

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI



Școala Doctorală Administrarea Afacerilor

TEZĂ DE DOCTORAT

Prezentată și susținută public de către autor:

SANDRA DIANA I.C. CHIȚA

Titlul tezei de doctorat:

**CERCETĂRI PRIVIND UTILIZAREA REȚELELOR SOCIALE ÎN
BUSINESS-UL ORGANIZAȚIEI**

Conducător de doctorat: Prof.univ.dr. ROXANA SÂRBU

Comisia de susținere a tezei de doctorat:

Prof.univ.dr. Andreea Simona Săseanu (președinte)-Academia de Studii Economice din București

Prof.univ.dr. Anca Cristina Stanciu (referent) -Universitatea Ovidius din Constanța

Prof.univ.dr. Kamer Ainur Aivaz (referent) -Universitatea Ovidius din Constanța

Conf.univ.dr. Răzvan Dina (referent) -Academia de Studii Economice din București

Prof.univ.dr. Roxana Sârbu (conducător de doctorat) - Academia de Studii Economice din București

București, septembrie 2024

a. CUPRINS

INTRODUCERE	1
PARTEA I: STADIUL ACTUAL AL CUNOAȘTERII ÎN DOMENIUL CERCETAT	3
1. FUNDAMENTELE REȚELELOR SOCIALE	3
1.1. EVOLUȚIA REȚELELOR SOCIALE	3
1.1.1. Definiția și istoricul rețelelor sociale	3
1.1.2. Categoriile de rețele sociale	12
1.1.3. Tendințe recente în utilizarea rețelelor sociale	20
1.2. IMPACTUL REȚELELOR SOCIALE	22
1.2.1. Pericolele asociate rețelelor sociale	22
1.2.2. Rolul rețelelor sociale în business și riscurile asociate	24
1.3. AVANTAJELE UTILIZĂRII REȚELELOR SOCIALE ÎN CONTEXTUL COVID-19 PENTRU ORGANIZAȚII	26
1.3.1. Amplificarea prezenței online a brandului în perioada pandemiei	27
1.3.2. Facilitarea comunicării cu clienții și obținerea rapidă a reacțiilor cu ajutorul rețelelor sociale	29
2. PROVOCĂRI ȘI RISCURI ASOCIATE UTILIZĂRII REȚELELOR SOCIALE	31
2.1. PROBLEMATICA ȘTIRILOR FALSE ÎN MEDIUL ONLINE	31
2.1.1. Definiția și tipurile de știri false	31
2.1.2. Impactul știrilor false asupra brandului și reputației	38
2.1.3. Strategii privind utilizarea responsabilă a rețelelor sociale	40
2.2. CONFLICTELE DE IDENTITATE ȘI PROBLEME DE SECURITATE CIBERNETICĂ	42
2.2.1. Amenințările la adresa confidențialității datelor	43
2.2.2. Gestionarea conturilor compromise	46
2.2.3. Educarea angajaților privind securitatea online	49
2.3. EFECTELE UTILIZĂRII REȚELELOR SOCIALE ASUPRA PRODUCTIVITĂȚII	51
2.3.1. Distragerile și pierderea timpului	51
2.3.2. Efectele pozitive ale utilizării rețelelor sociale asupra angajaților	52
3. FLEXIBILITATEA, TELEMUNCA ȘI INTEGRAREA REȚELELOR SOCIALE ÎN BUSINESS	54
3.1. TRANSFORMĂRILE MAJORE PE PIAȚA MUNCII: AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE	54
3.1.1. Formele flexibilității referitor la programul de lucru	54
3.1.2. Reducerea costurilor cu ajutorul telemuncii	58
3.1.3. Provocările colaborării la distanță	62
3.2. UTILIZAREA REȚELELOR SOCIALE CA INSTRUMENT DE COMUNICARE ÎN CADRUL ECHIPELOR CE ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA ONLINE	66
3.2.1. Platforme de comunicare și colaborare	66
3.2.2. Crearea unei culturi organizaționale online	68
3.3. ROLUL REȚELELOR SOCIALE ÎN MENȚINEREA SĂNĂTĂȚII MINTALE A ANGAJAȚILOR	71
3.3.1. Metode de socializare virtuală	71
3.3.2. Resurse pentru gestionarea stresului în mediul de lucru online	73

PARTEA a II-a : CERCETARE	76
4. CERCETĂRI PRIVIND LEGĂTURILE DINTRE REȚELELE SOCIALE, ORGANIZAȚII ȘI ANGAJAȚI CA INSTRUMENT DE BUSINESS ÎN MEDIUL DIGITAL	76
4.1. CERCETARE CANTITATIVĂ PRIVIND UTILIZAREA REȚELELOR SOCIALE ÎN BUSINESS	76
4.1.1. Motivația, scopul, obiectivele cercetării	77
4.1.2. Descrierea metodei de cercetare	80
4.1.3. Mărimea și structura eșantionului	81
4.1.4. Rezultatele și interpretările cercetării	93
4.2. CONTRIBUȚII PERSONALE	128
4.3. LIMITĂRI ȘI DIRECȚII VIITOARE ALE CERCETĂRII	129
CONCLUZII	130
BIBLIOGRAFIE	133
ANEXE	163
ANEXA 1. LISTA LUCRĂRILOR PUBLICATE	163
ANEXA 2: LISTĂ DE ABREVIERI	165
ANEXA 3: CHESTIONARUL	166
ANEXA 4: ANALIZA DATELOR ÎN SPSS	177
ANEXA 5: LISTA FIGURILOR	178
ANEXA 6: LISTA TABELELOR	181

b. CUVINTE CHEIE

rețele sociale, brand profesional, cultură organizațională, rețea profesională, conținut online

c. Sinteza lucrării

Lucrarea cu titlul “Cercetări privind utilizarea rețelelor sociale în business-ul organizației” abordează o tematică legată de cotidian, într-o perioadă în care internetul stă la baza tuturor lucrurilor, iar situații precum pandemia de COVID-19 acționează ca factori ce accelerează procesul de transformare spre o societate tot mai digitalizată. Rețelele sociale sunt acum esențiale pentru strategiile de business ale organizațiilor din cauza globalizării și digitalizării rapide. Ele afectează felul în care organizația comunică cu diverși actori și clienți și are un impact direct atât asupra imaginii mărcii cât și a renumelui din jurul brandului. Rețelele sociale au devenit platforme esențiale de comunicare și colaborare în cadrul echipelor. Acestea permit nu doar menținerea legăturii între membrii echipei, ci și crearea unei culturi organizaționale online care să sprijine angajații și să sporească sentimentul de apartenență. Socializarea virtuală și resursele pentru gestionarea stresului în mediul de lucru online sunt aspecte ce trebuie integrate de

organizațiile care doresc să mențină un echilibru între productivitate și bunăstarea angajaților. În prezent, rețelele sociale sunt împărțite în diferite categorii, fiecare având funcționalități specifice care devin indispensabile pentru mediul de afaceri pe măsură ce sunt adoptate de un număr tot mai mare de utilizatori. Această lucrare studiază fundamentele rețelelor sociale, provocările și riscurile asociate utilizării acestora, precum și integrarea lor în business, cu un accent pus pe flexibilitate și telemuncă. Partea de cercetare propriu-zisă are ca principal obiectiv studierea motivelor care stau la baza utilizării rețelelor sociale în context profesional. Organizațiile își pot extinde vizibilitatea și pot construi relații mai puternice cu publicul țintă prin utilizarea strategică a acestor platforme. Rețelele sociale sunt un instrument esențial și pentru angajații ce vor să își dezvolte imaginea sau altfel spus brandul personal pe piața muncii. Alte puncte de interes ale acestei lucrări sunt investigarea relației dintre utilizarea rețelelor sociale, cultura organizațională și satisfacția la locul de muncă, urmate de dezvoltarea sentimentului de apartenență organizațională datorată folosirii platformelor de socializare. Rețelele sociale aduc o contribuție semnificativă la consolidarea unei culturi organizaționale puternice, încurajând interacțiunea și colaborarea între membrii echipei, determinând astfel o îmbunătățire a satisfacției la locul de muncă și implicit a performanței. Acest studiu investighează impactul mediei sociale asupra formării unei rețele profesionale pe termen lung, obținut prin implicarea organizației și a resurselor sale pentru promovarea utilizării rețelelor sociale. Lucrarea este bazată pe cercetarea de tip cantitativ privind utilizarea rețelelor sociale în business-ul organizației, scopul și efectele acesteia. Metoda de cercetare cantitativă implică planificarea cercetării, elaborarea chestionarului și examinarea atentă a răspunsurilor colectate. Acest studiu aduce la lumină o mulțime de concluzii relevante în ceea ce privește înțelegerea detaliată a impactului integrării strategice a rețelelor sociale în schimbarea dinamicii organizaționale, furnizând perspective importante pentru îmbunătățirea utilizării lor în mediul de afaceri. Cercetarea este benefică pentru toți cei implicați în domeniul organizațiilor care apelează la rețelele sociale sau iau în considerare utilizarea lor și sunt interesați de motivația din spatele acestei decizii.