

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Consiliul pentru Studii Universitare de Doctorat

Școala Doctorală Economie I

ECONOMIA COLABORATIVĂ ÎN ROMÂNIA

Diana-Florentina Spînu (Năsulea)

Conducător de doctorat:

Profesor Emerit Univ. Dr. Marta-Christina Suci

București, 2024

CUPRINS PARTEA I

1.INTRODUCERE.....	1
1.1. IMPORTANȚA ȘI MOTIVAȚIA ALEGERII TEMEI	1
1.2. RELEVANȚA CERCETĂRII.....	2
1.3. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE CERCETĂRII.....	4
1.4. CADRUL METODOLOGIC ȘI STRUCTURA LUCRĂRII	5
1.5. REZULTATE ANTICIPATE	9
1.6. LIMITĂRI.....	11
2. STADIUL ACTUAL AL CUNOAȘTERII	13
2.1. CADRUL CONCEPTUAL AL ECONOMIEI COLABORATIVE.....	13
2.2. PRINCIPALELE CARACTERISTICI ALE ECONOMIEI COLABORATIVE.....	24
2.3. ECONOMIA COLABORATIVĂ CA MOTOR PRINCIPAL AL INOVĂRII	27
2.3.1. Urbanizarea și beneficiile aglomerării	27
2.3.2. Dezvoltarea tehnologică.....	33
2.3.3. O abordare diferită a cererii și ofertei.....	36
2.4. CONTROVERSE ȘI DEZBATERI ÎN JURUL ECONOMIEI COLABORATIVE ..	38
2.4.1. Argumentul inegalității.....	38
2.4.2. Prețul dinamic	40
2.4.3. Impactul asupra mediului	42
2.5. CADRUL ACTUAL AL CERCETĂRII PRIVIND ECONOMIA COLABORATIVĂ ÎN ROMÂNIA	44
3. FACTORII MOTIVAȚIONALI AI PARTICIPĂRII ÎN ECONOMIA COLABORATIVĂ..	53
3.1. O ABORDARE MULTIDIMENSIONALĂ A TEROIILOR MOTIVAȚIONALE....	53
3.1.1. Teoria Auto-Determinării.....	53
3.1.2. Teoria Comportamentului Planificat	55
3.2. TIPURI DE MOTIVAȚII ȘI BENEFICII ALE PARTICIPĂRII	58
3.2.1. Motivațiile socio-culturale	58
3.2.2. Simțul apartenenței la grup.....	59
3.2.3. Sustenabilitate, ecologie și considerente ideologice	60
3.2.4. Responsabilitatea individuală	61
3.2.5. Reputația	62
3.2.6. Beneficiile economice	63
3.2.7. Dezvoltarea tehnologică.....	64
3.2.8. Motivațiile practice și raționale	65
3.3. MECANISMELE DE STIMULARE A ÎNCREDERII ȘI CREȘTERII REPUTAȚIEI ÎN TRANZACȚIILE P2P.....	65
3.3.1. Recenziile și scorurile utilizatorilor	65
3.3.2. Procesele de verificare	66

3.3.3.	Scoruri și insigne reputaționale	67
3.3.4.	Comunitatea și verificarea socială	67
3.3.5.	Recenzii și recomandări ale indivizilor	68
3.3.6.	Regulile de moderare ale grupurilor	68
3.3.7.	Provocări și oportunități	69
4.	ECONOMIA CIRCULARĂ ȘI CONSUMUL COLABORATIV	71
4.1.	CONCEPTUL DE ECONOMIE CIRCULARĂ.....	71
4.2.	RESPONSABILITATEA EXTINSĂ A PRODUCĂTORULUI (REP).....	73
4.3.	SINERGII ALE MODELELOR COLABORATIVE ȘI CIRCULARE	75
4.4.	MODELE INOVATIVE DE AFACERI COLABORATIVE ȘI CIRCULARE.....	78
4.4.1.	Piețele Second-Hand Peer-to-peer	78
4.4.2.	Modelele tip produs-ca-serviciu.....	79
4.4.3.	Simbioza industrială	80
4.4.4.	Resource Recovery.....	81
4.4.5.	Bune practici in industria jucăriilor	83
4.5.	ROLUL PLATFORMELOR COLABORATIVE ÎN ECONOMIA COLABORATIV-CIRCULARĂ	85
5.	O ANALIZĂ ASUPRA ECONOMIEI COLABORATIVE	89
5.1.	EVOLUȚII RECENTE IN ECONOMIA COLABORATIVĂ.....	89
5.1.1.	Statistici generale	89
5.1.2.	Ride-hailing.....	93
5.1.3.	Sectorul turismului colaborativ	95
5.1.4.	Vânzările peer-to-peer	96
5.2.	IMPACTUL PANDEMIEI COVID-19 ASUPRA ECONOMIEI COLABORATIVE	
5.3.	98 EVOLUȚII ÎN ECONOMIA COLABORATIVĂ DIN ROMÂNIA	101
5.3.1.	Indicele Economiei și Societății Digitale (IESD).....	101
5.3.2.	Principalele industrii și platforme colaborative	107
5.3.3.	Platformele de retail peer-to-peer.....	109
5.3.4.	Trenduri de afaceri in economia colaborativă din România.....	115
5.4.	CONTEXTUL DE REGLEMENTARE ȘI POLITICI PUBLICE PRIVIND ECONOMIA COLABORATIVĂ.....	115
5.4.1.	Transport	115
5.4.2.	Cazare.....	117
5.4.3.	Servicii profesionale	119
5.4.4.	Platforme de retail.....	119

PARTEA A II-A

6. STUDIUL PRIVIND MOTIVAȚIILE FURNIZORILOR DE PARTICIPARE ÎN PIETELE P2P DE PRODUSE SECOND-HAND	123
6.1. RELEVANȚĂ.....	123
6.2. METODOLOGIE.....	125
6.2.1. Structura și abordare.....	125
6.2.2. Metode de colectare a datelor	131
6.2.3. Metode de analiză a datelor.....	133
6.3. IPOTEZE DE CERCETARE.....	134
6.4. REZULTATE	136
6.4.1. Analiza descriptivă.....	149
6.4.2. Analiza de fiabilitate și analiza factorilor	170
6.4.3. Testarea ipotezelor	211
6.5. DISCUȚII.....	215
6.6. LIMITĂRI.....	217
7. STUDIUL PRIVIND MOTIVAȚIILE CUMPĂRĂTORILOR DE PARTICIPARE ÎN PIETELE P2P DE PRODUSE SECOND-HAND	217
7.1. RELEVANȚĂ.....	217
7.2. METODOLOGIE.....	218
7.2.1. Structură și abordare.....	218
7.2.2. Metode de colectare a datelor	224
7.2.3. Metode de analiză a datelor.....	225
7.3. IPOTEZE DE CERCETARE.....	226
7.4. REZULTATE	228
7.4.1. Analiza descriptivă.....	228
7.4.2. Analiza de fiabilitate și analiza factorilor	241
7.4.3. Testarea ipotezelor	284
7.5. DISCUȚII.....	307
7.6. LIMITĂRI.....	309
8. EXPLORAREA VIABILITĂȚII UNEI PLATFORME P2P DE REVÂNZARE PENTRU UN BRAND DE JUCĂRII: O ANALIZĂ ECONOMICĂ ȘI DE MEDIU	311
8.1. INTRODUCERE	311
8.2. Scop și obiective.....	313
8.2.1. Componente și funcționalități cheie.....	313
8.2.2. Beneficii economice	313
8.2.3. Beneficii de mediu	314
8.2.4. Implicarea consumatorilor și loialitatea de brand	314
8.2.5. Provocări și soluții potențiale	315

8.2.6.	Dezvoltarea modelului	315
8.2.7.	Discuții.....	323
8.2.8.	Implicații pentru părțile interesate.....	329
8.2.9.	Limitările modelului	329
9.	CONCLUZII	333
9.1.	REZUMATUL REZULTATELOR CERCETĂRII	333
9.2.	CONTRIBUȚIILE CERCETĂRII	335
9.3.	IMPLICAȚII PRACTICE	336
9.4.	LIMITĂRI ȘI ABORDĂRI VIITOARE.....	336
ANEXE	339
A.	PRINCIPALELE PLATFORME COLABORATIVE DIN ROMÂNIA	340
1.	Transport.....	340
2.	Turism	342
3.	Finanțe	344
4.	Servicii profesionale	345
B.	CHESTIONARE.....	347
1.	Chestionar 1 – Motivațiile furnizorilor pentru participarea la vânzarea P2P de bunuri Second-Hand	347
2.	Chestionar 2 – Motivațiile consumatorilor pentru achiziția de bunuri SH prin platforme P2P	351
10.	BIBLIOGRAFIE	360
LISTA TABELELOR.....		397
LISTA GRAFICELOR		405
LISTA ABREVIERILOR		406

Cuvinte cheie: economia colaborativă; tranzacții peer-to-peer; economie circulară; transformare digitală; sustenabilitate globală; eficiența resurselor

Rezumat

Economia colaborativă este o nouă paradigmă economică ce se concentrează pe partajarea resurselor, tranzacții de tipul peer-to-peer și acces la resurse în manieră comună. Practicile economice promovate de economia colaborativă sunt relevante în contextul României, care se află deja într-un proces de transformare digitală rapidă și dezvoltare economică. Economia colaborativă poate, din această perspectivă, să contribuie la crearea unor noi oportunități de angajare, încurajarea antreprenoriatului și de a stimula dezvoltării economice regionale. În plus, economia colaborativă adresează și obiectivele globale de sustenabilitate prin promovarea unui mod eficient de gestionare a resurselor care conduce la reducerea deșeurilor – o problematică acută în cazul României.

Această teză reprezintă o încercare originală de a explora economia colaborativă în contextul României. Cercetarea se bazează pe fundamentele teoretice ale economiei colaborative, factorii motivaționali care afectează participarea, impactul său socio-economic, modelele de afaceri aferente și mediul de reglementare în care acestea operează. Teza integrează o revizuire sistematică a literaturii de specialitate în domeniu cu realizarea a două studii empirice, oferind astfel noi perspective în ceea ce privește dinamica și potențialul acestei noi paradigme economice în România.

Cercetarea își propune să identifice și analizeze factorii motivaționali cheie care determină participarea, atât a consumatorilor cât și a furnizorilor, în economia colaborativă, incluzând aspecte precum beneficiile economice, comoditatea, accesul la resurse, dezvoltările tehnologice, interacțiunea socială și preocupările legate de sustenabilitate. În plus, analiza se concentrează și pe rolul facilitării unor tranzacții sigure, bazate pe mecanisme tehnologice de creștere a nivelului de încredere, ca bază pentru dezvoltarea unor platforme atractive pentru utilizatori. Rezultatele empirice au demonstrat că furnizorii sunt în mare parte motivați de câștigurile economice, în timp ce consumatorii sunt motivați de beneficii economice, percepția sustenabilității și a impactului comportamentului lor asupra mediului înconjurător. În acest sens, constatările scot în evidență aspecte precum încrederea, comoditatea și flexibilitatea ca factori ce amplifică participarea.

Teza analizează, de asemenea, modul în care conceptul de economie colaborativă și cel de economie circulară se întrepătrund, ilustrând modul în care anumite modele de afaceri se completează reciproc în promovarea sustenabilității și a utilizării eficiente a resurselor. Dezvoltarea unui model economic pilot, inovator pentru industria jucăriilor, care deține un potențial enorm pentru beneficii economice și de sustenabilitate prin platforme de revânzare peer-to-peer, ilustrează aplicarea practicilor de afaceri de natură circular-colaborativă în diverse industrii, în vederea îmbunătățirii reutilizării resurselor și extinderii ciclului de viață al produselor.

Prin urmare, această cercetare contribuie la înțelegerea generală a modului în care economia colaborativă afectează România, oferind informații utile pentru factorii de decizie politică, liderii de afaceri, antreprenori, dezvoltatori de platforme și consumatori. Mai mult, cercetarea contribuie la abordarea unor aspecte mai puțin discutate în literatura științifică din domeniu, propunând deopotrivă și soluții pragmatice care au potențialul de a ajuta la dezvoltarea economică sustenabilă la nivel regional, național și internațional.