropa.univpm.it/en/content/article/31/29/modelli-di-responsabilità-sociale-nellimpresa-agricola-multifunzionale>. Accesat 22.10.2022.
177. Maroušek, J., Stehel, V., Vochozka, M., Kolář, L., Maroušková, A., Strunecký, O., Peterka, J., Kopecký, M., Shreedhar, S. (2019). Ferrous sludge from water clarification: Changes in waste management practices advisable. *Journal of Cleaner Production*, 218, 459–464.
178. Marshall, B. M., Levy, S. B. (2011). Food animals and antimicrobials: impacts on human health. *Clinical microbiology reviews*, 24(4). 718-733.
179. Maru, A., Berne, D., De Beer, J., Ballantyne, P., Pesce, V., Kalyesubula, S., Fourie, N., Addison, C., Collett, A. Chaves, P (2018). Digital and Data-Driven Agriculture: Harnessing the Power of Data for Smallholder Farmers. GFAR, GODAN, CTA. <https://f1000research.com/documents/7-525>, accesat 05.02.2023.
180. Matthews, A. (2018). The EU's Common Agricultural Policy after 2020: directions for change and potential trade and market effects, International Center for Trade and Sustainable Development (ICTSD). Geneva, disponibil la [http://web.uvic.ca/~kooten/Agriculture/EUPolicyMatthews\(2018\).pdf](http://web.uvic.ca/~kooten/Agriculture/EUPolicyMatthews(2018).pdf), Accesat la 20.10.2022.
181. Mazucatto, M. (2020). The Covid-19 crisis is a chance to do capitalism differently. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/18/the-covid-19-crisis-is-a-chance-to-do-capitalism-differently>, accesat 24 iunie 2022.
182. McElwee, G., Annibal, I. (2010). Business support for farmers: An evaluation of the Farm Cornwall project, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(3):475-491, p.488.
183. Meijboom, F.L.B. (2008). *Problems of trust: A question of trust worthiness: An ethical inquiry of trust and trustworthiness in the context of the agricultural and food sector*. Utrecht University.
184. Meijboom, F.L.B. (2015). Farming ethics in practice: from freedom to professional moral autonomy for farmers. *Agriculture and Human Values* 33(2):

[https://www.researchgate.net/publication/280932098_Farming_ethics_in_practice_from_freedo
m_to_professional_moral_autonomy_for_farmers](https://www.researchgate.net/publication/280932098_Farming_ethics_in_practice_from_freedo_m_to_professional_moral_autonomy_for_farmers). Accesat 04.03.2023.

185. Metzger, M., Dalton, D. R Hill, J.W, (1993). The Organization of Ethics and the Ethics of Organizations: The Case for Expanded Organizational Ethics Audits, *Business Ethics Quarterly* 3(1). 27–43.
186. Miele, M., Lever, J. (2014). Improving animal welfare in Europe: Cases of comparative bio-sustainabilities. In T. Marsden, A. Morely (Eds.). *Sustainable food systems: Building a new paradigm*. London: Earthscan.
187. Mirani, Z.D., Bukhari, S.S., Narejo, M.A., (2007). Assessment of the impact of farm advisory services in Sanghar and Mirpurkhas districts of Sindh province of Pakistan, *Journal of Agricultural Research*. 23 (1). 39–46.
188. Mitiku, F., de May, Y., Nyssen, J. Maertens, M. (2017). Do private sustainability standards contribute to income growth and poverty alleviation? A comparison of different coffee certification schemes in Ethiopia. *Sustainability* 9: 246.
189. Mostafalou, S. Abdollahi, M. (2017). Pesticides: an update of human exposure and toxicity. *Pub Med,Archives of Toxicology* 91(2): 549–99. p. 549.
190. Mul, M. F., Vermeij, I., Hindle, V. A., Spoolder, H. A. M. (2010). EU - Welfare legislation on pigs (No. 273). *Wageningen UR Livestock Research*.
191. Nadvi, K. (2008). Global standards, global governance and the organization of global value chains. *Journal of Economic Geography*, 8: 323–43.
192. Nadvi, K., Wältring, F. (2002). INEF Report, 58, Duisburg: Institut für Entwicklung und Frieden. *Making_Sense_of_Global_Standards/citations*, https://www.researchgate.net/publication/266404689_Report_Nr_58_- Accesat 27.06.2022.
193. Nash, L. (1990). *Good intentions aside: A manager's guide to resolving ethical problems*. Boston: Harvard Business School Press, 5.
194. Nassos, P. G.Avlonas, N., (2020). *Practical Sustainability Strategies*, 2nd Edition, Wiley.
195. OECD (2020). Agriculture and the environment, OECD Publishing, Paris, www.oecd.org/agriculture/topics/ agriculture-and-the-environment/, accesat 26.09.2022.
196. OECD (2022). Responsible Business Conduct in the Agriculture Sector in Latin America and the Caribbean, OECD Publishing, Paris. disponibil la <https://mneguidelines.oecd.org/responsible-business-conduct-in-the-agriculture-sector-in-latin-america-and-the-caribbean%20.pdf>, Accesat la 04.02.2023.
197. OECD, (2021). *Lobbying in the 21st Century Transparency, Integrity and Access, Making Better Policies for Food Systems*, disponibil la <https://doi.org/10.1787/c6d8eff8-en>, accesat la 20.11.2022.
198. OECD/FAO (2020). Change in agricultural land use, 2017-19 to 2029, in *OECD-FAO Agricultural Outlook 2020-2029*, OECD Publishing, Paris/Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, disponibil la <https://dx.doi.org/10.1787/1112c23b-en>. Accesat 14.10.2022.

199. OECD/FAO, (2016). *OECD-FAO Guidance for Responsible Agricultural Supply Chains*, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264251052-en>.
200. OECD/FAO, (2019). *OECD-FAO Agricultural Outlook 2019-2028*, OECD Publishing, Paris, https://dx.doi.org/10.1787/agr_outlook-2019-en. Accesat 20.10.2022.
201. Ohl, F., Van der Staay, F.J. (2012). Animal welfare: At the interface between science and society. *The Veterinary Journal*, 192(1). 13-19.
202. Oliver, C. (1996). The institutional embeddedness of economic activity, *Advances in Strategic Management*, 13, pp. 163-18.
203. Ouma, S. (2010). Global standards, local realities: private agrifood governance and the restructuring of the horticulture industry. *Economic Geography*, 86(2): 197–222.
204. Palazzo, G., Scherer, A.G. (2006). Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework, in: *Journal of Business Ethics*, 66, pp. 71-88.
205. Papke, E. (2013). True Alignment: Linking Company Culture with Customer Needs for Extraordinary Results. Nashville: *American Management Association*.
206. Peñalver, A. J. B., Conesa, J. A. B., Nieto, C. (2018). Analysis of corporate social responsibility in Spanish agribusiness and its influence on innovation and performance. *Business Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25, 182–193.
207. Petrie, M. (2002). *Institutions, Social Norms and Well-Being*. Working paper 02/12. Wellington: The Treasury. www.treasury.govt.nz/publications/research-policy/wp/2002/02-12.
208. Piorr, A. Ravetz, J. Tosics, I. (2011). *Peri - Urbanisation in Europe: Towards European Policies to Sustain Urban-Rural Futures; Forest Landscape*, University of Copenhagen: Copenhagen, Denmark.
209. Ponzi, L., Fombrun, C. J., Gardberg, N. A. (2011). RepTrakTM Pulse: Conceptualizing and Validating a Short-Form Measure of Corporate Reputation, *Corporate Reputation Review*, Vol. 14 (1): 15-35.
210. Poore, J., Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392). 987–992.
211. Popescu, A. (2018). Maize and Wheat - Top agricultural products produce, exported and imported by Romania, Scientific Papers Series Management, *Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.18(3):339 352.
212. Popescu, A. (2018). Romania's sunflower seeds production, export and import-Analysis of the 2007-2017 period and forecast for 2018-2022 horizon, *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.18(4):261-270.
213. Popescu, A., (2016). Considerations on Beef Production, Consumption and Trade Balance in Romania (2007-2015). *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.16(4):267–277.
214. Popescu, A., (2020). Contribution of Agriculture to Romania's Gross Domestic Product, *Proceedings of 36th IBIMA International Conference on Vision 2025: Education*

Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic, Competitive Advantage, Nov. 4-5, 2020, Granada, Spain, pp.2207-2220.

215. Popescu, A., Tindeche, C, Mărcuță, A., Mărcuță, L., Hontuș, (2021). Pesticides - A Problem In Romania's Agriculture? A *Scientific Papers Series, Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol. 21, Issue 4.
216. Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, pp. 78-92.
217. Pucci, T., Casprini, E., Galati, A., Zanni, L. (2020). The virtuous cycle of stakeholder engagement in developing a sustainability culture: Salcheto winery. *Journal of Business Research*, 119, 364-376.
218. Rabatsky, B., Krause, M., (2017). *Private Sector Provision of Rural Advisory Services*. Global Forum for Rural Advisory Services, Lindau, Switzerland. <https://www.gfras.org/es/good-practice-notes/29-private-sector-provision-of-rural-advisory-services.html>, accesat 20.06.2022.
219. Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
220. Raynolds, L. T. (2000). Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements. *Agriculture and Human Values*, 17(3). 297–309
221. Reputation Institute (2021). *Global RepTrak 100*. The RepTrak Company. disponibil pe <https://ri.reptrak.com/2021-globalreptrak-100-reputation-download-report/download-now>, accesat la 23.11.2022.
222. Rippe, K. P., Willemsen, A. (2007). Survey of the current discussion, its specialties and the perspectives of agricultural ethics in the national context of Switzerland, *EurSafe News*. <http://www.eursafe.org/pdf/jun2007.pdf>, accesat 03.06.2022.
223. Roblyer, M.I.Z., Grzywacz, J.G., Suerken, C.K, Trejo, G., Ip, E. H., Arcury, T. A., Quandt, S. A. (2016). Interpersonal and social correlates of depressive symptoms among Latinas in farmworker families living in North Carolina. *Women Health*, 56: 177–193.
224. Rojek - Podgórska, B. (2016). EU animal welfare strategy, 2012-2015, State of play and possible next steps, EPRS briefing, No. PE 589.831, *European Parliamentary Research Service*, 1-8, disponibil la [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2016\)589831](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2016)589831), accesat la 23.04.2022.
225. Röös, E., Ekelund, L., Tjärnemo, H. (2014). Communicating the environmental impact of meat production: Challenges in the development of a Swedish meat guide. *Journal of Cleaner Production*, 73, 154–164
226. Rother, H. A. (2018). Pesticide labels: protecting liability or health? unpacking “misuse” of pesticides. *Current Opinion in Environmental Science Health*; 4:10–5.<https://doi.org/10.1016/j.coesh.2018.02.004>. accesat 23.11.2022.
227. Rotz, S. Fraser, E.D.G. (2015). Resilience and the industrial food system: analyzing the impacts of agricultural industrialization on food system vulnerability. *Journal of Environmental Studies and Sciences* 5(3): 459–73.

228. Rowan, J. (2000). The moral foundation of employee rights. *Journal of Business Ethics*, 24, 355–361.
229. Rueda, X., Garrett, R. D., Lambin, E. F. (2017). Corporate investments in supply chain sustainability: Selecting instruments in the agri-food industry. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2480–2492.
230. Rutsaert, P., Donovan, J. (2020). Sticking with the old seed: input value chains and the challenges to deliver genetic gains to smallholder maize farmers. Sage Journals, *Outlook Agriculture*, 49(1):39–49.
231. Satoła, L., Wojewodzic, T., Sroka, W. (2018). Barriers to exit encountered by small farms in light of the theory of new institutional economics. *Agricultural Economics*, 64, 277–290.
232. Schader, C., Grenz, J., Meier, M. S., Stolze, M. (2014). Scope and precision of sustainability assessment approaches to food systems. *Ecology and Society*, 19(3).
233. Schein E. H., Schein P. A., (2017). *Organizational Culture and Leadership*, 5th Edition, Wiley.
234. Schoon, B., Grotenhuis, R. (2000). Values of farmers, sustainability and agricultural policy. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 12(1): 17–27
235. Scocco, P., Piermarteri, K. Malfatti, A. Tardella, F.M Catorci, A. (2016). Increasing drought stress negatively affects the sustainability of extensive sheep farming in sub-Mediterranean climates, *Journal of Arid Environments*, 128 (2016). p. 50 – 58.
236. Scott, S., Craig, G., Geddes, A. (2012). *Experiences of forced labour in the UK food industry*. Joseph Rowntree Foundation, York.
237. Sidgwick, H., (1962). *Methods of Ethics*, 7th ed., Chicago, IL: Chicago University Press, p. 2.
238. Simonin, D., Gavinelli, A. (2019). The European Union legislation on animal welfare: state of play, enforcement and future activities. *Animal Welfare: From Science to Law*, 59-70.
239. Smętkowski, M. (2014). The Metropolisation Process on Different Territorial Scales: Focus on Capital City Regions in Central and Eastern European Countries; GRINCOH Working Paper Series, Paper No. 6.06. http://www.grincoh.eu/media/serie_6_spaces_territories_and_regions/grincoh_wp6.06_smetkowski.pdf, accesat 13.09.2022.
240. Smith, A. (1999). Bogăția Națiunilor IV–V, Londra, Marea Britanie: Penguin, 1999. p. 45.
241. Solomon R. C., (1992). *Ethics and Excellence: Cooperation and Integrity in Business*, New York: Oxford University Press.
242. Spellberg, B., Hansen, G.R., Kar, A., Cordova, C.D., Price, L.B., Johnson, J.R. (2016). Antibiotic resistance in humans and animals. NAM Perspectives.
243. Sroka, W., Pölling, B., Mergenthaler, M. (2019). City adjustments as the main factor of success of urban and peri-urban farms-empirical evidence from the Ruhr metropolis. NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences, Volume 89.

244. Stevens, T. M., Aarts, N., Termeer, C. J. A. M., Dewulf, A. (2018). Social media hypes about agro-food issues: Activism, scandals and conflicts. *Food Policy*, 79, 23–34.
245. Stone, C. D. (1975). *Where the law ends*. New York: Harper Row.
246. Surbhi, S. (2018). *Difference Between Morals and Ethics* <https://keydifferences.com/difference-between-morals-and-ethics.html> accesat 28.12.2022.
247. The Internet Encyclopedia of Philosophy. <https://iep.utm.edu/virtue/#:~:text=Virtue%20ethics%20is%20a%20broadto%20bring%20about%20good%20consequences>.
248. Treviño, L. K. Brown, M. Pincus-Hartman, L. (2003). A Qualitative Investigation of Perceived Executive Ethical Leadership: Perceptions from Inside and Outside the Executive Suite, *Human Relations* 56, no. 1: 5–37.
249. Trevino, L. K., Nelson, K. A. (2013). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right*, 6th Edition, Wiley.
250. Treviño, L. K., Weaver G. R., Gibson, D. G., Toffler, B. L., (1999). Managing Ethics and Legal Compliance: What Works and What Hurts, *California Management Review*, 41, no. 2 (1999): 131–51.
251. Tyson Foods. Commitments for continuous improvement in the workplace. <http://www.tysonfoods.com/responsible-food/workplace-commitment>. accesat 26.07.2022.
252. U.S. Department of Commerce (2017). Economics and Statistics Administration. Taking the high road: new data shows higher wages may increase productivity, among other benefits. <http://esa.doc.gov/sites/default/files/taking-the-high-road-new-data-show-higher-wages-may-increase-productivity-among-other-benefits.pdf>. Accesat 25.02.2023.
253. United Nations, (1948). Universal Declaration on Human Rights, <http://www.un.org/Overview/rights.html>
254. USAID, (2019). Strengthening private sector extension and advisory services – portfolio review. In: Developing Local Extension Capacity Project. Washington D.C. https://www.agrilinks.org/sites/default/files/dlec_strengthening_private_sector_extension_and_advisory_services_full_report.pdf, accesat 05.06.2022.
255. USDA, (2020). Challenging Prospects for Romania's Poultry Industry, disponibila www.fas.usda.gov/data/romania-challenging-prospects-romanias-poultry-industry, accesat 23.01.2023.
256. van Assche, K. A. M., Hornidge, A. K. (2015). *Rural development: Knowledge and expertise in governance*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
257. Van Mill, D. (1996). The possibility of rational outcomes from democratic discourse and procedures. *Journal of Politics*, 58(3):734–752.
258. van Ruth, S., M., Huisman, W., Luning, P.A., (2017). Food fraud vulnerability and its key factors. *Trends in Food Science and Technology* 67, 70- 75.
259. van Veldhuizen, L., Rappoldt, A., Bitzer, V., Mur, R. (2018). Understanding Agribusiness-based Advisory Services: Findings of a Learning Trajectory. KIT Royal Tropical

Institute; Amsterdam, The Netherlands. <https://www.kit.nl/wp-content/uploads/2018/11/ABAS-synthesis-report-final.pdf>. accesat 05.12.2022.

260. van Zanten, H. H. E., Herrero, M., van Hal, O., Röös, E., Muller, A., Garnett, T., Gerber, P. J. Schader, C., De Boer, I. J. M., (2018). Defining a land boundary for sustainable livestock consumption. *Global Change Biology*, 24(9). 4185–4194.
261. Veissier, I., Butterworth, A., Bock, B., Roe, E. (2008). European approaches to ensure good animal welfare. *Applied Animal Behavior Science*, 113(4). 279-297.
262. Velasquez, M. G. (2014). *Business ethics: Concepts and cases*, Pearson Education Limited
263. Velasquez, M. G., Andre, C., Shanks, T., S. J., Meyer, M. J. (2014). *The common good*. Markkula Center, Santa Clara University. <http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/commongood.html>.
264. Verčič, A.T., Čorić, D.S. (2018). The Relationship Between Reputation, Employer Branding and Corporate Social Responsibility. *Public Relations Review*, 44, no. 4, pp. 444-52.
265. Vroegindeweij, R., Hodbod, J., (2018). Resilience of Agricultural Value Chains in Developing Countries Contexts: A Framework and Assessment Approach, *Sustainability*, 10 (4).
266. Walker, K., (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory, *Corporate Reputation Review*, vol. 12 (4): 370.
267. Walsh, G., Beatty, S E., (2007). Customer-Based Corporate Reputation of a Service Firm: Scale Development and Validation, *Journal of the Academy Science*, Vol. 35: 129.
268. Wartick, S., (2002). Measuring Corporate Reputation: Definition and Data, *Business Society*, Vol. 41 (4):371-393.
269. Weiss, J. W., (2021). *Business Ethics*, Seventh Edition, 7th Edition, Berrett-Koehler Publishers.
270. Wiese, A., Toporowski, W. (2013). CSR failures in food supply chains—An agency perspective. *British Food Journal.*, 115, 92–107.
271. William, H. S, (2002). *Business Ethics*, 4th ed., Singapore: Thomson/Wadsworth, p. 33.
272. Wiskerke, J. S. C. (2009). On places lost and places regained: Reflections on the alternative food geography and sustainable regional development. *International Planning Studies*, 14(4). 369–387.
273. Witjes, S., Vermeulen, W.J.V., Cramer, J.M. (2017). Exploring Corporate Sustainability Integration into Business Activities. Experiences from 18 Small and Medium Sized Enterprises in the Netherlands.,*Journal of Cleaner Production* 153, pp. 528–38.
274. Woermann, M. (2013). *On the (im)possibility of business ethics: Critical complexity, deconstruction, and implications for understanding the ethics of business*. New York: Springer.
275. Wojcik, J. (1989). *The Arguments of Agriculture*. Purdue University Press, West

Lafayette, Indiana.

276. Worldometer, (2021). Pesticides use by country, <https://www.worldometers.info/foodagriculture/pesticides-by country/>, Accesat la 01.10. 2022.
277. Zagata, L., Sutherland, L. A. (2015). Deconstructing the 'young farmer problem in Europe': towards a research agenda, *Journal of Rural Studies*, 38 pp. 39 – 51.
278. Zampati, F. (2023). Ethical and Legal Considerations in Smart Farming: A Farmer's Perspective. In: Williamson, H.F., Leonelli, S. (eds) *Towards Responsible Plant Data Linkage: Data Challenges for Agricultural Research and Development*. Springer, Cham.
279. Zimmerli, D. (2015). Something old, something new: relying on the traditional agricultural cooperative to help farmers solve the power imbalance in modern meatpacker production contracts. *Agricultural Law Review* 24: 59–92.
280. Zraková, D., Demjanovičová, M., Kubina, M. (2019). Online reputation in the transport and logistics field. *ScienceDirect, Transportation Research Procedia*, 40:1231–1237.

PHD THESIS SUMMARY

**"THE ROLE OF ETHICAL MANAGEMENT
INCREASING THE COMPETITIVENESS AND REPUTATION
OF COMPANIES IN THE AGRICULTURAL SECTOR"**

**DOCTORAL COORDINATOR
Prof. univ. dr. Delia Mioara POPESCU**

**PHD STUDENT
Nicoleta Mihaela DUȚA (GHITĂ)**

**Targoviste
2023**

KEYWORDS: *ethical management, agricultural stakeholder ethics, business ethics*

CONTENT

The importance, context and opportunity of the research topic	48
The content of the doctoral thesis	51
Research methodology	54
Research objectives	55
Formulation of research hypotheses	56
Verification of research hypotheses	57
The SWOT analysis	62
Final conclusions	63
Theoretical contributions with a synthesis character	68
Experimental contributions	68
Contributions to the development of scientific research	69
Limits of research	69
Future research directions	69
Bibliography	70

The importance, context and opportunity of the research topic

Both at the organizational and individual level, people are embedded and interact in various contexts, increasingly marked by ethical controversies. This system of interactions generates effects and pressures that reverberate on managers, who generally act based on their beliefs, values and strategies, financially motivated.

Business ethics is a multidimensional field that most people understand instinctively. It is difficult to define precisely because ethics reflects the norms and developments of a historical period. Ethical behavior can be affected by the pressure of destabilizing environments, unless an individual's moral attitude is strong enough to avoid this.

Ethical business management in the agricultural sector requires that company managers consider the moral dimension of their decisions, taking into account the interests of all parties involved or affected by their company's activity. The various business situations in the agricultural sector sometimes involve real ethical dilemmas, these being related to making difficult choices or generated by conflicting interests. The managers of these firms must have a clear perspective on their own motivations and actions, distinguishing them from those of others. This insight can be useful to guide your decision-making process.

The ethical problems of firms operating in the agricultural sector are largely due to the fact that agriculture uses practices that involve both social, ecological and economic systems. The most important ethical challenges for the agricultural sector in Romania are related to the increasingly rapid intensification of the effects of the climate crisis, a large part of which was caused by agriculture. The uncertainty of future harvests due to climate change, the lack of labor, the aging and migration of the rural population, are issues that can affect ethical attitudes in agricultural business. Similar to other economic segments, the COVID-19 pandemic has negatively affected the agricultural sector in Romania. Widespread closures of restaurants and caterers, as well as other restrictions to mitigate COVID-19, have negatively affected the entire agri-food sector. In addition to COVID-19, increased competition from imports also contributed to this decline. Despite its importance in the production of agricultural commodities, Romania is a net importer of food, especially for value-added products.

More and more agricultural producers face the pressure of increasing production costs, the need to adopt new technologies or organizational structures, simultaneously with a decrease in income. All these pressures can lead to an exacerbation of the desire to no longer conform to

the rules, to unethical behaviors and attitudes.

Agricultural producers in Romania, as members of a social group, share with the other members of their group a series of attitudes and behaviors. Personal values and norms guide them in the interpretation of situations and events, in evaluating a form of interaction as relevant or irrelevant, provide them with models for solving or avoiding certain problems, but these may differ according to tasks, spaces or social roles . Many personal, social, political, economic, and moral factors determine perceived reality, and perception can change based on individual experiences.

Romanian farmers must therefore adopt an ethical behavior, be aware that the development of a sustainable agriculture involves both increasing production and environmental protection, high quality products and food safety.

A multitude of factors underlie the ethical dilemmas that affect business and individual decisions today, in any profession, organization, and at the level of each individual's daily activities. These decisions are not only business critical , but also very important in terms of creating or sustaining the right balance within the firm and between the firm and the surrounding society in which it operates. On the other hand everyone needs ethics, not to decide who is good or bad, but to build a social infrastructure that is vital for progress. Simplistic platitudes cannot achieve this and guide us through the complexities of today's world. Ethical management is based on principles and guidelines that help managers make informed and correct choices so that they can balance the economic interests with the social responsibilities of the companies they lead.

The PhD thesis provides a mapping of the parties involved in business relationships in the agricultural sector, identifying how the moral responsibilities of each party can be addressed. It can guide managers who want to understand their own ethical behavior and the behavior of others in the organization, provide practical guidance for acting in an ethical direction.

Given the importance of agriculture and its distinctive context, it was useful to examine in more detail the various facets, dimensions and ethical attitudes characteristic of firms in this sector . There is very little research devoted to the ethics of stakeholders in the agricultural sector from a managerial perspective, so the research undertaken through the PhD thesis comes to cover an insufficiently addressed area. Analyzing the unique aspects of agriculture reveals how the agricultural sector affects ethical behavior among participants, creates power imbalances and

differences in dependence between participants.

Considering the general ethical framework and the context of the increasingly acute constraints faced by agricultural producers in Romania, **the research carried out through the doctoral thesis aimed to highlight the way in which the ethical attitudes of the various interested parties influence motivation, reputation and competitiveness companieswhich carries out production activities in the agricultural sector in Romania.**

Chapter 1 of the doctoral thesis, entitled Ethical Management in Business, Motivations and Consequences, conceptualizes the rationale of ethics, describes the fundamental principles and normative theories of business ethics. At the same time, the importance of ethical management in business, of the company's social responsibility, the connection between ethical management and the company's reputation, the influence of ethical management on the company's competitiveness is brought to attention . The chapter presents the dimensions and levels of analysis of ethical management in business, the political level, the social level, the level of economic sectors, the organization level and the individual level.

Chapter 2 of the PhD thesis, entitled Ethical Stakeholder Management in the Agricultural Sector, presents the specificity and context of ethics in the agricultural sector, discussing the ethics of the natural environment, the ethics of agricultural practices, political and social implications, controversies related to the application of science and technology, and issues of change intergenerational in agriculture.

In order to highlight the ethical attitude of stakeholders in the agri-food chain as well as a series of ethical controversies in the trade of agricultural products, the aspects describing the ethical attitude of suppliers of agricultural inputs, the ethical attitude of agricultural producers, the ethics of product processing/distribution were differentiated agricultural and the ethics of agricultural workers, but also some ethical implications of the EU's common agricultural policy. On the other hand, it was highlighted how ethical management and social responsibility of companies in the agricultural sector can contribute to increasing the competitiveness and reputation of companies in the agricultural sector.

Chapter 3 of the doctoral thesis includes the empirical research of the impact of ethical attitudes on the motivation, reputation and competitiveness of firms in the agricultural sector.

Chapter 4 of the PhD thesis is called Improving Ethical Management in Stakeholder Relations of Companies in the Agricultural Sector, it brings into focus the importance of

mapping and prioritizing stakeholder relations.

The chapter proposes an ethics evaluation system in relations with the company's stakeholders, by carrying out an analysis of the external and internal ethical environment, identifying, evaluating and quantifying the risks related to ethical conduct.

Finally, a plan of measures to improve ethical management at the company level is formulated, with the guidelines for the management of ethical conduct in relations with the company's stakeholders outlined. The importance of the purpose, mission and ethical values of the company, the integration of a code of ethical conduct, the communication of the code of conduct to the interested parties and ensuring compliance, some systems for communicating ethical behaviors, as well as some training programs for ethical attitudes

The doctoral thesis is the result of an intense effort to contribute to the disclosure of the multi-layered field of business ethics, providing the opportunity to develop moral attitudes and entities in business. The analysis of ethical dimensions and relationships, of the attitudes of different stakeholders of companies in any sector of activity, represents a continuous challenge for every manager and practitioner in business ethics, for researchers but also for those who want to enter the business world.

The content of the doctoral thesis

List of abbreviations/ 4

List of figures/ 5

List of tables/ 8

INTRODUCTION/ 9

CHAPTER 1. ETHICAL MANAGEMENT IN BUSINESS, MOTIVATIONS AND CONSEQUENCES/ 13

1.1. Ethics - reason, concept and fundamental principles/ 13

1.2. Normative theories of business ethics/ 21

 1.2.1. Social contract theory/ 22

 1.2.2. Shareholder theory/ 24

 1.2.3. Stakeholder theory/ 25

1.3. Ethical management of stakeholders/ 29

 1.3.1. The importance of ethical management in business/ 30

 1.3.1.1. Social responsibility of the company/ 30

- 1.3.1.2. The link between ethical management and the company's reputation/ 34
- 1.3.1.3. The influence of ethical management on the company's competitiveness/ 37
- 1.3.2. Dimensions and levels of analysis of ethical management in business/ 39
 - 1.3.2.1. The political level/ 42
 - 1.3.2.2. Social level/ 43
 - 1.3.2.3. The level of economic sectors/ 45
 - 1.3.2.4. Organization level/ 46
 - 1.3.2.5. Individual level/ 47

CHAPTER 2. ETHICAL MANAGEMENT OF STAKEHOLDERS IN THE AGRICULTURAL SECTOR/ 52

- 2.1. Ethics in the agricultural sector: specificity and context/ 52
 - 2.1.1. Ethics of the natural environment/ 54
 - 2.1.2. Ethics of agricultural practices/ 56
 - 2.1.3. Political and social implications/ 57
 - 2.1.4. Controversies related to the application of science and technology/ 61
 - 2.1.5. The problems of intergenerational change/ 64
- 2.2. The ethical attitude of stakeholders in the agri-food chain/ 66
 - 2.2.1. Ethical controversies in the trade of agricultural products/ 66
 - 2.2.2. The ethical attitude of suppliers of agricultural inputs/ 71
 - 2.2.3. The ethical attitude of agricultural producers/ 73
 - 2.2.4. Ethics of the processing/distribution of agricultural products/ 77
 - 2.2.5. Ethics of agricultural workers/ 79
- 2.3. Social responsibility of companies in the agricultural sector/ 82
- 2.4. Competitiveness and reputation of companies in the agricultural sector/ 87
- 2.5. Ethical implications of the EU's Common Agricultural Policy/ 90

CHAPTER 3. EMPIRICAL RESEARCH OF THE IMPACT OF ETHICAL ATTITUDES ON THE REPUTATION AND COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN THE AGRICULTURAL SECTOR/ 95

- 3.1. Contextualization of the research theme/ 95
- 3.2. Research methodology/ 99
 - 3.2.1. Research objectives/ 99

- 3.2.2. Formulation of research hypotheses/ 100
- 3.2.3. Quiz setup/ 101
- 3.2.4. Method of collecting information/ 107
- 3.3. Quantitative analysis of research data/ 107
 - 3.3.1. Identification data of the respondents/ 107
 - 3.3.2. Ethics at the political, social and sectoral level/ 112
 - 3.3.3. Social responsibility/ 115
 - 3.3.4. Ethics at the organizational level/ 120
 - 3.3.5. Evaluation of the company's reputation/ 132
 - 3.3.6. Evaluation of the company's competitiveness/ 135
 - 3.3.7. Ethical motivation of the manager/ 137
 - 3.3.8. Analysis of index variables/ 140
- 3.4. Verification of research hypotheses/ 152
- 3.5. SWOT analysis/ 179

**CHAPTER 4. IMPROVING THE ETHICAL MANAGEMENT OF STAKEHOLDER
RELATIONS OF COMPANIES IN THE AGRICULTURAL SECTOR/ 182**

- 4.1. The importance of mapping the company's stakeholders/ 182
- 4.2. Prioritization of relations with interested parties/ 184
- 4.3. System for evaluating and quantifying risks related to ethical conduct/ 185
- 4.4. Plan of measures to improve ethical management at the company level/ 191
 - 4.4.1. Guidelines for the management of ethical conduct in relations with the company's stakeholders i/ 191
 - 4.4.2. Defining the purpose, mission and ethical values of the company/ 195
 - 4.4.3. Integration of a code of ethical conduct/ 196
 - 4.4.4. Communication of the code of conduct to interested parties and ensuring compliance/ 198
 - 4.4.5. Ethical behavior communication systems/ 199
 - 4.4.6. Ethical attitude training programs/ 201
- Final conclusions/ 203
- Personal contributions/ 208
- Research limits/ 209

Future directions of research/ 209

Bibliography/ 210

Annexes/ 227

Research methodology

The research methodology involved the use of a set of strategies, techniques and hypotheses, aimed at highlighting attitudes, behaviors, social and economic processes, by exploring numerical patterns. The quantitative research undertaken was based on data collection, some of the data being intrinsically quantitative, while others had an imposed numerical structure.

The exploratory research carried out through the doctoral thesis was carried out online, by sending a questionnaire to companies in the agricultural sector. As a result of sending the questionnaire, a large database was generated , the creation of index variables being useful, these representing variables composed of several items of the questionnaire, as composite measures summarizing the answers to several questions or statements. The composite measures aggregate the research participants' point of view, on their own beliefs, attitudes or experiences, regarding the ethical dimensions analyzed by means of the questionnaire. By accumulating the scores of several individual items, index variables were created as a way of measuring the following dimensions: ethical attitudes at the political level, ethical attitudes at the social level, ethical attitudes at the level of the agricultural sector, the company's social responsibility attitude , the internal ethical environment of the company, the ethical attitude of the company's employees, the ethical attitude of the company's administrator/manager, the manager's motivation, the ethical attitude in relations with the company's customers, the company's reputation, the company's competitiveness. The index variables used in the study had adequate reliability, the intercorrelations showed positive relationships, the variables being later used in the inferential analysis.

In order to fulfill the general objective of the research, that of analyzing the impact of ethical attitudes at the political, social, sectoral and organizational level, on the motivation, reputation and competitiveness of companies in the agricultural sector in Romania, the existing associations between these dimensions were verified . To collect the data necessary for the research, the use of the questionnaire was chosen, a method that allows obtaining information in a standardized manner. The deepening of the theoretical and research base of business ethics,

offered the possibility of making a selection of the key methodological fields and guided the process of developing the questionnaire. The questionnaire was structured in such a way that it could identify the cognition, attitudes, intentions or behaviors of the respondents, regarding the different aspects that can influence business ethics. The first step was to identify the levels of ethics analysis and the culturally relevant characteristics of the studied variables. These aspects were later operationalized through the specific research questions, aiming to be acceptable to the target group. The basis of the development of the questionnaire was an a priori factorial structuring, the generation of items in accordance with the key concepts pursued and which could later allow statistical inference.

Research objectives

Evaluating business competitiveness as a result of ethical management is particularly timely in the current business environment in Romania. Ethical attitude in business is an important element for managers and should not be considered as a constraint of profit maximization. Instead, the reputation earned for following ethical business practices can be used as a tool of competitive advantage for each firm. Ethical attitudes have a significant impact on the performance of a business and also influence its competitiveness. A major responsibility of ethical management is to identify ways to reconcile the firm's strategic issues with its moral responsibility and commitment to its stakeholders.

The research proposes a non-financial perspective, to increase the competitiveness of companies in the agricultural sector in Romania, by making ethical decisions and adopting ethical management strategies in relations with interested parties.

The general objective of the research is to analyze the perceptions of managers of companies in the agricultural sector, regarding ethical attitudes and behavior, as well as their impact on the motivation, reputation and competitiveness of the companies in which they operate. The derived objectives of the research as well as the correlation with the sections of the questionnaire are reproduced by means of **Table 3.1**.

Table 3.1. Derived objectives and correlation with questionnaire sections

Derived objectives		Questionnaire sections/subsections
O.1	Analysis of the influence of ethical attitudes at the political and social level on ethical attitudes at the level of the agricultural sector	S.1.1. Ethical attitudes at the political level S.1.2. Ethical attitudes at the social level S.1.3. Ethical attitudes in the agricultural sector
O.2	Examining how ethics at the organizational and sectoral level in agriculture influence the attitude of social responsibility	S.3. Ethics at the organizational level S.1.3. Ethical attitudes at the level of the agricultural sector S.2.1. The company's social responsibility attitude
O.3	Checking how ethical attitudes at the political level, social level and the agricultural sector influence the ethical attitude at the level of organizations in the agricultural sector	S.1.1. Ethical attitudes at the political level S.1.2. Ethical attitudes at the social level S.1.3. Ethical attitudes at the level of the agricultural sector S.3. Ethics at the organizational level
O.4	Identifying the link between the attitude and ethical motivation of the administrator/manager of the company and the ethical attitude of the employees of companies in the agricultural sector	S.3.2. The ethical attitude of the administrator/manager of the company S.6.1. Manager's motivation S.3.3. The ethical attitude of the company's employees
O.5	Analysis of the relationship between the ethical attitude at the organizational level and the reputation of companies in the agricultural sector	S.3. Ethics at the organizational level S.4.1. Company reputation
O.6	Examining how the competitiveness of firms in the agricultural sector is influenced by the ethical attitude at the organizational level	S.5.1. The competitiveness of the company S.3. Ethics at the organizational level

Source: The author

Formulation of research hypotheses

Research hypotheses are predictive statements about the possible outcome of scientific research based on relationships between variables. Specifying research hypotheses is one of the most important steps in planning quantitative scientific research, and research methodology and research planning design are often determined by stated hypotheses. The identification of the variables of interest for the research, the elaboration of the questionnaire and the formulation of the hypotheses are essential stages for the fulfillment of the main objective of the research. The purpose of formulating research hypotheses is to verify whether the data collected through the questionnaire support certain statements or predictions related to the relationship between the research variables. They were formulated to reflect the theoretical and logical basis of the research problem. In order to fulfill the main objective of the research, 6 research hypotheses were stated. For this reason, the research hypotheses were reproduced in correlation with the

derived objectives of the research, through **Table 3.2**.

Table 3.2. Derived research hypotheses and objectives

i.	Hypotheses	A.	Derived objectives
1	Ethical attitudes at the level of the agricultural sector are positively correlated with ethical attitudes at the social and political level.	1	Analysis of the influence of ethical attitudes at the social and political level on ethical attitudes at the level of the agricultural sector.
2	Social responsibility has a positive correlation with the ethical attitude at the organizational and sectoral level in agriculture.	2	Examining how ethics at the organizational and sectoral level in agriculture influence the attitude of social responsibility.
3	The ethical attitude at the level of organizations in the agricultural sector is positively correlated with the ethical attitudes at the political, social and sectoral level.	3	Checking how ethical attitudes at the political level, social level and the agricultural sector, influence the ethical attitude at the level of organizations in the agricultural sector.
4	The ethical attitude of employees has a positive relationship with the ethical attitude and motivation of the manager.	4	Identifying the link between the attitude and ethical motivation of the administrator/manager of the company and the ethical attitude of employees of companies in the agricultural sector.
5	There is a positive correlation between the reputation of companies in the agricultural sector and the ethical attitude at the organizational level	5	Analysis of the relationship between the ethical attitude at the organizational level and the reputation of companies in the agricultural sector.
6	their ethical attitude , at the organizational level.	6	Examining how the competitiveness of firms in the agricultural sector is influenced by the ethical attitude at the organizational level.

Source: The author

Verification of research hypotheses

The formal testing of the hypotheses represented the most rigorous part of the statistical analysis, through which the existence of the relationship between the studied variables was verified . The constructed index variables were used in the verification of the research hypotheses.

Through the empirical research undertaken , 6 hypotheses were proposed and tested. Using Pearson correlations and simple linear regression analysis it was determined whether the index variables were significantly linearly related. Correlation analysis provided information

about the strength and direction of the linear relationship between variables, while simple linear regression analysis estimated parameters from linear equations to predict the values of one variable based on the other.

Hypothesis 1 Ethical attitudes at the level of the agricultural sector are positively correlated with ethical attitudes at the political and social level

To determine the relationship between the variables **ethical attitudes at the political level and ethical attitudes at the level of the agricultural sector**, the Pearson correlation coefficient was used, which revealed the presence of a statistically significant correlation, of very high intensity, between the two variables ($r=0.815$; $p<0.001$). So a high score regarding ethical attitudes at the political level is accompanied by a higher score regarding ethical attitudes at the level of the agricultural sector.

Between the variables **ethical attitudes at the level of the agricultural sector and ethical attitudes at the social level**, the Pearson correlation coefficient confirms the presence of a statistically significant, positive, high intensity link ($r=0.719$; $p<0.001$) which demonstrates that with the increase in ethical attitudes from the social level, the ethical attitudes at the level of the agricultural sector also increase. These results **confirm Hypothesis 1, so there is a positive correlation between ethical attitudes at the level of the agricultural sector and ethical attitudes at the political and social level**.

Hypothesis 2 Social responsibility has a positive correlation with the ethical attitude at the organizational and sectoral level in agriculture

Between the index variables ethical attitudes in the agricultural sector and social responsibility of the company, the presence of a statistically significant, positive correlation of medium intensity was found ($r=0.687$; $p<0.001$). On the other hand, the correlation between the ethical attitude at the organizational level, described by the variable internal ethical environment of the company and the variable index social responsibility of the company, confirms the presence of a statistically significant, positive link of very high intensity ($r=0.872$; $p<0.001$).

These results confirm Hypothesis 2, so social responsibility has a positive correlation with ethical attitude at the organizational and sectoral level in agriculture.

Hypothesis 3 The ethical attitude at the level of organizations in the agricultural sector is positively correlated with the ethical attitudes at the political, social and sectoral level.

Through the bivariate correlation analysis, based on the Pearson correlation coefficient, it

was observed the presence of a statistically significant correlation between the **ethical attitudes at the political level and the ethical attitude at the organizational level**, described by means of the index variable the internal ethical environment of the company, ($r=0.614$; $p<0.001$). The correlation is positive, i.e. as the ethical attitudes at the political level increase, a better ethical attitude is found at the organizational level, in the company's internal ethical environment. Regarding the **ethical attitudes in the agricultural sector and the ethical attitude at the organizational level**, described by the company's internal ethical environment, a positive, statistically significant correlation was found between them ($r=0.814$; $p<0.001$). Therefore, along with the growth of ethical attitudes in the agricultural sector, the improvement of ethical attitudes at the organizational level is observed.

Regarding the relationship between the ethical attitudes at the social level (the independent variable) and the ethical attitude at the organizational level, described by the internal ethical environment of the company (the dependent variable). The effect size indicator in the case of linear regression was $r^2=0.465$, so we can say that 46.5% of the ethical attitude at the organizational level is determined by the ethical attitudes at the social level, and the **ethical attitudes at the social level positively influence the attitude organizational ethics**.

These results confirm Hypothesis 3, the ethical attitude at the level of organizations in the agricultural sector being positively correlated with the ethical attitudes at the political, social and sectoral level.

Hypothesis 4 The ethical attitude of employees has a positive relationship with the ethical attitude and motivation of the manager

Between the variables **the ethical attitude of the company manager and the ethical attitude of the company's employees**, a statistically significant correlation was found ($r=0.957$; $p<0.001$).

To determine the relationship between **the motivation of the manager and the ethical attitude of the employees**, the Pearson correlation coefficient was used, revealing the presence of a statistically significant, positive correlation of medium intensity between these variables ($r=0.545$; $p<0.001$). We can thus say that an increase in the motivation of the manager is accompanied by an increase in the ethical attitude of the employees.

The results confirm Hypothesis 4, the ethical attitude of employees having a positive relationship with the ethical attitude and motivation of the manager

Hypothesis 5 There is a positive correlation between the reputation of companies in the agricultural sector and the ethical attitude at the organizational level.

Through the regression analysis, **the forecasting of the values regarding the company's reputation** was done based on the values related to the **ethical attitude of the manager and the ethical attitude in customer relations**, which led to the observation that 95.7 % of the variation in the values regarding the company's reputation is explained by the variation of values regarding the ethical attitude of the manager, and 81.6% of the improvement of the company's reputation is determined by the improvement of the ethical attitude in customer relations. The regression equation therefore predicted the improvement of the company's reputation depending on the ethical attitude of the manager and the ethical attitude in relations with the company's clients.

The results confirm Hypothesis 5, there is a positive correlation between the reputation of companies in the agricultural sector and the ethical attitude at the organizational level.

Hypothesis 6 There is a positive correlation between the competitiveness of companies in the agricultural sector and their ethical attitude , at the organizational level.

The competitiveness of the company is positively influenced by the ethical attitude of manager i, the regression equation predicting the improvement of the competitiveness of the company depending on the ethical attitude of the manager.

To determine **the relationship between the company's competitiveness and the ethical attitude in customer relations**, the Pearson correlation coefficient was used, which revealed the presence of a statistically significant correlation of high intensity between the two variables. Therefore, a better competitiveness of the company is accompanied by a better ethical attitude in relations with customers.

The forecast of the company's competitiveness based on the values that indicate the ethical attitude of the employees was carried out based on the equation that describes the connection between the two variables. The coefficient of determination $R^2 = 0.636$, which means that 63.6 % of the improvement of the company's competitiveness is determined by the level of ethical attitude of the employees.

In evaluating the relationship between the company's competitiveness based on the values that indicate the ethical attitude of the employees, it was indicated that there is a moderate positive linear relationship between the two variables, which is supported by the correlation coefficient ($r = .636$).

The results confirm Hypothesis 6, so there is a positive correlation between the competitiveness of companies in the agricultural sector and the ethical attitude at the organizational level.

The results of the Pearson coefficient and the Coefficient of determination are presented centrally in **Table 3.39**.

Table 3.39. The result of the correlations

No.	Assumption	Correlated variables	Coefficient Value
1	Ethical attitudes at the level of the agricultural sector are positively associated with ethical attitudes at the political and social level	Ethical attitudes in the agricultural sector and ethical attitudes at the political level	0.815
		Ethical attitudes in the agricultural sector and ethical attitudes at the social level	0.719
2	Social responsibility has a positive correlation with the ethical attitude at the organizational and sectoral level in agriculture	The attitude of social responsibility and the internal ethical environment of the company	0.872
		The attitude of social responsibility and the ethical attitude at the level of the agricultural sector	0.687
3	The ethical attitude at the level of organizations in the agricultural sector is positively correlated with the ethical attitudes at the political, social and sectoral level	Ethical attitudes at the political level and the company's internal ethical environment	0.614
		Ethical attitudes at the social level and the company's internal ethical environment	0.682
		Ethical attitudes in the agricultural sector and the company's internal ethical environment	0.814
4	The ethical attitude of employees has a positive relationship with the ethical attitude and motivation of the firm's manager	The ethical attitude of the employees and the ethical attitude of the company manager	0.957
		The ethical attitude of the company's employees and the motivation of the company's manager	0.545
5	There is a positive correlation between the reputation of companies in the agricultural sector and the ethical attitude at the organizational level	The company's reputation and the ethical attitude of the company's manager	0.978
		The company's reputation and the ethical attitude of the company's employees	0.913
		The company's reputation and ethical attitude in relations with the company's customers	0.903
6	There is a positive correlation between the competitiveness of companies in the agricultural sector and their ethical attitude, at the organizational level	The competitiveness of the firm and the ethical attitude of the firm's manager	0.815
		The competitiveness of the company and the ethical attitude in relations with the company's customers	0.784
		The competitiveness of the company and the ethical attitude of the company's employees	0.798

Source: The author

The SWOT analysis

The analysis of the questionnaire items allows a general understanding of the internal and external ethical environment of the companies in the agricultural sector in Romania. In order to better understand the strengths and weaknesses of the ethical environment of the sector, a SWOT analysis was carried out, by means of **Table 3.40**.

Table 3.40. SWOT analysis of the ethical conduct of companies in the agricultural sector

STRENGTHS
Informing the public, employees, customers and competent authorities when there is an unacceptable level of risk in relation to the products/services offered No forced labor is used. Do not participate in actions, agreements, policies or marketing practices that may be harmful to the community. Knowledge of the moral dimension of work in agriculture. Fulfillment of assumed commitments. Providing real information related to the quality of the products provided. Seeking to reduce the negative impact on the environment of all the company's operations. Compliance with national/international standards for ensuring environmental sustainability. Do not mislead customers, through false or unrealistic statements, in the advertising and presentation of the products/services offered
Abusive or discriminatory behavior is not used. Adherence to ethical rules considering them compatible with one's own values and beliefs. Respect for traditional values, care, pride and responsibility towards the land and animals. Fair and balanced pricing policies. Accessible channels for customer complaints.
WEAKNESSES
Obtaining contracts by using unethical practices. Pursuing business continuity and profitability without regard to ethical issues. Inability to pay employees and suppliers on time. Farmers' opinions, beliefs and experience are not solicited/used in solving problems of agriculture and food production. Lack of support for public policy goals, energy conservation and waste reduction. Aid and government financial support given "with dedication" Lack of cooperation between farmers to solve agriculture/farmers problems. Lack of a conventional code/guideline of ethical conduct at the company level. Non-involvement of farmers in political debates on the issues of agriculture and food production. Pursuing only personal interest in business. Insufficient consultation or information of farmers regarding regulations, certifications, inspections, costs, facilities, etc. in agriculture. Lack of application of high animal welfare standards and/or production methods, environmental practices in accordance with European and national regulations, etc.

OPPORTUNITIES

The work of farmers is important to society in general.
Obtaining funds for investments facilitated by legislation and state institutions.
Promoting the protection and conservation of rural culture.
Pursuing the permanent increase in product quality.
Government support and subsidies for agriculture are fair.
Carrying out actions/programs to help people and develop the community.
Improving existing relationships and new business opportunities, thanks to ethical behavior.
Treating customers fairly and equitably.

THREATS

Delivery of counterfeit or non-compliant products.
Unhealthy/unsafe working conditions upstream in the supply chain.
Limitation of business options due to the current economic environment.
Waste of natural and material resources.
The loss of the traditional independence and autonomy of the agricultural sector.
The process of marginalization of the agricultural sector in society.
Traditional agricultural practices considered harmful.
Lack of social recognition of farmers' work and effort.
The impossibility of capitalizing on the production/products made in agriculture at a fair price.
Insufficient number of employees to cover productive and administrative needs.
Agricultural policies do not ensure the improvement of farmers' production capacities and do not guarantee food security.
Insufficient monitoring of aspects with a negative effect on crop, animal and human health.
The existence of counterfeit or non-compliant products on the market.
Producers will have to reduce or give up their activity because they can no longer cope with the new technical, political and economic requirements.
Increased production costs.
The impossibility of lasting relationships with suppliers.
Lack of facilities for accessing credits dedicated to the development of the agricultural sector.
Consumers are not willing to pay higher prices for Romanian products.

Source: The author

Although not required by law, this information can strengthen the management practices of firms in the agricultural sector by highlighting ethical dimensions where improvements are needed.

Final conclusions

The findings of the research carried out through the doctoral thesis, related to ethical attitudes at the political, social and agricultural sector levels, have contributed to the highlighting of some aspects of the external environment, which can generate unethical attitudes, and can thus present different levels of risk for the companies' activity from the field.

Respondents participating in the opinion survey carried out among manufacturing

companies in the agricultural sector, considered that government support and subsidies for agriculture are fair to a very small extent (16%) and to a small extent (17.8%), and to a very small extent (8.4 %) and to a small extent (14.5%), obtaining funds for investments is facilitated by legislation and state institutions. Agricultural policies improve to a very small extent (28%) and to a small extent (22.5 %)the production capacity of farmers and guarantee food security. Farmers have a say to a very small extent (29.8%) or to a small extent (25.8%), in the political debates on the problems of agriculture and food production, and to a large extent (34.5%), and to a very high extent (13.1%), government aid and financial support is given with dedication.

The opinions, beliefs and experience of farmers are requested/used in solving the problems of agriculture and food production, to a very small extent (5.8%) or to a small extent (28.7%). Regarding social recognition, to a very small extent (13.1%) and to a small extent (36%), society recognizes and appreciates the work and effort of farmers . In a very large proportion, 60.7% of the respondents considered that to a high and very high degree there is a process of marginalization of the agricultural sector in society, although the approach to ethical problems in agriculture can only be achieved with the help of farmers (48.4 %).

The agricultural sector faces a loss of its traditional independence and autonomy, to a large extent (55.6%) and to a very high extent (6.9%), an aspect corroborated with the social perception that traditional agricultural practices are currently considered harmful, to an extent high and very high (36%). On the other hand, consumers are willing to pay higher prices for Romanian products, only to a low and very low extent (77.8%).

The answers obtained in the framework of the undertaken research can also provide a detailed perspective on the general ethical attitudes in the internal environment of companies operating in the agricultural sector.

In companies in the agricultural sector, there is a climate of openness, trust and cooperation of employees, to a high and very high degree (52.2%), and they can freely express their concerns, needs and demands (41.1%), not being accepted compromises related of the ethical conduct of employees (56%).

The salaries and benefits granted take into account to a high and very high extent the performance and loyalty of each employee (46.2%). Within the companies, forced labor is not used, regardless of its form, to a high and very high extent (93.1%). The companies' price policies are fair and balanced (69.9%), and 39.3% to a great extent and 19.3% to a very high

extent, pay employees and suppliers on time.

Only 29.4% of the respondents stated that to a great extent or to a very high extent at the level of the company there is a conventional code/guideline of ethical conduct, and the employees are communicated to them the ethical requirements and aspirations of the company (46.5%).

The number of employees is sufficient to cover the productive and administrative needs, to a large extent or to a very high extent, (52%), and they have at their disposal the resources necessary for the proper performance of the activity, to a large extent (49.5%). The flow of information is largely fair and efficient, (49.1%), there is only little or even very little pressure to improve individual and team performance (68.4%).

Some of the findings mentioned, both from the external environment and from the internal environment of companies in the agricultural sector, may not indicate ethical violations, but only areas where things can be improved.

Perceptions of ethical business practice change over time, but such change is not necessarily good or bad, but rather a function of human nature and the ways in which opinions are influenced by our environment, our culture, and the passing of time. of time.

Ethics are the standards of behavior we adhere to in our personal and professional lives. It establishes the levels of honesty, empathy and trust and other virtues by which we hope to identify our personal behavior and public reputation. In our personal lives, ethics set norms for how we interact with family and friends. In professional life, ethics guide interactions between parties involved in business practices.

Considering that social responsibility activities are very important for every organization, the main concept behind ethical activities is to associate moral awareness with traditional and emerging social needs. Starting from the workplace, rational ethical responsibility extends to the general market, the community in which it operates, and the environment.

Unlimited growth without considering the costs and negative consequences for other entities, and the expectation that there will always be room for an increase in the firm's income, cannot suggest an ethical attitude. Any business activity must focus on the fair and ethical treatment of consumers by providing products aligned with generally accepted health and safety principles.

Good business ethics is a crucial model for the sustainability and development of a

company. Therefore, it is important for everyone to comply with laws and regulations, but it is essential to make rational strategic decisions beyond legal obligations. It would be ideal if a firm has the resources to support the local and wider community in which it operates.

Many firms do not comply with ethical requirements in the name of low financial resources or avoid taking responsibility by blaming certain individuals for their unethical behavior. For this reason, it is essential to develop sound policies and codes of conduct, to be able to identify who is responsible, and what procedures will be implemented to eliminate unethical behaviors and practices. These procedures must be shared through all communication channels as a process of defining ethical topics and improving human values. It is important for companies to understand that promoting an ethical program and incorporating ethics into their business philosophy lays the foundation for a successful organizational culture and thus will be able to increase their profits. The implementation of an ethics program will positively affect not only the company's employees, but also customers, suppliers, competitors and therefore will have a positive impact on society as a whole.

The subject of sustainability is a function of responsible business conduct that concerns not only environmental health but also public health. Environmental pollution is harmful to public health, but so are a wide variety of inherently dangerous products. The question is whether society should allow businesses to market and profit from a product that causes a significant public health problem. Some companies act on their own to control the sale or use of harmful products, as this supports their mission of social responsibility.

Practitioners must consider the trends and perspectives of each era and establish principles that can be changed when beliefs or methods of implementation evolve. This flexibility can provide the opportunity to adopt change more effectively without retaining principles that are not aligned with new practices and needs. Whether it is a major or minor change that occurs due to developments in the company's internal or external environment, all individuals must be well informed about the change.

Policies must describe and explain why at an optimal level change is important, what factors are essential to consider change, and how change can be implemented through practices and operations. A firm's ability to change, in favor of societal interest or government regulation, can be a key element of success and competitive advantage.

Given the multidimensional demands of society and human beings, it is impossible to

fulfill every desire. Instead of temporary policies, social responsibility programs must have a vision for the future. Decision makers must take actions that are aligned with the law and the ethical minimum. At the same time, they must develop a wide range of activities, in terms of seeking solutions to wider societal problems, such as improving health in the context of human well-being, supporting an approach to mitigating environmental change or actions against social injustice related to poverty and the spread of discrimination in the work environment.

In practice, there is a vital relationship between firms, the society in which they operate and political factors. This implies that political intervention can be a determining factor in the development of social responsibility programs, since business initiatives must comply with legal requirements and rules, respecting the highest standards. At the same time, the people who form a community can have a strong impact on the decisions of firms, because they are consumers, employers, suppliers or other professionals. In addition, human resources play a fundamental role in business activities. They are responsible as individuals or as a team for a wide range of issues related to their company's activity.

Therefore, it is very important to maintain a balanced and multidimensional relationship between businesses as legal entities, communities as potential human resources and consumers, and government regulations as a powerful and ultimate element of controlling the ethical behavior of firms.

Ideally, all levels of government, state and local, should work with each other and with private sector enterprises to strike a fair and rational balance between their roles in maintaining a just society. Rarely does an actor solve a problem alone, requiring a government-business partnership to have a significant impact on a social or economic challenge.

Of course, the relationship between government and business is an important one, and expertise in a field can be extremely valuable to both sides of the partnership, but this collaboration should be transparent and subject to public scrutiny. Private companies can take initiatives in response to public demand, and cooperation between them can lead to many positive things, other times the solution lies in direct collaboration with the government. But sometimes the relationship between business and the political environment can become unethical, when private sector executives leave their jobs to work for state agencies, becoming representatives of regulatory authorities, and their relationship with some private sector firms remains very close . The conflict of interest manifests itself even more acutely when pro-sector

policies are established, and those who launch them then leave for the well-paid jobs they favored. This revolving door system is the result of an unethical political system.

Economic prosperity cannot be the sole mission of a business. Furthermore, environmental protection is not the only important issue in terms of social responsibility, if a company exhausts its human resources by providing them with unhealthy and unpleasant working conditions. It is also not possible to believe that social problems can be better dealt with by private initiatives and corporate programs alone than by government intervention. Inevitably, corporations, government and society must work cooperatively, develop an ethical system of shared values, exploit resources more efficiently and serve the interests of all parties involved, approaching a point of balance between conflicting problems and interests.

Theoretical contributions with a synthesis character

The doctoral thesis emphasized the importance of ethical attitudes for businesses in the agricultural sector and how they significantly affect the competitiveness and reputation of firms in this sector. For this purpose, a review of the specialized literature was carried out, in order to identify the relevant dimensions and theories for business ethics research .

A broad theoretical base was examined to synthesize different types of information and themes from a variety of sources to support the main idea of the research theme. The processing of the information was carried out by relating it to the subject and the main objective of the doctoral thesis, during the writing of the synthesis, their source being mentioned.

The theoretical contributions consist of their explanatory and argumentative character, of the perspective and reasoning of the choice, providing relevant information for the theme of ethical management in business.

Experimental contributions

The research proposed a non-financial perspective to increase the competitiveness of companies in the agricultural sector in Romania, by adopting ethical management strategies and improved decision-making.

The experimental contributions consist in the development and application of the questionnaire, analyzing the perceptions of managers of companies in the agricultural sector, regarding ethical attitudes and behavior, as well as their impact on the motivation, reputation and competitiveness of the companies in which they operate.

Establishing the general objective and the derived ones, making and confirming the predictive statements proposed by the research hypotheses. Analyzing, interpreting and exploiting the resulting information, using IBM SPSS Statistics for Windows, Version 26.0. Armonk, NY: IBM Corp.

ethics assessment system in relations with the company's stakeholders and the proposal of the plan of measures to improve the ethical management at the level of companies in the agricultural sector.

Contributions to the development of scientific research

Assessing business competitiveness as a result of ethical management is particularly timely in today's business environment. Ethical attitudes have a significant impact on the performance of a business and also influence its competitiveness.

The research identified ways to reconcile the firm's ethical issues by increasing its moral responsibility and commitment to stakeholders.

The doctoral thesis proposes to practitioners, decision makers, managers and employees, public administrators, political and educational analysts, essential tools for the implementation of rational ethical conduct, even under the dynamic pressure of the current business environment.

During the doctoral studies, research reports were developed, and at the end of them, the doctoral thesis was completed.

Articles have been published in specialized magazines and in the volumes of international conferences.

Limits of research

Intrinsic limits refer to the difficulty of obtaining as many answers as possible, caused by managers' reluctance to openly provide data related to ethical attitudes and behaviors in their own business, but also due to their limited time . Participant responses may have been biased or subjective. Lack of motivation of managers.

Future research directions

It is essential to further explore the necessary actions in the context of improving ethical conduct and social responsibility, to evaluate the impact of ethical programs, both on the organization itself as an entity, and on the community in which it operates. In other words, it is necessary to define the level of social responsibility of a company towards other entities and to develop procedures for the implementation of some strategies.

Changing demographic and educational characteristics of the workplace and the emergence of laws, policies and procedures that recognize a greater awareness of the rights of employees and other stakeholders may lead to the investigation of the ethical responsibilities of the firm towards its employees and towards society in general.

Research must provide a more comprehensive view of the positive impact of ethical practices, which increase organizational performance, in any field of activity.

Bibliography

1. Aga, A., (2018). Merchants of knowledge: petty retail and differentiation without consolidation among farmers in Maharashtra. *India Journal of Agrarian Change*; 18(3):658–76. <https://doi.org/10.1111/joac.12249>.
2. Aiken, W., (1984). Value Conflicts in Agriculture, *Agriculture and Human Values*, 1(1) 24–27.
3. Aktar, I. (2013). Disclosure strategies regarding ethically questionable business practices. *British Food Journal*, 115, 162–193.
4. Alexandri, C., Luca L., (2016). Food and Nutrition, Security in Romania in the Post-Accession Period. *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.16(2):11–18.
5. Allen, J. C., Dillman, D.A. (2018). *Against All Odds: Rural Community in the Information Age*. New York: Routledge.
6. Alloza, Á, Carreras, E, Carreras, A, (2013). *Corporate Reputation*, Editorial Almuzara.
7. Alloza, L., A., (2011). La economía de la reputación: un nuevo modelo de gestionare empresarial, *Harvard Deusto Business Review*, Vol. 207: 44-53.
8. Al-Tarawneh, K.I. (2020). Business Ethics in Human Resources Management Practices and its Impact on the Organizational Performance. *Business: Theory and Practice*, 2020, 21(1): 402–411.
9. Amaeshi, K. M., Osuji, O. K., Nnodim, P. (2008). Corporate social responsibility in supply chains of global brands: A boundaryless responsibility? Clarifications, exceptions and implications, *Journal of Business Ethics*, 81, 223–234.
10. Ammendolia, C., Côté, P., Cancelliere, C., Cassidy, J.D., Hartvigsen, J., Boyle, E., Soklaridis, S., Stern, P., Amick. B. (2016). Healthy and Productive Workers: Using Intervention Mapping to Design a Workplace Health Promotion and Wellness Program to Improve Presenteeism. *BMC Public Health* 16, no. 1, p. 1190.
11. Anderson, S. (ed.). (2000). *Views from the South: The Effects of Globalization and the WTO on Third World Countries*. International Forum on Globalization, Oakland, California.
12. AON Global Risk Management Survey (2021). [https://www.aon.com/2021-global-risk-management-survey/ index.html](https://www.aon.com/2021-global-risk-management-survey/)
13. APHA, (2017). Improving Working Conditions for U.S. Farmworkers and Food Production

- Workers.<https://www.apha.org/policies-and-advocacy/public-health-policy-statements/policy-database/2018/01/18/improving-working-conditions>, accesat 5.02.2023.
14. Augère-Granier, M. (2020). The EU pig meat sector (EPRS briefing, No. PE 652.044). *European Parliamentary Research Service*, 1-12, disponibil la [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652044/EPRS_BRI\(2020\)652044_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652044/EPRS_BRI(2020)652044_EN.pdf), accesat la 04.05.2021.
 15. Barakat, S.R., Isabella, G., Boaventura, J.M.G., Mazzon, J.A. (2016). The influence of corporate social responsibility on employee satisfaction. *Management Decision*, 54, 2325–2339.
 16. Barraclough, S. (2000). Meanings of sustainable agriculture: Some issues for the South. South Centre, Geneva, *South Perspectives*, , p. xv.
 17. Baur, P. (2020). When farmers are pulled in too many directions: comparing institutional drivers of food safety and environmental sustainability in California agriculture. *Agriculture and Human Values* 37: 1175–94.
 18. Baur, P., Getz, C., Sowerwine, J. (2017). Contradictions, consequences and the human toll of food safety culture. *Agriculture and Human Values* 34: 713–28.
 19. Beauchamp, T. L., Childress, J. F. (2002). *Principles of biomedical ethics*, 5th ed. Oxford: Oxford University Press.
 20. Beciu, S., Arghiroiu, G. A., (2019). Challenges for the Pork Sector in Romania. *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.19 (1): 71–76.
 21. Bell, R. L., Martin, J. S. (2019). *Managerial Communication for Organizational Development*, Business Expert Press
 22. Bell, S., Morse, S. (2008). *Sustainability indicators: Measuring the immeasurable?* London: Earthscan.
 23. Bergschmidt, A., March, S., Wagner, K., Brinkmann, J. (2021). A Results-Oriented Approach for the Animal Welfare Measure of the European Union's Rural Development Programme. *Animals: an open access journal from MDPI*, 11(6). 1570. disponibil la https://www.openagrар.de/servlets/MCRFileNodeServlet/openagrар_derivate_00038776/dn063645.pdf, accesat la 20.11.2022.
 24. Berit, B., Overrein, G. (2013). Resourcing Children in a Changing Rural Context: Fathering and Farm Succession in Two Generations of Farmers. *Sociologia Ruralis* 53: 95–111.
 25. Bertolozzi-Caredio, D., Bardaji, I., Coopmans I., Soriano, B., Garrido, A. (2020). Key steps and dynamics of family farm succession in marginal extensive livestock farming. *Journal of Rural Studies* 76: 131–41.
 26. Bicchieri, C. (2006). *The Grammar of Society: The nature and dynamics of social norms*. Cambridge: Cambridge University Press.
 27. Binder, C. R., Feola, G., Steinberger, J. K. (2010). Considering the normative, systemic and procedural dimensions in indicator-based sustainability assessments in agriculture. *Environmental Impact Assessment Review*, 30(2). 71–81.
 28. Borda, Á. J., Sárvári, B., Balogh, J. M. (2023). Generation Change in Agriculture: A Systematic

- Review of the Literature, *Economies*, 11(5). 129.
29. Boström, M., Jönsson, A. M., Lockie, S., Mol, A. P. J., Oosterveer, P. (2015). Sustainable and responsible supply chain governance: Challenges and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 107, 1–7.
 30. Brennan, A. (2021). Environmental Ethics. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-environmental>.
 31. Brenton, S. (2018). Consumers and certification schemes: The ethics of global production and trade. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31(6). 755–784.
 32. Bui, S., Costa, I., De Schutter, O., Dedeurwaerdere, T., Hudon, M. Feyereisen, M. (2019). Systemic ethics and inclusive governance: two key prerequisites for sustainability transitions of agri-food systems. *Agriculture and Human Values* 36(2): 277–88.
 33. Busch, G., Spiller, A. (2018). Consumer acceptance of livestock farming around the globe. *Animal Frontiers*, 8(1). 1–3.
 34. Bussmann, K. D., Anja N. (2019). Compliance Through Company Culture and Values: An International Study Based on the Example of Corruption Prevention. *Journal of Business Ethics* 157, no. 3, pp. 797–811.
 35. Cardoso, S.P., James, H.S. Jr. (2012). Ethical frameworks and farmer participation in controversial farming practices. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 25(3): 377–404.
 36. Carolan, M. (2022). Ethical eating as experienced by consumers and producers: When good food meets good farmers. *Journal of Consumer Culture*, 22(1). 103–123.
 37. Carr, D. (1999). Professional education and professional ethics. *Journal of Applied Philosophy* 16(1): 33–46. p.37.
 38. Carroll, A. (1993). *Business and society: Ethics and stakeholder management*, 2nd ed. Cincinnati: South-Western.
 39. Carroll, A. B. (1978). Linking business ethics to behavior in organizations. *SAM Advanced Management Journal* 43(3): 7.
 40. Carroll, A. B., Buchholtz, A.K. (2003). *Business Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati USA: South-Western College Pub.Thomson Learning.
 41. Carroll, A., Buchholtz, A. (2003). *Business and society*, 5th ed. Mason, OH: South-Western/Thomson, 320.
 42. CAST, (2005). *Agricultural ethics*, <https://www.cast-science.org/publication/agricultural-ethics/>
 43. Cavanagh, G. F., Moberg, D. J., Velasques, M., (1981). The Ethics of Organizational Politics, *Academy of Management Review* (Vol. 6, No. 3): 363–374.
 44. Cavicchioli, D., Bertoni, D., Pretolani, R. (2018). Farm succession at a crossroads: The interaction among farm characteristics, labour market conditions, and gender and birth order effects. *Journal of Rural Studies*, 61, 73–83.
 45. CE, (2020). *Biodiversity strategy for 2030*, disponibil la https://environment.ec.europa.eu/strategy/biodiversity-strategy-2030_en., accesat la 20.11.2022.

46. CE, (2020). Europeans, Agriculture and the CAP. Special Eurobarometer 504 Summary, Wave EB93.2. Kantar <https://www.gesis.org/en/eurobarometer-data-service/survey-series/standard-special-eb/study-overview/> eurobarometer - 932-za7739-august-september-2020, accesat 20.11.2022.
47. CE. (2020). *A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally friendly food system*, disponibil la https://eur-lex.europa.eu/legal_content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0381, accesat la 20.11.2022.
48. Centers for Disease Control and Prevention, (2018). *Agricultural safety*. <https://www.cdc.gov/niosh/topics/aginjury/oispa/default.html>, accesat 20.02.2023.
49. Chiswell, H. M. (2018). From Generation to Generation: Changing Dimensions of Intergenerational Farm Transfer. *Sociologia Ruralis* 58: 104–25.
50. Cialdini, R. B., Demaine, L. J. Sagarin, B. J. Barrett, D. W, Rhoads, K., Winter, P. L. (2006). Managing social norms for persuasive impact, *Social Influence*, 1:1, 3-15.
51. Cialdini, R. B., Reno, R. R., Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58: 1015–1026.
52. Clements-Croome, D. (2015). Creative and Productive Workplaces: A Review. *Intelligent Buildings International*, 7 (4). pp. 164-183
53. Climate Change: How Do We Know? NASA: Global Climate Change, <https://climate.nasa.gov/evidence>.
54. Climate Heroes, <https://climateheroes.org>.
55. Cohen J., (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Science, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
56. Constance, D. H., Martinez, F., Aboites, G., Bonanno, A. (2013). The problems with poultry production and processing. In H.S. James, Jr., ed., *The ethics and Economics of Agrifood Competition*, 155–75. New York: Springer.
57. Constantinescu, M., Kaptein, M. (2015). Mutually Enhancing Responsibility: A Theoretical Exploration of the Interaction Mechanisms Between Individual and Corporate Moral Responsibility. *Journal of Business Ethics* 129, pp. 325-339.
58. Cooper, T., Hart, K. Baldock. D. (2009). The provision of publicgoods through agriculture in the European Union, *Report Prepared for DG Agriculture and Rural Development, Institute for European Environmental Policy*. London.
59. Council for Agricultural Science and Technology (CAST). (1994). *How Much Land Can Ten Billion People Spare for Nature?* Task Force Report 121. Council for Agricultural Science and Technology, Ames, Iowa.
60. Council for Agricultural Science and Technology, Agricultural Ethics (2005). Issue Paper Number 29,<http://www.castscience.org/download.cfm?PublicationID=2899File=f0305d2ffd02e961471b33646e406f494718>
61. Coupaud, M. (2017). Determinants of health at work in the EU15: Realization of synthetic indicators of working conditions and their impacts on the physical and mental health of workers.

- International Journal of Manpower*, 38(1). 93–126
62. Courtois, P., Subervie, J. (2015). Farmer bargaining power and market information services. *American Journal of Agricultural Economics*, 97(3): 953–77.
 63. Covey, S. R. (2004). *The 7 habits of highly effective people: Restoring the character ethic*. New York: Free Press.
 64. Croney, C., Muir, W., Ni, J.-Q., Widmar, N. O., Varner, G. (2018). An overview of engineering approaches to improving agricultural animal welfare. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31(2). 143–159.
 65. de Olde, E. M., Bokkers, E. A. M., De Boer, I. J. M. (2017). The choice of the sustainability assessment tool matters: differences in thematic scope and assessment results. *Ecological Economics*, 136, 77–85.
 66. de Olde, E. M., Moller, H., Marchand, F., McDowell, R. W., MacLeod, C. J., Sautier, M., Halloy, S., Barber, A., Benge, J., Bockstaller, C., Bokkers, E. A. M., de Boer, I. J. M., Legun, K. A., Le Quellec, I., Merfield, C., Oudshoorn, F. W., Reid, J., Schader, C., Szymanski, E., Manhire, J. (2017). When experts disagree: the need to rethink indicator selection for assessing sustainability of agriculture. *Environment, Development and Sustainability*, 19(4). 1327-1342.
 67. de Olde, E. M., Valentinov, V. (2019). The Moral Complexity of Agriculture: A Challenge for Corporate Social Responsibility. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 32(3). 413–430.
 68. De Rooij, S.J.G., De Lauwere, C.C, van der Ploeg, J.D. (2010). Entrapped in group solidarity? Animal welfare, the ethical positions of farmers and the difficult search for alternatives. *Journal of Environmental Policy Planning* 12(4): 341–361.
 69. Deephouse, D. L., Carter, S. M. (2005). An Examination of Differences Between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation, *Journal of Management Studies*, Vol. 42 (2): 329-360.
 70. DeGeorge, R. T. (1990). *Business ethics*, 3rd ed. New York: Macmillan.
 71. Delong, J. V. (1981). Defending cost–benefit analysis: Replies to Steven Kelman. *AEI Journal on Government and Society*, 39–43.
 72. Des Jardins, J., McCall, J. (1990). A defense of employee rights. *Journal of Business Ethics*, 4, 367–376.
 73. Devi, P.I., Jayasree, M, Sarada, A, Raju, R.K. (2017). Sales practices in pesticides retail: a case study of Kerala. *Indian Journal of Agricultural*;72(1):102–16.
 74. Dhalla, R., (2007). The construction of Organizational Identity: Key Contributing External and Intra-Organizational Factors, *Corporate Reputation Review*, Vol. 10 (4): 245-260.
 75. Diemer, N., Staudacher, P., Atuhaire, A., Fuhrmann, S., Inauen, J., (2020). Smallholder farmers' information behavior differs for organic versus conventional pest management strategies: a qualitative study in Uganda. *Journal of Cleaner Production*;257(1):120465.
 76. Donaldson, T. (1982). *Corporation and Morality*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
 77. Donaldson, T., (1994). *Ethics of International Business*. in Thomas J. Donaldson and Edward Freeman, eds. The Ruffin Series in Business Ethics, 56, New York: Oxford University Press.

78. Doorley, J., Garcia, H. F., (2020). *Reputation Management*, 4th Edition, Routledge.
79. Dowling, G.R (2016). Defining and measuring corporate reputations, *European Management Review*, 13(3):207–223.
80. Durbin, A., (2010). *Leadership. Research, Findings, Practice and Skills*, 6th ed. Cengage Learning. USA.
81. Eccles, R.G., Newquist, S, C. Schatz, R., (2007). Reputation and Its Risks, *Harvard Business Review*, pp.104-114.
82. Elder, L., Paul, R., (2011). *Ethical reasoning essential to education*, Critical Thinking org. <https://www.criticalthinking.org/pages/ethical-reasoning-essential-to-education/1036>, accesat 05.07.2022.
83. Elford, A.C., Daub, C.H. (2019). Solutions for SMEs Challenged by CSR: A Multiple Cases Approach in the Food Industry within the DACH-Region. *Sustainability*, 11, 4758.
84. Emerson, R., M. (1962). Power-dependence relations. *American Sociological Review* 27(1):31–41.
85. *Ethics Quality*. Available at www.aboutus.org/EthicsQuality.com
86. EU, (2021). *Pesticides in Agriculture, The CAP and pesticides*, https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/sustainability/environmental-sustainability/low-input-farming/pesticides_en, Accesat la 01.10.2022
87. European Court of Auditors (2018) Animal welfare in the EU: closing the gap between ambitious goals and practical implementation. Special Report n°31, Luxembourg. disponibil la https://www.ec.europa.eu/Lists/ECAdocuments/SR18_31/SR_Animal_Welfare_en.pdf, accesat la 20.11.2022.
88. European Parliament (2021). <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20211118IPR17613/common-agricultural-policy-reform-gets-final-approval-from-meeps>.
89. European Parliament (2022). Financing of the CAP. Fact Sheets on the European Union, <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/106/financing-of-the-cap>, accesat 20.02.2023.
90. EUROSTAT (2021). *Key figures on the European food chain*, 2021 edition, Brussels. disponibil la <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-key-figures/-/KS-FK-21-001>, accesat la 02.02.2022.
91. Fabius, R., Thayer, R.D., Konicki, D.L., Yarborough, C.M., Peterson, K.W. Isaac, F., Loepke, R.R., Eisenberg, B.S. Dreger M. (2013). The Link between Workforce Health and Safety and the Health of the Bottom Line: Tracking Market Performance of Companies that Nurture a ‘Culture of Health’. *Journal of Occupational and Environmental Medicine* 55, no. 9, pp. 993–1000.
92. Falconer, K. (2000). Farm-level constraints on agri-environmental scheme participation: A transactional perspective. *Journal of Rural Studies*, 16, 379–394. p. 380.
93. FAO, (2004). *FAO-Major Groups SARD Initiative*, FAO press release.
94. FAO, (2018). *DO IT Sustainable food systems: concept and framework*, Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>, accesat la 25.10.2022.

95. Farrell, M., Murtagh, A., Weir, L., Conway S., F., McDonagh, J., Mahon M. (2021). Irish Organics, Innovation and Farm Collaboration: A Pathway to Farm Viability and Generational Renewal. *Sustainability* 14: 93.
96. Feldman, F. (1978). Introductory ethics. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 119–128.
97. Fernando, A. C., (2009). *Business Ethics*, Pearson India
98. Fernando, A. C., (2013). Business Ethics, 2Nd Edition, Pearson India.
99. Ferrel, O. C. Fraedrich J. P., Ferrel, L., (2005). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases*, 6th ed. Cengage Learning.
100. Ferris, L., Rahman, Z. (2016). Responsible data in agriculture. goodman. <https://f1000research.com/documents/6-1306>. Accesat 05. decembrie 2022.
101. Fiandrino, S., Busso, D., Vrontis, D. (2019). Sustainable responsible conduct beyond the boundaries of compliance: Lessons from Italian listed food and beverage companies. *British Food Journal*, 121, 1035–1049.
102. Fieser, J. (2009). *Ethics. Internet Encyclopedia of Philosophy*. <http://www.iep.utm.edu/ethics/>.
103. Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*, Harvard Business School Press, Boston, p 72.
104. Fombrun, C., Van Riel, C. (1997). The Reputational Landscape, *Corporate Reputation Review*, vol. 1 (2):5-13.
105. Fombrun, C., Van Riel, C. (2004). Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations, *Pearson-Financial Times*, New York: 155-175.
106. Fondation Robert Schuman, (2021) *The Common Agricultural Policy 2020-2027: change and continuity*. European Issue n°607, disponibil la <https://www.robert-schuman.eu/en/doc/questions-d-europe/qe-607-en.pdf>, accesat la 20.11.2022.
107. Forsman-Hugg, S., Katajajuuri, J.M., Pesonen, I., Paananen, J., Makela, J., Timonen, P. (2013). Building the Content of CSR in the Food Chain with a Stakeholder Dialogue. disponibil la <https://pdfs.semanticscholar.org/7d96/f4c2810fc1068efa76cc99a4e1b6f249b716.pdf>, Accesat la 12.12.2022.
108. Fourth National Climate Assessment Update, (2018). GlobalChange.gov, <https://www.globalchange.gov/news/fourth-national-climate-assessment-update-july-2018>.
109. Frankelius, P., Norrman, C., Johansen, K. (2019). Agricultural innovation and the role of institutions: lessons from the game of drones. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 32: 681–707.
110. Freeman, E., Reed, D., (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance, in C. Huizinga ed. *Corporate Governance: A Definitive Exploration of the Issues*, Los Angeles, CA: UCLA Extension Press.
111. Freeman, R. E. (1999). Divergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, 24, 233–236.
112. Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., De Colle, S. (2010).

- Stakeholder theory: The state of the art*, 39. Cambridge: Cambridge University Press.
113. Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 22–36.
114. Garb, Y., Friedlander, L., (2014). From transfer to translation: using systemic understandings of technology to understand drip irrigation uptake. *Agricultural Systems*, 128, 13-24. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2014.04.003>, accesat 05.12.2022.
115. Gintis, H., Bowles, S. Boyd, R. (2005). *Moral Sentiments and Material Interests: The foundations of cooperation in economic life*. Cambridge MA: MIT Press.
116. Gössling, T., Aßländer, M. S. (2017). Perceptions on the Causes of Individual and Fraudulent Co-offending: Views of Forensic Accountants. *Journal of Business Ethics* 146 (2):383-404.
117. Greener, M. (1979). *Penguin Dictionary of Commerce*, Penguin Books.
118. Griffith, D., Kissam. E. (1995). *Working Poor: Farmworkers in the United States*. Temple University Press, Philadelphia.
119. Grimm, H. (2005). Ethical Issues in Agriculture, Interdisciplinary and sustainability issues in food and agriculture, in Olaf Christen (ed.). *Interdisciplinary and Sustainability Issues, Encyclopaedia of Life Support Systems*, Oxford. <http://www.eolss.net/samplechapters/c10/e5-22-06.pdf> accesat 15 iunie 2022.
120. Grimm, H. (2010). Ethical issues in agriculture. In O. Christen, V. Squires, R. Lal R.J. Hudson, eds., *Interdisciplinary and Sustainability Issues in Food and Agriculture*, 97–109. Paris: UNESCO-EOLSS.
121. Grzywacz, J. G, Alterman, T, Gabbard, S., Shen, R., Nakamoto, J., Carroll, D. J, Muntaner, C. (2014). Job control, psychological demand, and farmworker health: evidence from the National Agricultural Workers Survey. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 56: 66 - 71.
122. Guerra, A. I., Lopes J. C., (2019). Young farmers as innovation enablers in rural areas: the role of the EU's support in a Portuguese peripheric region, Trás-os-Montes, *Working Papers REM 2019/95, ISEG - Lisbon School of Economics and Management, REM*, Universidade de Lisboa.
123. Guidi, J, Luente, M, Sonino, N., Fava, G., A. (2021). Allostatic load and its impact on health: a systematic review. *Psychother Psychosom*, 90(1):11–27.
124. Haddock, J. (2005). Consumer influence on internet-based corporate communication of environmental activities: The UK food sector. *British Food Journal*, 107 (10). pp. 792-805.
125. Harms W., Skyrms, B. (2007). *Evolution of moral norms*, Oxford Handbook on the Philosophy of Biology ed. Michael Ruse, draft., <https://sites.socsci.uci.edu/~bskyrms/bio/papers/preprintevolutionofmoralnorms.pdf>
126. Hartmann, M. (2011). Corporate social responsibility in the food sector. *European Review of Agricultural Economics*. 38, 297–324.
127. Harvey, S. J, Jr., (2021). *Handbook on the Human Impact of Agriculture*, Edward Elgar Publishing.

128. Hasnas, J., (1998). *The Normative Theories of Business Ethics—A Guide for the Perplexed*, Business Ethics Quarterly, vol. 8, issue 1, 19-42.
129. Heider, K, Rodriguez Lopez, J. M. Balbo, A., L., Scheffran, J. (2021). The state of agricultural landscapes in the Mediterranean: Smallholder agriculture and land abandonment in terraced landscapes of the Ricote Valley, southeast Spain. *Regional Environmental Change* 21: 1–12.
130. Hendrickson, M. K., James, H. S., Kendall, A. Sanders, C. (2018). *The assessment of fairness in agricultural markets*. Disponibil pe <https://ssrn.com/abstract=3138686>, Accesat 23.01.2023.
131. Hendrickson, M.K. James, H.S. (2016). Power, fairness and constrained choice in agricultural markets: a synthesizing framework. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 29: 945–67.
132. Hendrickson, M.K., James, H.S. (2005). The ethics of constrained choice: how the industrialization of agriculture impacts farming and farmer behavior. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 18(3): 269–91.
133. Hernandez, R., Reardon, T. Berdegue, J. (2007). Supermarkets, wholesalers, and tomato growers. *Agricultural Economics* 36: 281–90.
134. Hoekman, B., Martin, W. (eds.). (2001). *Developing Countries and the WTO: A Pro-active Agenda*. Blackwell, Oxford.
135. Hoffman, W. M., Moore, J. (1990). *Business ethics: Readings and cases in corporate morality*, 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
136. Hopkins, W. G. (2000). A new view of statistics. Internet Society for Sport Science: <http://www.sportsci.org/resource/stats>, accesat la 12.12.2022.
137. Horback, K. (2019). *The Emotional Lives of Animals. The Routledge Handbook of Animal Ethics* (pp. 55-70) Routledge.
138. <https://www.coduricaen.ro/01-agricultura-v%C3%A2natoare-si-servicii-anexe>
139. Hursthouse, R. (2000). *Ethics, Humans, and Other Animals: An Introduction with Readings*. Routledge, London.
140. Hursthouse, R., Zalta, E. N. (eds.). (2003). *Virtue ethics*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <http://plato.stanford.edu/archives/fall2003/entries/ethics-virtue/>.
141. ILO, (2018). Workplace Stress: A Collective Challenge, European Agency for Safety and Health at Work (EU-OSHA). Management of psychosocial risks at work: An analysis of the findings of the European Survey of Enterprises on New and Emerging Risks (ESENER). Accesat 3.05.2021
142. Institute of Medicine, (2001). *Food Safety Policy, Science, and Risk Assessment: Strengthening the Connection: Workshop Proceedings*. Washington, DC: The National Academies Press, Washington, D.C.
143. James, H. S., Jr., Hendrickson, M. K. (2008). Perceived economic pressures and farmer ethics. *Agricultural Economics*, 38(3). 349–361.
144. James, H. S., Jr, Segovia, M., S. (2020). Behavioral Ethics and the Incidence of Foodborne

- Illness Outbreaks. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 33(3-6):531-548.
145. Jansen, K., Vellema, S. (2004). *Agribusiness and society: Corporate responses to environmentalism, market opportunities and public regulation*, Sage, London.
146. Jasiorowski, H. A. (1991). European animal husbandry: a model to adopt or reject by developing countries. On the eve of the 3rd millennium, the European challenge for animal production. European Association for Animal Production. Wageningen Pudoc, The Netherlands, EAAP Publication, (48). 127-141.
147. Jawahar, M., McLaughlin, G. (2001). Toward a descriptive stakeholder theory: An organizational life cycle approach. *Academy of Management Review*, 26(3). 397–414.
148. Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*, 20(2). 404.
149. Jung, Y., Vakharia N. (2019). Open Systems Theory for Arts and Cultural Organizations: Linking Structure and Performance. *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 49, no. 4, pp. 257–73.
150. Kant, I. (1964). Groundwork of the metaphysics of morals. Translated by H. Paton. New York: Harper Row.
151. Kant, I., (1959). *Foundations of Metaphysics of Morals*, New York: The Liberal Arts Press.
152. Karaoulidis, A. (2021). *Ethical Business Culture*, Business Expert Press.
153. Kelman, S. (1981). Cost–benefit analysis: An ethical critique. *AEI Journal on Government and Society*, 33–40.
154. Key, S., Popkin, S. (1998). Integrating ethics into the strategic management process: Doing well by doing good. *Management Decision*, 36(5). 331–338.
155. Kissinger, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Supply Agreements in the Private Sector: Decreasing Land and Climate Pressures; CCAFS Working Paper 14; CCAFS: Copenhagen, Denmark, 2012.
156. Klikauer, T. (2017). Business Ethics as Ideology? *Journal of Socialist Theory*, Volume 45, Issue 1-2, pp. 81–100.
157. Kohlberg, L., (1973). The Moral Adequacy Claim of a High Stage of Moral Judgment, *Journal of Philosophy* 70(18). 630–646.
158. Komarek, A.M., De Pinto, A., Smith, V.H. (2020). A review of risk types in agriculture: what we know and what we need to know, *Agricultural Systems*, 178.
159. Kucharska, W., Kowalczyk. R. (2019). How to Achieve Sustainability? - Employee's Point of View on Company's Culture and CSR Practice. *Corporate Social-Responsibility and Environmental Management* 26, no. 2, pp. 453–67.
160. Kwakye, M.O, Mengistie, B, Ofosu-Anim, J, Nuer, ATK, Van den Brink, P. J. (2019). Pesticide registration, distribution and use practices in Ghana. *Environment, Development and Sustainability*. 21(6):2667–91.
161. Lee, W. L., Hales, S. D. (2022). *This is Environmental Ethics: An Introduction*, Wiley-

- Blackwell.
162. Lekei, E.E., Ngowi, A.V., London. L. (2014). Pesticide retailers' knowledge and handling practices in selected towns of Tanzania. *Environmental health: a global access science source*. 13(1):79. <https://doi.org/10.1186/1476-069X-13-79>, accesat la 06.02.2023.
163. León, G., Gutiérrez, H.L.B., Farrero, J.M.C. (2017). Evaluation of the Perception and Application of Social Responsibility Practices in Micro, Small and Medium Companies in Barranquilla. An Analysis from the Theory of Stakeholders. *Estudios Gerenciales* 33, no. 144, pp. 261–70.
164. Leone, L. (2020). Farm animal welfare under scrutiny: issues unsolved by the EU legislator. *European journal of legal studies*, Vol. 12, No. 1, pp. 47-84 12, 47.
165. Lerro, M., Raimondo, M., Stanco, M., Nazzaro, C., Marotta, G. (2019). Cause Related Marketing among Millennial Consumers: The Role of Trust and Loyalty in the Food Industry. *Sustainability*, 11, 535.
166. Lever, J., Evans, A. (2017). Corporate social responsibility and farm animal welfare: Towards sustainable development in the food industry? In S. O. Idowu S. Vertigans (Eds.). *Stages of corporate social responsibility: From ideas to impacts* (pp. 205–222). Cham: Springer.p.218.
167. Levi, R., Singhvi, S. Zheng, Y. (2020). Economically motivated adulteration in farming supply chains. *Management Science*, 66(1): 209–26.
168. Levine, J. (2019). *Great Mondays: How to Design a Company Culture Employees Love*, 1st ed. McGraw-Hill Education.
169. Locke, J, (1690). *Two Treatises on Government*, London: Cambridge University Press.
170. Lusk, J. L. (2018). Consumer preferences for and beliefs about slow growth chicken. *Poultry Science*, 97(12). 4159–4166.
171. Maestre, M., Campbell, L., Etienne, J. (2022). *Study on animal welfare labelling: final report*, CE, Directorate-General for Health and Food Safety, disponibil la <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/72f9da40-b0a2-11ec-83e1-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>, accesat la 20.01.2023.
172. Manel, P. F., Gallizo, J. L. (2021). The Survival of Family Farms: Socioemotional Wealth (SEW) and Factors Affecting Intention to Continue the Business. *Agriculture* 11: 520.
173. Manning, L. (2013). Corporate and consumer social responsibility in the food supply chain. *British Food Journal*, 115, 9–29.
174. Mantzaris, K., (2020). *Business Ethics and Rational Corporate Policies*, Business Expert Press.
175. Mariscotti, E. E., (2020). *Corporate Risks and Leadership*, Productivity Press.
176. Marotta, G., Nazzaro, C. (2012). Responsabilità Sociale e Creazione di Valore Nell’impresa Agroalimentare: Nuove Frontiere di Ricerca, *Agriregionieuropa*, 29, <https://agrireregionieuropa.univpm.it/en/content/article/31/29/modelli-di-responsabilita-sociale-nellimpresa-agricola-multifunzionale>. Accesat 22.10.2022.
177. Maroušek, J., Stehel, V., Vochozka, M., Kolář, L., Maroušková, A., Strunecký, O.,

- Peterka, J., Kopecký, M., Shreedhar, S. (2019). Ferrous sludge from water clarification: Changes in waste management practices advisable. *Journal of Cleaner Production*, 218, 459–464.
178. Marshall, B. M., Levy, S. B. (2011). Food animals and antimicrobials: impacts on human health. *Clinical microbiology reviews*, 24(4). 718-733.
179. Maru, A., Berne, D., De Beer, J., Ballantyne, P., Pesce, V., Kalyesubula, S., Fourie, N., Addison, C., Collett, A. Chaves, P (2018). Digital and Data-Driven Agriculture: Harnessing the Power of Data for Smallholder Farmers. GFAR, GODAN, CTA. <https://f1000research.com/documents/7-525>, accesat 05.02.2023.
180. Matthews, A. (2018). The EU's Common Agricultural Policy after 2020: directions for change and potential trade and market effects, International Center for Trade and Sustainable Development (ICTSD). Geneva, disponibil la [http://web.uvic.ca/~kooten/Agriculture/EUPolicyMatthews\(2018\).pdf](http://web.uvic.ca/~kooten/Agriculture/EUPolicyMatthews(2018).pdf), Accesat la 20.10.2022.
181. Mazucatto, M. (2020). The Covid-19 crisis is a chance to do capitalism differently. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/18/the-covid-19-crisis-is-a-chance-to-do-capitalism-differently>, accesat 24 iunie 2022.
182. McElwee, G., Annibal, I. (2010). Business support for farmers: An evaluation of the Farm Cornwall project, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(3):475-491, p.488.
183. Meijboom, F.L.B. (2008). *Problems of trust: A question of trust worthiness: An ethical inquiry of trust and trustworthiness in the context of the agricultural and food sector*. Utrecht University.
184. Meijboom, F.L.B. (2015). Farming ethics in practice: from freedom to professional moral autonomy for farmers. *Agriculture and Human Values* 33(2): https://www.researchgate.net/publication/280932098_Farming_ethics_in_practice_from_freedom_to_professional_moral_autonomy_for_farmers. Accesat 04.03.2023.
185. Metzger, M., Dalton, D. R Hill, J.W, (1993). The Organization of Ethics and the Ethics of Organizations: The Case for Expanded Organizational Ethics Audits, *Business Ethics Quarterly* 3(1). 27–43.
186. Miele, M., Lever, J. (2014). Improving animal welfare in Europe: Cases of comparative bio-sustainabilities. In T. Marsden, A. Morely (Eds.). *Sustainable food systems: Building a new paradigm*. London: Earthscan.
187. Mirani, Z.D., Bukhari, S.S., Narejo, M.A., (2007). Assessment of the impact of farm advisory services in Sanghar and Mirpurkhas districts of Sindh province of Pakistan, *Journal of Agricultural Research*. 23 (1). 39–46.
188. Mitiku, F., de May, Y., Nyssen, J. Maertens, M. (2017). Do private sustainability standards contribute to income growth and poverty alleviation? A comparison of different coffee certification schemes in Ethiopia. *Sustainability* 9: 246.
189. Mostafalou, S. Abdollahi, M. (2017). Pesticides: an update of human exposure and toxicity. *Pub Med, Archives of Toxicology* 91(2): 549–99. p. 549.
190. Mul, M. F., Vermeij, I., Hindle, V. A., Spolder, H. A. M. (2010). EU - Welfare legislation on pigs (No. 273). *Wageningen UR Livestock Research*.

191. Nadvi, K. (2008). Global standards, global governance and the organization of global value chains. *Journal of Economic Geography*, 8: 323–43.
192. Nadvi, K., Wältring, F. (2002). INEF Report, 58, Duisburg: Institut für Entwicklung und Frieden. [Making_Sense_of_Global_Standards/citations, https://www.researchgate.net/publication/266404689_Report_Nr_58_-](https://www.researchgate.net/publication/266404689_Report_Nr_58_-) Accesat 27.06.2022.
193. Nash, L. (1990). *Good intentions aside: A manager's guide to resolving ethical problems*. Boston: Harvard Business School Press, 5.
194. Nassos, P. G. Avlonas, N., (2020). *Practical Sustainability Strategies*, 2nd Edition, Wiley.
195. OECD (2020). Agriculture and the environment, OECD Publishing, Paris, www.oecd.org/agriculture/topics/ agriculture-and-the-environment/, accesat 26.09.2022.
196. OECD (2022). Responsible Business Conduct in the Agriculture Sector in Latin America and the Caribbean, OECD Publishing, Paris. disponibil la <https://mneguidelines.oecd.org/responsible-business-conduct-in-the-agriculture-sector-in-latin-america-and-the-caribbean%20.pdf>, Accesat la 04.02.2023.
197. OECD, (2021). *Lobbying in the 21st Century Transparency, Integrity and Access, Making Better Policies for Food Systems*, disponibil la <https://doi.org/10.1787/c6d8eff8-en>, accesat la 20.11.2022.
198. OECD/FAO (2020). Change in agricultural land use, 2017-19 to 2029, in *OECD-FAO Agricultural Outlook 2020-2029*, OECD Publishing, Paris/Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, disponibil la <https://dx.doi.org/10.1787/1112c23b-en>. Accesat 14.10.2022.
199. OECD/FAO, (2016). *OECD-FAO Guidance for Responsible Agricultural Supply Chains*, OECD Publishing, Paris. [http://dx.doi.org/10.1787/9789264251052-en](https://dx.doi.org/10.1787/9789264251052-en).
200. OECD/FAO, (2019). *OECD-FAO Agricultural Outlook 2019-2028*, OECD Publishing, Paris, https://dx.doi.org/10.1787/agr_outlook-2019-en. Accesat 20.10.2022.
201. Ohl, F., Van der Staay, F.J. (2012). Animal welfare: At the interface between science and society. *The Veterinary Journal*, 192(1). 13-19.
202. Oliver, C. (1996). The institutional embeddedness of economic activity, *Advances in Strategic Management*, 13, pp. 163-18.
203. Ouma, S. (2010). Global standards, local realities: private agrifood governance and the restructuring of the horticulture industry. *Economic Geography*, 86(2): 197–222.
204. Palazzo, G., Scherer, A.G. (2006). Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework, in: *Journal of Business Ethics*, 66, pp. 71-88.
205. Papke, E. (2013). True Alignment: Linking Company Culture with Customer Needs for Extraordinary Results. Nashville: *American Management Association*.
206. Peñalver, A. J. B., Conesa, J. A. B., Nieto, C. (2018). Analysis of corporate social responsibility in Spanish agribusiness and its influence on innovation and performance. *Business Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25, 182–193.
207. Petrie, M. (2002). *Institutions, Social Norms and Well-Being*. Working paper 02/12. Wellington: The Treasury. www.treasury.govt.nz/publications/research-policy/wp/2002/02-12.

208. Piorr, A. Ravetz, J. Tosics, I. (2011). *Peri - Urbanisation in Europe: Towards European Policies to Sustain Urban-Rural Futures; Forest Landscape*, University of Copenhagen: Copenhagen, Denmark.
209. Ponzi, L., Fombrun, C. J., Gardberg, N. A. (2011). RepTrakTM Pulse: Conceptualizing and Validating a Short-Form Measure of Corporate Reputation, *Corporate Reputation Review*, Vol. 14 (1): 15-35.
210. Poore, J., Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392). 987–992.
211. Popescu, A. (2018). Maize and Wheat - Top agricultural products produce, exported and imported by Romania, Scientific Papers Series Management, *Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.18(3):339 352.
212. Popescu, A. (2018). Romania's sunflower seeds production, export and import-Analysis of the 2007-2017 period and forecast for 2018-2022 horizon, *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.18(4):261-270.
213. Popescu, A., (2016). Considerations on Beef Production, Consumption and Trade Balance in Romania (2007-2015). *Scientific Papers-Series Management Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol.16(4):267–277.
214. Popescu, A., (2020). Contribution of Agriculture to Romania's Gross Domestic Product, *Proceedings of 36th IBIMA International Conference on Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic, Competitive Advantage*, Nov. 4-5, 2020, Granada, Spain, pp.2207-2220.
215. Popescu, A., Tindecche, C, Mărcuță, A., Mărcuță, L., Honuş, (2021). Pesticides - A Problem In Romania's Agriculture? A *Scientific Papers Series, Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol. 21, Issue 4.
216. Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, pp. 78-92.
217. Pucci, T., Casprini, E., Galati, A., Zanni, L. (2020). The virtuous cycle of stakeholder engagement in developing a sustainability culture: Salcheto winery. *Journal of Business Research*, 119, 364-376.
218. Rabatsky, B., Krause, M., (2017). *Private Sector Provision of Rural Advisory Services*. Global Forum for Rural Advisory Services, Lindau, Switzwzerland. <https://www.gfras.org/es/good-practice-notes/29-private-sector-provision-of-rural-advisory-services.html>, accesat 20.06.2022.
219. Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
220. Raynolds, L. T. (2000). Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements. *Agriculture and Human Values*, 17(3). 297–309
221. Reputation Institute (2021). *Global RepTrak 100*. The RepTrak Company. disponibil pe <https://ri.reptrak.com/2021-globalreptrak-100-reputation-download-report/> download-now, accesat la 23.11.2022.
222. Rippe, K. P., Willemse, A. (2007). Survey of the current discussion, its specialties and

- the perspectives of agricultural ethics in the national context of Switzerland, *EurSafe News*. <http://www.eursafe.org/pdf/jun2007.pdf>, accesat 03.06.2022.
223. Roblyer, M.I.Z., Grzywacz, J.G., Suerken, C.K., Trejo, G., Ip, E. H., Arcury, T. A., Quandt, S. A. (2016). Interpersonal and social correlates of depressive symptoms among Latinas in farmworker families living in North Carolina. *Women Health*, 56: 177–193.
224. Rojek - Podgórska, B. (2016). EU animal welfare strategy, 2012-2015, State of play and possible next steps, EPIS briefing, No. PE 589.831, *European Parliamentary Research Service*, 1-8, disponibil la [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2016\)589831](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2016)589831), accesat la 23.04.2022.
225. Röös, E., Ekelund, L., Tjärnemo, H. (2014). Communicating the environmental impact of meat production: Challenges in the development of a Swedish meat guide. *Journal of Cleaner Production*, 73, 154–164
226. Rother, H. A. (2018). Pesticide labels: protecting liability or health? unpacking “misuse” of pesticides. *Current Opinion in Environmental Science & Health*; 4:10–5.<https://doi.org/10.1016/j.coesh.2018.02.004>. accesat 23.11.2022.
227. Rotz, S. Fraser, E.D.G. (2015). Resilience and the industrial food system: analyzing the impacts of agricultural industrialization on food system vulnerability. *Journal of Environmental Studies and Sciences* 5(3): 459–73.
228. Rowan, J. (2000). The moral foundation of employee rights. *Journal of Business Ethics*, 24, 355–361.
229. Rueda, X., Garrett, R. D., Lambin, E. F. (2017). Corporate investments in supply chain sustainability: Selecting instruments in the agri-food industry. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2480–2492.
230. Rutsaert, P., Donovan, J. (2020). Sticking with the old seed: input value chains and the challenges to deliver genetic gains to smallholder maize farmers. Sage Journals, *Outlook Agriculture*, 49(1):39–49.
231. Satoła, L., Wojewodzic, T., Sroka, W. (2018). Barriers to exit encountered by small farms in light of the theory of new institutional economics. *Agricultural Economics*, 64, 277–290.
232. Schader, C., Grenz, J., Meier, M. S., Stolze, M. (2014). Scope and precision of sustainability assessment approaches to food systems. *Ecology and Society*, 19(3).
233. Schein E. H., Schein P. A., (2017). *Organizational Culture and Leadership*, 5th Edition, Wiley.
234. Schoon, B., Grotenhuis, R. (2000). Values of farmers, sustainability and agricultural policy. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 12(1): 17–27
235. Scocco, P., Piermarteri, K. Malfatti, A. Tardella, F.M Catorci, A. (2016). Increasing drought stress negatively affects the sustainability of extensive sheep farming in sub-Mediterranean climates, *Journal of Arid Environments*, 128 (2016). p. 50 – 58.
236. Scott, S., Craig, G., Geddes, A. (2012). *Experiences of forced labour in the UK food industry*. Joseph Rowntree Foundation, York.
237. Sidgwick, H., (1962). *Methods of Ethics*, 7th ed., Chicago, IL: Chicago University Press,

p. 2.

238. Simonin, D., Gavinelli, A. (2019). The European Union legislation on animal welfare: state of play, enforcement and future activities. *Animal Welfare: From Science to Law*, 59-70.
239. Smętkowski, M. (2014). The Metropolisation Process on Different Territorial Scales: Focus on Capital City Regions in Central and Eastern European Countries; GRINCOH Working Paper Series, Paper No. 6.06. http://www.grincoh.eu/media/serie_6_spaces_territories_and_regions/grincoh_wp6.06_smetkowski.pdf, accesat 13.09.2022.
240. Smith, A. (1999). Bogăția Națiunilor IV–V, Londra, Marea Britanie: Penguin, 1999. p. 45.
241. Solomon R. C., (1992). *Ethics and Excellence: Cooperation and Integrity in Business*, New York: Oxford University Press.
242. Spellberg, B., Hansen, G.R., Kar, A., Cordova, C.D., Price, L.B., Johnson, J.R. (2016). Antibiotic resistance in humans and animals. NAM Perspectives.
243. Sroka, W., Pölling, B., Mergenthaler, M. (2019). City adjustments as the main factor of success of urban and peri-urban farms-empirical evidence from the Ruhr metropolis. NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences, Volume 89.
244. Stevens, T. M., Aarts, N., Termeer, C. J. A. M., Dewulf, A. (2018). Social media hypes about agro-food issues: Activism, scandals and conflicts. *Food Policy*, 79, 23–34.
245. Stone, C. D. (1975). *Where the law ends*. New York: Harper Row.
246. Surbhi, S. (2018). *Difference Between Morals and Ethics* <https://keydifferences.com/difference-between-morals-and-ethics.html> accesat 28.12.2022.
247. The Internet Encyclopedia of Philosophy. <https://iep.utm.edu/virtue/#:~:text=Virtue%20ethics%20is%20a%20broadto%20bring%20about%20good%20consequences>.
248. Treviño, L. K. Brown, M. Pincus-Hartman, L. (2003). A Qualitative Investigation of Perceived Executive Ethical Leadership: Perceptions from Inside and Outside the Executive Suite, *Human Relations* 56, no. 1: 5–37.
249. Trevino, L. K., Nelson, K. A. (2013). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right*, 6th Edition, Wiley.
250. Treviño, L. K., Weaver G. R., Gibson, D. G., Toffler, B. L., (1999). Managing Ethics and Legal Compliance: What Works and What Hurts, *California Management Review*, 41, no. 2 (1999): 131–51.
251. Tyson Foods. Commitments for continuous improvement in the workplace. <http://www.tysonfoods.com/responsible-food/workplace-commitment>. accesat 26.07.2022.
252. U.S. Department of Commerce (2017). Economics and Statistics Administration. Taking the high road: new data shows higher wages may increase productivity, among other benefits. <http://esa.doc.gov/sites/default/files/taking-the-high-road-new-data-show-higher-wages-may-increase-productivity-among-other-benefits.pdf>. Accesat 25.02.2023.
253. United Nations, (1948). Universal Declaration on Human Rights, <http://www.un.org/Overview/rights.html>

254. USAID, (2019). Strengthening private sector extension and advisory services – portfolio review. In: Developing Local Extension Capacity Project. Washington D.C. https://www.agrilinks.org/sites/default/files/dlec_strengthening_private_sector_extension_and_advisory_services_full_report.pdf, accesat 05.06.2022.
255. USDA, (2020). Challenging Prospects for Romania's Poultry Industry, disponibil la www.fas.usda.gov/data/romania-challenging-prospects-romanias-poultry-industry, accesat 23.01.2023.
256. van Assche, K. A. M., Hornidge, A. K. (2015). *Rural development: Knowledge and expertise in governance*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
257. Van Mill, D. (1996). The possibility of rational outcomes from democratic discourse and procedures. *Journal of Politics*, 58(3):734–752.
258. van Ruth, S., M., Huisman, W., Luning, P.A., (2017). Food fraud vulnerability and its key factors. *Trends in Food Science and Technology* 67, 70- 75.
259. van Veldhuizen, L., Rappoldt, A., Bitzer, V., Mur, R. (2018). Understanding Agribusiness-based Advisory Services: Findings of a Learning Trajectory. KIT Royal Tropical Institute; Amsterdam, The Netherlands. <https://www.kit.nl/wp-content/uploads/2018/11/ABAS-synthesis-report-final.pdf>. accesat 05.12.2022.
260. van Zanten, H. H. E., Herrero, M., van Hal, O., Röös, E., Muller, A., Garnett, T., Gerber, P. J. Schader, C., De Boer, I. J. M., (2018). Defining a land boundary for sustainable livestock consumption. *Global Change Biology*, 24(9). 4185–4194.
261. Veissier, I., Butterworth, A., Bock, B., Roe, E. (2008). European approaches to ensure good animal welfare. *Applied Animal Behavior Science*, 113(4). 279-297.
262. Velasquez, M. G. (2014). *Business ethics: Concepts and cases*, Pearson Education Limited
263. Velasquez, M. G., Andre, C., Shanks, T., S. J., Meyer, M. J. (2014). *The common good*. Markkula Center, Santa Clara University. <http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/commongood.html>.
264. Verčić, A.T., Čorić. D.S. (2018). The Relationship Between Reputation, Employer Branding and Corporate Social Responsibility. *Public Relations Review*, 44, no. 4, pp. 444-52.
265. Vroegindeweij, R., Hodbod, J., (2018). Resilience of Agricultural Value Chains in Developing Countries Contexts: A Framework and Assessment Approach, *Sustainability*, 10 (4).
266. Walker, K., (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory, *Corporate Reputation Review*, vol. 12 (4): 370.
267. Walsh, G., Beatty, S E., (2007). Customer-Based Corporate Reputation of a Service Firm: Scale Development and Validation, *Journal of the Academy Science*, Vol. 35: 129.
268. Wartick, S., (2002). Measuring Corporate Reputation: Definition and Data, *Business Society*, Vol. 41 (4):371-393.
269. Weiss, J. W., (2021). *Business Ethics*, Seventh Edition, 7th Edition, Berrett-Koehler Publishers.

270. Wiese, A., Toporowski, W. (2013). CSR failures in food supply chains—An agency perspective. *British Food Journal.*, 115, 92–107.
271. William, H. S. (2002). *Business Ethics*, 4th ed., Singapore: Thomson/Wadsworth, p. 33.
272. Wiskerke, J. S. C. (2009). On places lost and places regained: Reflections on the alternative food geography and sustainable regional development. *International Planning Studies*, 14(4). 369–387.
273. Witjes, S., Vermeulen, W.J.V., Cramer, J.M. (2017). Exploring Corporate Sustainability Integration into Business Activities. Experiences from 18 Small and Medium Sized Enterprises in the Netherlands.,*Journal of Cleaner Production* 153, pp. 528–38.
274. Woermann, M. (2013). *On the (im)possibility of business ethics: Critical complexity, deconstruction, and implications for understanding the ethics of business*. New York: Springer.
275. Wojcik, J. (1989). *The Arguments of Agriculture*. Purdue University Press, West Lafayette, Indiana.
276. Worldometer, (2021). Pesticides use by country, <https://www.worldometers.info/foodagriculture/pesticides-by country/>, Accesat la 01.10. 2022.
277. Zagata, L., Sutherland, L. A. (2015). Deconstructing the 'young farmer problem in Europe': towards a research agenda, *Journal of Rural Studies*, 38 pp. 39 – 51.
278. Zampati, F. (2023). Ethical and Legal Considerations in Smart Farming: A Farmer's Perspective. In: Williamson, H.F., Leonelli, S. (eds) *Towards Responsible Plant Data Linkage: Data Challenges for Agricultural Research and Development*. Springer, Cham.
279. Zimmerli, D. (2015). Something old, something new: relying on the traditional agricultural cooperative to help farmers solve the power imbalance in modern meatpacker production contracts. *Agricultural Law Review* 24: 59–92.
280. Zraková, D., Demjanovičová, M., Kubina, M. (2019). Online reputation in the transport and logistics field. *ScienceDirect, Transportation Research Procedia*, 40:1231–1237.



**Curriculum vitae
Europass**



Informații personale

Nume / Prenume **GHIȚĂ NICOLETA MIHAELA**

Adresă(e) Com.Ciorogârla,str. Școlii,nr.28A , jud Ilfov

Telefon(oane) 0744380384

Fax(uri)

E-mail(uri) ghita_mihaela03@yahoo.com

Naționalitate(-tăți) Română

Data nașterii 03.09.1984

Sex Feminin

Locul de muncă vizat / Domeniul ocupațional Profesor – Colegiul Tehnic Iuliu Maniu
Învățământ

Experiența profesională

Perioada 01.09.2011-până în prezent

Funcția sau postul ocupat Profesor Turism

Activități și responsabilități principale Profesor

Numele și adresa angajatorului Liceul Tehnologic Costin C.Kirițescu, str Peștera Dâmbovicioara,nr 10, sector 6, București(2011-2013)
Colegiul Tehnic „Iuliu Maniu”,Bd. Iuliu Maniu nr 381-391, sector 6, București.(2013-până în prezent)

Tipul activității sau sectorul de activitate Predare- Învățare

Educație și formare Facultatea de Management Agroturistic- Inginerie și management în alimentația publică și agroturism

Perioada 2003-2008

Calificarea / diploma obținută Inginer Diplomat / Inginerie și management în alimentația publică și agroturism

Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite	Turism, Alimentație publică, Contabilitate, Management special, Marketing
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Universitatea Bioterra din București, Facultatea de Management Agroturistic, Universitate privată acreditată.
Nivelul în clasificarea națională sau internațională	Licență
Perioada	
Calificarea / diploma obținută	2015-2017
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite	Diploma de Master
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Marketing și comunicare în afaceri
Nivelul în clasificarea națională sau internațională	UNIVERSITATEA CREȘTINĂ „DIMITRIE CANTEMIR“ BUCUREȘTI FACULTATEA DE MARKETING
	Master

Perioada	2015-2017
Calificarea / diploma obținută	
Disciplinele principale studiate / competențe profesionale dobândite	Diplomă de Bacalaureat Studii liceale
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Matematică -Informatică
Nivelul în clasificarea națională sau internațională	Liceul Teoretic „I.C Vissarion” Titu, Dâmbovița
Perioada	
	Formare continuă
	1999-2003

Aptitudini și competențe personale

- DOCTORAND 2017-Prezent
UNIVERSITATEA,,VALAHIA,, TÂRGOVIȘTE, MANAGEMENT
 - Expert antreprenoriat în cadrul proiectului POSDRU ID 151910 cu titlul „Program de asistență antreprenorială pentru elevi”.
 - Cursuri de Psihopedagogie Nivelul I și II, Mediator Școlar. Instrumente online pentru educație
 - Cursul « Competențe antreprenoriale » Extinderea Competențelor Tic în învățământ.
 - Certificat de acordare a Definitivării în învățământ-Turism și servicii-sesiunea 2014
 - Program de formare profesională continuă- Scriere, management și implementare proiecte- Universitatea Spiru Haret- București
- capacitate de înțelegere, -capacitate de ascultare activă, capacitate de analiză și sinteză, -ordine, -metodă, -capacitate de evaluare și analiză.- atenție distributivă și concentrare, -memorie vizuală și auditivă, calm
- consecventă. -corectitudine , -discreție, -politețe, -solicitudine, -punctualitate ,
- conștiințiozitate, organizare, lucru în echipă
- responsabilitate, -adaptabilitate

1.Franceza, 2. Engleza

Limba(i) străină(e)
cunoscută(e)

Autoevaluare
Nivel european (*)

Franceza

Engleză

Competențe și abilități sociale

Competențe și aptitudini organizatorice

Autoevaluare Nivel european (*)	Înțelegere		Vorbire		Scriere	
	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă	
Franceza	1 avansat	avansat	avansat	avansat	avansat	avansat
Engleză	2 mediu	mediu	mediu	mediu	mediu	mediu

Bun negociator , comunicare, punctuală, dinamică, capacitate de organizare, lucrul în echipă dar și individual, acțiuni de voluntariat.

Coordonator activități, bun organizator, spirit de echipă.

<p>Competențe și aptitudini tehnice</p> <p>Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului</p>	<p>Absolventă a Facultății de Management Agroturistic și a Facultății de Marketing. Operarea cu mijloacele moderne de învățământ: videoproiector, DVD, retroproiector, aparat foto, mijloace de învățământ specifice domeniului de pregătire.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Competențe de utilizare a calculatorului Word, Power Point, Excel, în cadrul cursurilor de formare continuă și perfecționare -Atestat profesional dobândit în liceu. -Am obținut Atestat de formare Continuă a personalului didactic – „Instrumente online pentru Educație”.
---	---

Alte competențe și aptitudini

- Definitivare în învățământ sesiunea 2014
 - Am urmat :-Programul de inițiere –Competențe antreprenoriale , anul 2014
 - Programul de formare Profesională Competențe antreprenoriale organizat de Univ. Spiru Haret în cadrul Proiectului POSDRU 97/6.3/S/64240”ProFeminAntrep- Promovarea egalității de șanse în antreprenoriat”.
 - Am absolvit cursurile Departamentului pentru pregătirea personalului didactic , nivel I și nivel II
 - Am participat la Târgul Regional al Firmelor de Exercițiu, Brașov ,2013, unde am obținut Diploma Locul I pentru SITE.
 - Am participat la Târgul Regional „Primăvara Firmelor de Exercițiu” , organizat de Colegiul Economic „Virgil Madgearu”,București, 2013,unde am obținut:
 - Premiul I la Competiția „Cel mai bun Catalog”
 - Premiul III la Competiția „Cel mai bun Stand”
 - Premiul Mențiune la Competiția „Cea mai Bună Prezentare multimedia – Power Point.
 - Am participat la Targul Regional al Firmelor de Exercitiu, 2013, organizat de Liceul Tehnologic „Costin C. Kirileanu”, București.
 - Am participat la Simpozionul Național ”Porți Deschise spre Mediul de Afaceri” organizat în cadrul Târgului Regional al Firmelor de Exercițiu, 2013, desfășurat la Liceul Tehnologic „Costin C. Kirileanu”, București, cu lucrarea Sejur Ecoturistic.
 - Am participat la organizarea evenimentului Redescoperă arhiva Sahia Film, Promovarea patrimoniului cinematografic românesc în rândul generației tinere, Proiect desfășurat de Global Media Research, 2014.
 - Am obținut Certificat de Mediator scolar, 2012
 - Am participat la cursul de Formare Cu tema „ Ora de Dirigentie” Nov. 2014-ian 2015.
 - Am participat la programul J.A- Trening-Programul Național de dezvoltare a antreprenoriatului prin educație „ learning by doing”, 2014-2015.
 - Am obținut Atestat de formare Continuă a personalului didactic – „Instrumente online pentru Educatie”.
 - Am obținut Certificat de apreciere pentru implicarea activă în Proiectele de tineret a Municipiului București, 2012.
 - Am participat la Concursul National de Matematica Euclid în calitate de administrator test, administrator zonal, organizator principal și evaluator, an școlar 2012-2013.
 - Am urmat cursurile Programului de Formare Continuă –*Scriere. Management și Implementare de Proiecte*
 - Certificat de participare la cursul POSDRU/87/1.3/S/64227-INSTRUMENTE ONLINE PENTRU EDUCAȚIE
 - Certificat de participare la Proiect de promovare a sănătății din Europa- Programul “Planet Youth - Evidence-Based Drug Prevention”
 - Certificat participare la Training-ul –Programul național de dezvoltare a antreprenoriatului prin educatie “learning by doing”
 - Adeverință coordonare Conferința Națională – Utilizarea softurilor educationale în era digitală
 - Diplomă de participare la Conferința Regională a proiectului –Consumator informat-Consumator câștigat.⁹³
 - Certificat de participare la cursul – Instrumente online pentru educație

	<ul style="list-style-type: none"> - Certificat de absolvire a Programul de specializare competențe antreprenoriale, organizat de CEED România. - Certificat de participare la Programul de formare profesională competențe antreprenoriale, organizat de Universitatea Spiru Haret. - Adeverinta de participare la Conferința UPB- Viitorul în educație și inginerie - Diplomă de participare la Conferința Națională- Utilizarea softurilor educaționale în era digitală -Certificat de absolvire a cursului în cadrul proiectului European “Global Learning Approach on Food Waste in Non- Formal Education-CSOLA/2017/388-342” - Diplomă de participare la Seminarul de contact din cadrul Programului Erasmus+
Permis(e) de conducere	Dețin permis de conducere auto categoria B
Informații suplimentare	-Am publicat în revista Alimetea nr.7/2017 lucrarea cu titlul Alimente Sănătoase!, În cadrul proiectului educativ Alimentație Sănătoasă-Încotro? al Colegiului Tehnic ”Dumitru Mangeron” Bacău, ISSN 2343-8398, ISSN-L 2343-8398

LISTA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE

- ✓ Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania,
Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania,
Quality Leaders And Quality Management, International Conference « Global interferences of knowledge society », November 16-17th, 2018, Targoviste, Romania, *LUMEN Proceedings*, 8(1), **ISSN (print):** 2601 – 2510, **ISSN (on-line):** 2601 – 2529, **ISSN-L:** 2601 – 2510, **ISBN:** 978-1-910129-20-3, p.213- 222.
✓ <https://doi.org/10.18662/lumproc.138>
- ✓ Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania,
Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, *The Concept Of " Tourism Community " Economic Debates-* Volume 10 Issue 2 /2021, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-5.
✓ <https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>

- ✓ Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***The Impact On Performance Workplace Teamwork, Economic Debates***- Volume 10 Issue 1 /2021, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-6.
<https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>

- ✓ Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***Effects Of Stress On Work Performance, Economic Debates -Volume 11, Issue 1, 2022***, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, **pp.1-5.**
<https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>

- ✓ Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***The Local Community And Agrotourism, Economic Debates -Volume 9, Issue 2, 2020***, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-4.
<https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>

- ✓ Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AGRO-TOURISM IN THE EUROPEAN UNION AND IN ROMANIA***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068 - 1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 90-97.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>

- ✓ Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***A Comprehensive Guide to Understanding the Key Benefits of MRC Systems and Solutions***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068 - 1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p.119-123.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>

- ✓ Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***Building a Strong Relationship: Why Effective Communication with Customers is Key to Business Success***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068-1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 114-118.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>

- ✓ Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***Challenges of CRM in the context of the digital age or social CRM versus traditional CRM***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068-1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 109-113.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>

- ✓ Prof. univ. dr. Ionica ONCIOIU, Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania, *From Impulsive to Methodical: Leveraging Psychology to Reach Different Types of Consumers in Marketing*, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068-1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 129-132.
- ✓ <https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>
- ✓ **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania, **THE IMPACT OF ETHICAL PRACTICES ON THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES, MANAGEMENT INTERCULTURAL**, *Jurnal bianual de cultură managerială*, Volum XXV-Issue 50/2023, ISSN-L: 1454-9980 (ISSN Print: 1454-9980, ISSN Online: 2285-9292, ISSN Media: 2285-9284), p. 19-23.
- ✓ <https://mi.seaopenresearch.eu/open-acces-online-archive.html>
- ✓ <https://seaopenresearch.eu/Journals/mi/>

LISTĂ PARTICIPĂRI CONFERINȚE

- ✓ International Conference “GLOBALIZATION, INNOVATION AND DEVELOPMENT. TRENDS AND PROSPEC,,,(G.I.D.T.P) , MAY 16-17, 2018 140003-Alexandria, Roumanie. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **GESTION DE LA QUALITÉ ET DE LA QUALITÉ:ÉTAPES FONDAMENTALES**.
- ✓ International Conference “GLOBALIZATION, INNOVATION AND DEVELOPMENT. TRENDS AND PROSPEC,,,(G.I.D.T.P) , MAY 16-17, 2018 140003-Alexandria, Roumanie. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **The impact of quality management on agritourism**.
- ✓ SIMPOZIONUL CERCETĂRILOR DOCTORALE, IOSUD –25 sept 2018, Universitatea Valahia din Târgoviște. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Implementation of total quality management in tourism activity**.
- ✓ INTERNATIONAL CONFERENCE « Global interferences of knowledge society »2nd Edition,16 - 17 NOVEMBER 2018,Târgoviște-ROMANIA.Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Quality Leaders and Quality Management**.

- ✓ International Conference "Knowledge Economy –Challenges of the 21st Century" organized by Constantin Brancoveanu University in Nov.29.2018, Pitești. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania. **Rural Tourism - Alternative to The development of Dambovi's rural areas.**

- ✓ INTERNATIONAL CONFERENCE "Contemporary Challenges for the Society in the Context of the Recent Economic and Social Changes"-3rd Edition-June 20-22, 2019 Valahia University of Targoviste, Romania. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **The Characteristics of "Rural" and "Urban" Societies.**

- ✓ International Conference "GLOBALIZATION, INNOVATION AND DEVELOPMENT. TRENDS AND PROSPECTS"(G.I.D.T.P.), November, 28-29,2019, Valahia University of Târgoviște, Romania. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania. **Implications of rural tourism on the development of Romanian rural areas.**

- ✓ LUMEN International Scientific Conference NASHS 2020 © | online conference |25-26 June,2020| 1, Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Tourism and New Media, a Possible Combination in Rural Contexts? Central and Eastern European.**

- ✓ International Conference GIKS 2021 Global Interferences of Knowledge Society 12-13 November 2021, Valahia University of Targoviste, Romania. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Tourism Strategies and Rural Development.**

- ✓ Conferința Internațională ''STRATEGII ȘI POLITICI DE MANAGEMENT ÎN ECONOMIA CONTEMPORANĂ'' (ediția a VIII-a) - ICSPM 2023, 24 - 25 martie 2023, Academia de Studii Economice din Moldova. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **FORMS OF DEVELOPMENT AND PROMOTION OF RURAL TOURISM.**

LISTA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE

1. Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, *Quality Leaders And Quality Management*, International Conference « Global interferences of knowledge society », November 16-17th, 2018, Targoviste, Romania, *LUMEN Proceedings*, 8(1), **ISSN (print)**: 2601 – 2510, **ISSN (on-line)**: 2601 – 2529, **ISSN-L**: 2601 – 2510, **ISBN**: 978-1-910129-20-3, p.213- 222. <https://doi.org/10.18662/lumproc.138>
2. Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, *The Concept Of " Tourism Community " Economic Debates*- Volume 10 Issue 2 /2021, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-5. <https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>
3. **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, *The Impact On Performance Workplace Teamwork, Economic Debates*- Volume 10 Issue 1 /2021, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-6. <https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>
4. **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, *Effects Of Stress On Work Performance, Economic Debates -Volume 11, Issue 1, 2022*, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-5. <https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>
5. Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, *The Local Community And Agrotourism, Economic Debates -Volume 9, Issue 2, 2020*, ISSN 2360-1973, ISSN-L 2248-3837, pp.1-4. <https://econpapers.repec.org/article/sdbsocial/>

6. **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AGRO-TOURISM IN THE EUROPEAN UNION AND IN ROMANIA***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068 - 1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 90-97.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>
7. Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***A Comprehensive Guide to Understanding the Key Benefits of MRC Systems and Solutions***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068 - 1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p.119-123.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>
8. Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***Building a Strong Relationship: Why Effective Communication with Customers is Key to Business Success***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068-1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 114-118.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>
9. Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, ***Challenges of CRM in the context of the digital age or social CRM versus traditional CRM***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068-1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 109-113.
<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>
10. Prof. univ. dr. Ionica ONCIOIU, Lect. univ. dr. Mihaela Mirela DOGARU, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania, ***From Impulsive to Methodical: Leveraging Psychology to Reach Different Types of Consumers in Marketing***, UNIVERS STRATEGIC - Revistă de Studii Strategice

Interdisciplinare și de Securitate Nr. 1(53)/2023, ISSN 2068-1682 Online, ISSN 2067-7464 Print, p. 129-132.

<https://iss.ucdc.ro/revista.html-martie 2023>

11. Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania, **THE IMPACT OF ETHICAL PRACTICES ON THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES**, MANAGEMENT INTERCULTURAL, Jurnal bianual de cultură managerială, Volum XXV-Issue 50/2023, ISSN-L: 1454-9980 (ISSN Print: 1454-9980, ISSN Online: 2285-9292, ISSN Media: 2285-9284), p. 19-23.

<https://mi.seaopenresearch.eu/open-acces-online-archive.html>

<https://seaopenresearch.eu/Journals/mi/>

LISTĂ PARTICIPĂRI CONFERINȚE

1. International Conference “GLOBALIZATION, INNOVATION AND DEVELOPMENT. TRENDS AND PROSPEC,,(G.I.D.T.P) , MAY 16-17, 2018 140003-Alexandria, Roumanie. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **GESTION DE LA QUALITÉ ET DE LA QUALITÉ:ÉTAPES FONDAMENTALES**.
2. International Conference “GLOBALIZATION, INNOVATION AND DEVELOPMENT. TRENDS AND PROSPEC,,(G.I.D.T.P) , MAY 16-17, 2018 140003-Alexandria, Roumanie. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **The impact of quality management on agritourism**.
3. SIMPOZIONUL CERCETĂRILOR DOCTORALE, IOSUD –25 sept 2018, Universitatea Valahia din Târgoviște. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student

University Valahia of Targoviște,Romania, **Implementation of total quality management in tourism activity.**

4. INTERNATIONAL CONFERENCE « Global interferences of knowledge society »^{2nd} Edition,16 - 17 NOVEMBER 2018,Târgoviște-ROMANIA.Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Quality Leaders and Quality Management**.
5. International Conference “Knowledge Economy –Challenges of the 21st Century” organized by Constantin Brancoveanu University in Nov.29.2018, Pitești. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania. **Rural Tourism - Alternative to The development of Dambovi's rural areas.**
6. INTERNATIONAL CONFERENCE “Contemporary Challenges for the Society in the Context of the Recent Economic and Social Changes”-3rd Edition-June 20-22, 2019 Valahia University of Targoviste, Romania. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **The Characteristics of "Rural" and "Urban" Societies.**
7. International Conference "GLOBALIZATION, INNOVATION AND DEVELOPMENT. TRENDS AND PROSPECTS"(G.I.D.T.P.), November, 28-29,2019, Valahia University of Târgoviște, Romania. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște, Romania. **Implications of rural tourism on the development of Romanian rural areas.**

8. LUMEN International Scientific Conference NASHS 2020 © | online conference |25-26 June,2020| 1, Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Tourism and New Media, a Possible Combination in Rural Contexts? Central and Eastern European.**
9. International Conference GIKS 2021 Global Interferences of Knowledge Society 12-13 November 2021, Valahia University of Targoviste, Romania. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **Tourism Strategies and Rural Development.**
10. Conferința Internațională ”STRATEGII ȘI POLITICI DE MANAGEMENT ÎN ECONOMIA CONTEMPORANĂ” (ediția a VIII-a) - ICSPM 2023, 24 - 25 martie 2023, Academia de Studii Economice din Moldova. Lucrare prezentată: Delia – Mioara POPESCU, PhD, Professor University "Valahia" of Targoviște, Romania, **Duță (Ghiță) Nicoleta Mihaela**, PhD Student University Valahia of Targoviște,Romania, **FORMS OF DEVELOPMENT AND PROMOTION OF RURAL TOURISM.**