

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Consiliul pentru Studiile Universitare de Doctorat

Școala doctorală

Economie I

**ECONOMIA COLABORATIVĂ.
PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU ROMÂNIA**

ANA-MARIA G. BOCĂNEALĂ (MURARIU)

Conducător de doctorat: Prof. Emerit, prof. univ. dr. Marta Christina
SUCIU

Conducător de doctorat în cotutelă: Prof. univ. dr. Andreea Claudia
ȘERBAN

București, 2025

REZUMAT

Economia colaborativă reflectă un model socio-economic relativ nou aflat într-o etapă de dezvoltare rapidă care implică tot mai mult apelarea la platformele digitale online. Astăzi, economia colaborativă este considerată a fi o prioritate în cadrul majorității agendelor politice din Uniunea Europeană. Acest fapt se datorează acordului experților din domeniu asupra potențialului acestui nou tip de model socio-economic de a influența puternic viitorul pieței muncii, relațiile de muncă, în special ca urmare a amplificării necesității de a concentra eforturile în direcția dobândirii și îmbunătățirii competențelor digitale, în spiritul educației derulate de-a lungul întregii vieți (LifeLong Learning).

Economia colaborativă este considerată a fi, în același timp, un rezervor al inovării și stimulării manifestării potențialului creativ putând contribui activ și la schimbarea modelului paradigmatic în domeniul leadershipului, cu accent pe *leadershipul creativ-inovativ orientat spre oameni*. Dezvoltarea noilor tehnologii digitale presupune și în ceea ce privește leaderii ca aceștia să dețină și să fie deschiși pentru o permanentă îmbunătățire a setului complex de competențe (atât cele digitale dar și cele de tip *soft skills* și *high skills*) care să le permită și să le faciliteze o cât mai bună, eficientă și eficace gestionare a relațiilor tot mai complexe de interacțiune dintre oameni și tehnologii în cadrul unor ecosisteme dinamice care nu de puține ori trebuie să facă față provocărilor unui mediu socio-economic și ecologic tot mai turbulent pe plan internațional, regional și național.

În cadrul tezei de doctorat am pus un accent deosebit pe analiza economiei colaborative la nivelul *organizațiilor neguvernamentale din România*. În acest sens, din punct de vedere *metodologic* s-a apelat atât la o *cercetare calitativă*, cât și la o *cercetare cantitativă*.

Consider că *cercetarea calitativă* poate contribui la facilitarea unei mai bune înțelegeri a impactului potențial al ONG-urilor asupra economiei colaborative cu accent asupra identificării modului în care această economie poate fi dezvoltată pe diversele paliere decizionale (micro, macro și mezzoeconomic) asigurând premise favorabile pentru asigurarea, pe termen mediu și lung a unei convergențe strategice.

De asemenea, după părerea mea, cercetarea pe care am derulat-o în cadrul programului de pregătire doctorală poate facilita oferirea unei imagini cât mai pertinente privind impactul potențial al ONG-urilor din perspectiva aplicării principiilor economiei colaborative și implicit asupra oportunităților de dezvoltare în conformitate cu principiile competitivității și convergenței (cu referire specială la *convergența strategică*).

Cercetarea cantitativă are ca scop identificarea *provocărilor și a oportunităților leaderului creativ-inovativ din ONG-uri în economia colaborativă*. În urma cercetării cantitative, rezultatele

obținute din interpretarea informațiilor colectate prin metoda sondajului (chestionar aplicat online), determină o cunoaștere mai aprofundată a *economiei colaborative* la nivelul ONG-urilor. Rezultatele relevă faptul că ONG-urile pot contribui la bunăstarea comunităților, prin încurajarea dezvoltării de platforme colaborative proprii. Practicile colaborative s-au dovedit de multe ori, ca fiind o alternativă socio-economică la numeroasele crize interconectate. Economia colaborativă este considerată de către respondenți ca fiind un mijloc de refacere a legăturilor sociale și a relațiilor interumane. În cazul ONG-urilor, acest model economic, care are la bază transformarea digitală rapidă, deschide noi oportunități de muncă prin modele de muncă flexibile, încurajând antreprenoriatul și dezvoltarea durabilă.

Cuvinte cheie: tehnologii digitale, economia colaborativă, leadership creativ-inovativ, ONG.

CUPRINS

REZUMAT	i
SUMMARY	iii
MULȚUMIRI	v
Introducere	1
1. ECONOMIE COLABORATIVĂ ÎN INDUSTRIA 4.0 ȘI EFECTELE ASUPRA LEADERSHIPULUI ÎN ROMÂNIA	11
1.1 Noua economie și contribuții la creșterea economică prin integrarea componentelor industriei 4.0	12
1.2 Modele de leadership creativ în contextul Cercetării – Dezvoltării – Inovării	21
1.3 Provocări de schimbarea paradigmei în leadership. Inteligența Artificială și leaderii umani	24
1.4 Eficientizarea modelelor de leadership. Managementul viitorului.	28
1.5 Digitalizarea leadershipului. Provocări și oportunități	31
1.6 Etica privind încorporarea Inteligenței Artificiale în leadership	35
2. NOI TEHNOLOGII ȘI INSTRUMENTE ALE INDUSTRIEI 4.0 ÎN LEADERSHIP	37
2.1 Transformarea digitală a afacerilor	38
2.2 Cloud Computing	40
2.3 Big Data	42
2.4 IoT și IIOT	44
2.5 Inteligența artificială	45
2.6 Roboți	47
2.7 Natural Language Processing – Inteligență artificială în luarea deciziilor manageriale (Open Ai – Chat GPT)	49
2.8 Management automation	51
2.9 Leadership la distanță (remote)	52
3. ECONOMIA GIG ȘI PLATFORME COLABORATIVE. DIGITALIZAREA PIEȚEI FORȚEI DE MUNCĂ ÎN ROMÂNIA ȘI LA NIVEL EUROPEAN	54
3.1 Digitalizarea pieței forței de muncă	55
3.2 Activități și domenii în economia colaborativă	59
3.3 Piața forței de muncă colaborative în Europa și implicațiile pentru România	63
3.3.1 Principiile de reglementare ale economiei colaborative	67
3.3.2 Beneficii și provocări ale economiei colaborative	69
3.4 Platformele GIG în economia colaborativă	71
3.5 Analiză statistică comparativă pe țări membre UE și non-UE privind platformele colaborative	74
3.6 Analiza Indicelui Economiei Colaborative	90
4. IMPLICAȚIILE ONG-URILOR DIN ROMÂNIA ÎN ECONOMIA	105

COLABORATIVĂ. DEZVOLTATEA ECONOMIEI COLABORATIVE PRIN CONVERGENȚĂ STRATEGICĂ. STUDIU CALITATIV

4.1 Metodologia cercetării calitative	105
4.1.1 Definirea problemei decizionale	105
4.1.2 Identificarea colectivității generale cercetate și modalitățile de culegere a datelor	109
4.1.3. Metoda și instrumentele de cercetare calitativă utilizate	111
4.1.4. Pregătirea condițiilor de realizare a etapei de culegere a informațiilor și culegerea datelor de la respondenți. Ghidul de interviu	111
4.2. Rezultatele cercetării calitative	111
4.3 Limitele cercetării	118
4.4. Concluziile cercetării calitative	119
5. PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU LEADERUL CREATIV ȘI INOVATIV DIN ONG-URI ÎN ECONOMIA COLABORATIVĂ	124
5.1 Faza preliminară a cercetării	124
5.1.1 Definirea problemei decizionale	124
5.1.2 Scopul cercetării	126
5.1.3 Obiectivele și ipotezele cercetării	126
5.1.4 Estimarea valorii cercetării	126
5.2. Faza de proiectare a cercetării	127
5.2.1 Alegerea surselor de informații	127
5.2.2 Definirea coordonatelor spațiale, temporale și modale ale cercetării	127
5.2.3 Dimensiunea eșantionului și alegerea metodei de eșantionare	128
5.2.4 Metoda de eșantionare aleasă	128
5.2.5 Definirea conceptuală și operațională a variabilelor cercetării	129
5.3 Prelucrarea, analiza și interpretarea informațiilor	134
5.3.1 Analiza univariată	134
5.3.2 Analiza multivariată	166
5.4 Concluziile raportului de cercetare cantitativă și limite cercetării	174
6. CONCLUZII TEORETICO-METODOLOGICE ȘI PRACTIC-APLICATIVE ÎN LEADERSHIPUL VIITORULUI ȘI AL PROVOCĂRILOR ȘI OPORTUNITĂȚILOR ÎN CADRUL DEZVOLTĂRII ECONOMIEI COLABORATIVE	176
BIBLIOGRAFIE	188
ANEXE	208
Anexa 1	208
Anexa 2	211
Anexa 3	213