

Teză de abilitare

# RESPONSABILITATE SOCIALĂ, DIGITALIZARE ȘI INOVARE ÎN MODELAREA COMPORTAMENTULUI DE CONSUM, PREMISE PENTRU O SOCIETATE SUSTENABILĂ

Domeniul: Marketing

Conf. dr. Adriana Veronica LITRĂ



Universitatea  
Transilvania  
din Brașov





## CUPRINS

### 1. Realizări științifice și profesionale

- ▣ Direcția 1: Transformări în comportamentul de consum responsabil ca efect al tehnologiei și digitalizării
- ▣ Direcția 2: Impactul factorilor externi asupra modificării comportamentului de consum
- ▣ Direcția 3: Responsabilitate socială și echitate pentru o societate sustenabilă

### 2. Planul de evoluție și dezvoltare a carierei

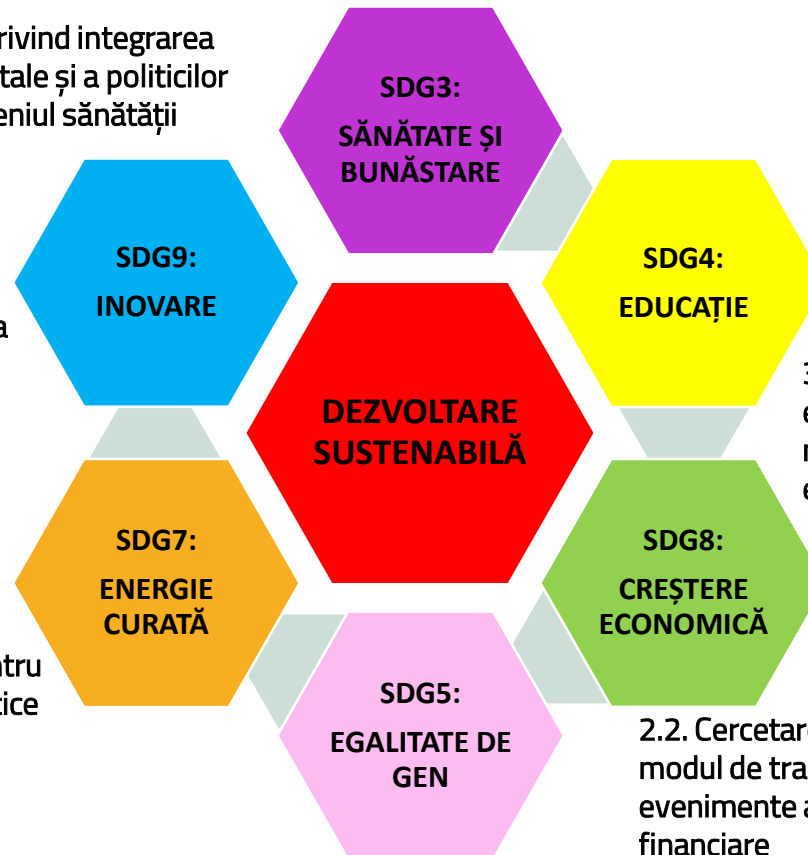
- ▣ Experiența profesională
- ▣ Strategia viitoare de evoluție și dezvoltare

1.1. Cercetare privind impactul digitalizării asupra utilizatorilor de servicii de sănătate

3.1. Cercetări privind integrarea mijloacelor digitale și a politicilor publice în domeniul sănătății

2.1. Strategii de optimizare a experienței utilizatorului în comerțul electronic

1.2. Implicațiile tranziției către surse de energie regenerabilă pentru asigurarea independenței energetice a Uniunii Europene



3.3. Influența progresului în educație la nivel regional și național asupra creșterii economice regionale a UE

2.2. Cercetare privind impactul și modul de transmitere al unor evenimente asupra piețelor financiare

3.2. Studiu privind paradigma paritate de gen - sustenabilitate la nivelul structurilor de conducere din mediul academic românesc

# 1.1. CERCETARE DE MARKETING PRIVIND IMPACTUL DIGITALIZĂRII ASUPRA UTILIZATORILOR DE SERVICII DE SĂNĂTATE

Contextul cercetării	<p>Relație hibridă medic-pacient versus abordare tradițională.</p> <p><b>eHealth</b> – practica medicală susținută de procese electronice și de comunicare (ex: programare computerizată, prescriere electronică, rețete și rezultate transmise electronic, telemedicină, campanii de sănătate, etc.).</p> <p><b>mHealth</b> – utilizarea telefoanelor mobile și a altor tehnologii media în scopuri medicale (conformare la tratament, monitorizare valori și a evoluției bolii, informare și suport medical la distanță, campanii de informare și prevenire, contact pentru urgențe medicale).</p>
Obiectivele cercetării	Identificarea atitudinilor și comportamentelor experților români cu privire la utilizarea eHealth și mHealth în managementul sănătății, și determinarea profilului consumatorului român de servicii de sănătate.
Metodologie	<p>1. Cercetare calitativă - opiniile, atitudinile și convingerile experților români cu privire la utilizarea eHealth și mHealth pentru prevenirea, detectarea și tratamentul tulburărilor mintale ușoare.</p> <p>Interviu aprofundat (pe baza ghidului de interviu, 60 min), în perioada: mai-iunie 2021.</p> <p>10 specialiști (medici familie, psihiatri, psihologi, personal marketing și PR sanitar).</p> <p>-----</p> <p>2. Cercetare cantitativă – pentru a cuantifica opiniile, atitudinile și comportamentele adulților români cu privire la deschiderea lor de a adopta noile tehnologii pentru managementul sănătății mintale.</p> <p>Sondaj pe bază de chestionar (29/6 întrebări) administrat online, în perioada oct. 2021-ian. 2022.</p> <p>514 subiecți, M/F peste 18 ani.</p>

## R1: Cercetare calitativă

### Opiniile și atitudinile experților români asupra utilizării eHealth și mHealth pentru prevenirea, depistarea și tratamentul afecțiunilor mintale ușoare

Obiective	Rezultate conform obiectivelor
<p><b>O<sub>1</sub>:</b> Cunoașterea opiniilor experților asupra eHealth și mHealth</p>	<p>80% dintre subiecți consideră că digitalizarea în sistemul de sănătate este o necesitate.</p>
<p><b>O<sub>2</sub>:</b> Identificarea opiniilor privind integrarea "sănătății mintale digitalizate" în serviciile de sănătate mintală actuale</p>	<p>Majoritatea respondenților consideră că digitalizarea în sănătate (eHealth și mHealth) este importantă, în special în contextul evoluțiilor globale.</p> <p>Subiecții consideră că, în absența tehnologiei, cercetarea medicală nu ar evolua.</p> <p>Majoritatea respondenților consideră eHealth și mHealth ca fiind instrumente necesare în evoluția și performanța sistemelor de sănătate în context actual.</p>
<p><b>O<sub>3</sub>:</b> Determinarea opiniilor legate de riscurile și beneficiile implementării serviciilor de sănătate mintală digitalizate în depistarea și tratamentul depresiei în fazele inițiale</p>	<p>8 din 10 subiecți ai cercetării consideră că eHealth și mHealth pot contribui la calitatea și eficiența depistării și tratamentului afecțiunilor mintale și de comportament.</p> <p>Subiecții consideră că eHealth și mHealth pot contribui în mod esențial la calitatea și eficiența campaniilor de prevenire a afecțiunilor mintale și de comportament.</p>
<p><b>O<sub>4</sub>:</b> Stabilirea profilului consumatorului de servicii de sănătate din România</p>	<p>Majoritatea subiecților cercetării consideră că în România, stadiul dezvoltării acțiunilor pentru prevenția, depistarea și tratamentul depresiei este unul incipient, în special în termeni de acțiuni publice.</p> <p>Subiecții menționează caracteristicile de protecție a datelor și confidențialitate ca factori importanți în procesul de evaluare și aprobare a acestor aplicații.</p>

## R2: Cercetare cantitativă

### Opinii, atitudini și comportamente ale adulților români referitoare la posibilitatea adoptării de către aceștia a noilor tehnologii pentru managementul sănătății mintale

Obiective	Rezultate conform obiectivelor
<p><b>O<sub>1</sub>:</b> Cunoașterea nivelului de utilizare a instrumentelor digitale în scopuri legate de sănătate de către adulți</p>	<p>Cercetarea cantitativă a arătat că 25,5% dintre respondenți (N=514) nu sunt în general interesați de problemele de sănătate.</p> <p>Motivul determinant pentru ultima vizită la medic l-a constituit, în cazul a 64,4% dintre respondenți, nu rutina sau prevenția, ci problemele de sănătate.</p> <p>Există o legătură între vârsta adulților și măsura în care aceștia sunt de acord cu manifestarea îngrijirii sănătății mintale cu ajutorul instrumentelor tehnologice.</p>
<p><b>O<sub>2</sub>:</b> Determinarea gradului de utilizare a tehnologiei de către adulți în scopuri legate de sănătatea mintală</p>	<p>Majoritatea subiecților declară că au în vedere folosirea tehnologiei pentru a cunoaște aspecte legate de depresie.</p>
<p><b>O<sub>3</sub>:</b> Identificarea intențiilor adulților de folosire în viitor a instrumentelor digitale în scopuri de sănătate mintală</p>	<p>Conținutul este caracteristica cea mai influentă în creșterea șanselor ca un adult să folosească tehnologia pentru nevoi legate de sănătate.</p> <p>Accesibilitatea și securitatea datelor multiplică șansele ca un adult să folosească tehnologia pentru nevoi legate de sănătate.</p> <p>În privința agreeerii intenției de a folosi tehnologia pentru măsurarea, stocarea și transmiterea datelor medicale, cei mai mulți respondenți s-au declarat indeciși.</p>

## Concluzii

Înainte de a face schimbări în tehnologie, sunt necesare schimbări în mentalități:

- ❖ Doar o treime dintre respondenți merg la medic pentru evaluări de rutină, nu axate pe simptome.
- ❖ Peste un sfert dintre participanții la cercetare nu acordă atenție problemelor de sănătate.
- ❖ Chiar și acolo unde există interes pentru sănătate, preocupările sunt asociate cu aplicații și device-uri de monitorizare a activităților și stării fizice, dietei, somnului, etc.
- ❖ Peste 40% dintre respondenți nu au folosit în ultimul an instrumente digitale pentru măsurarea, înregistrarea sau transmiterea datelor despre tratament.
- ❖ Se pune accent pe familie, prieteni, internet în scopul obținerii de informații pentru diagnostic și tratament.
- ❖ Accesibilitatea și impactul resurselor digitale în domeniul sănătății diferă în funcție de vârstă.
- ❖ Stigmatizarea, lipsa resurselor financiare și a timpului, tradiționalism în abordare, infrastructură deficitară, educație pentru sănătate și informare deficitară – principalele probleme ale sistemului medical

### LIMITĂRI

- ❖ Tipul de eșantionare nealeatoare – rezultatele nu pot fi extrapolate.
- ❖ Întrebări închise/deschise – variante limitate de răspuns/interpretare.
- ❖ Grad de sensibilitate a temei de cercetare – incertitudine privind sinceritatea răspunsurilor.

### Responsabilizarea instituțiilor din domeniul sănătății

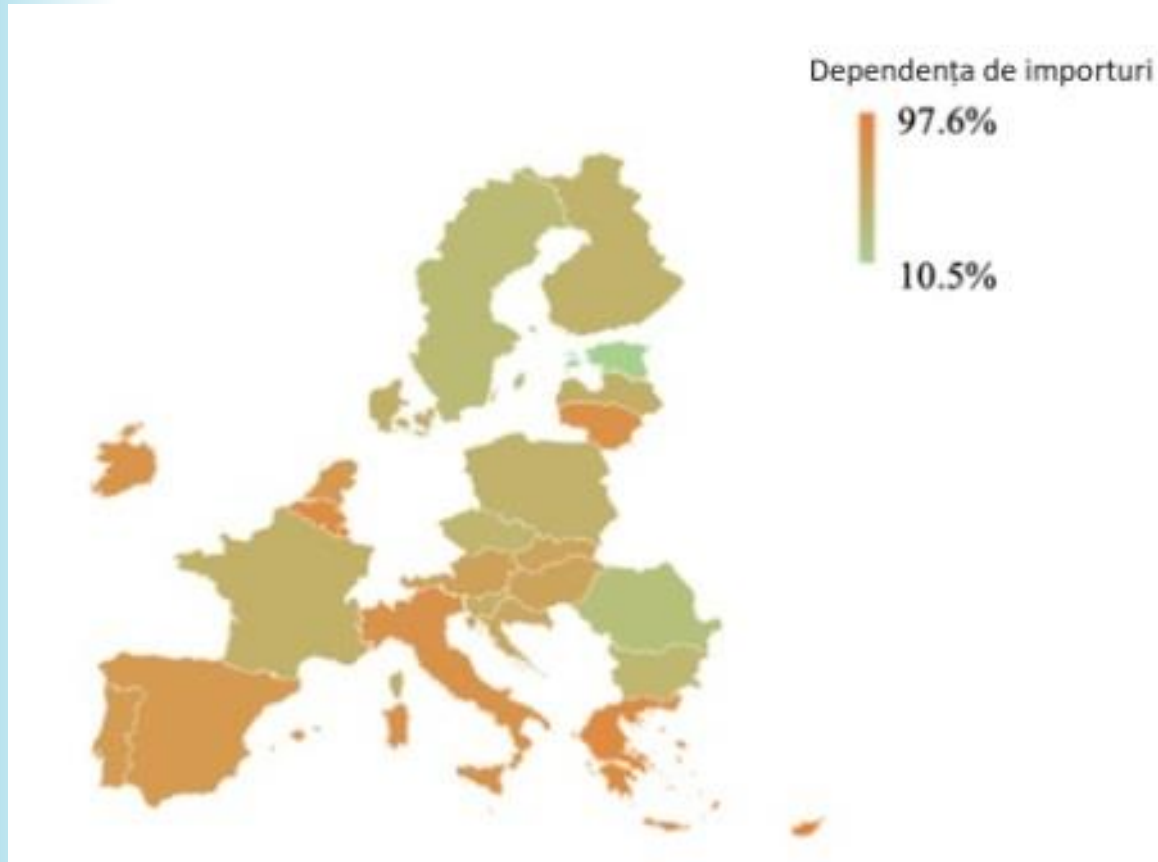
**Conștientizarea importanței tehnologiei și digitalizării în dezvoltarea sistemului de sănătate durabil**

## 1.2. Implicațiile tranziției către surse de energie regenerabilă pentru asigurarea independenței energetice a Uniunii Europene

Contextul cercetării	Schimbări climatice Pandemia COVID Războiul Ucraina	→	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuitate în furnizarea energiei, accesibilitate</li> <li>- Gestionarea eficientă a resurselor limitate, prioritizare</li> <li>- Accelerarea tranziției către o energie verde</li> </ul>
	Provocările surselor de energie regenerabilă	?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependente de condiții meteo</li> <li>- Necesită suprafețe de teren exponențial mai mari</li> <li>- Inputuri resurse naturale, gestionarea deșeurilor</li> </ul>
Obiectivul cercetării	<p>ESTE POSIBILĂ REDUCEREA DEPENDENȚEI DE IMPORTURILE DE ENERGIE, PRIN VALORIFICAREA SURSELOR REGENERABILE DE ENERGIE?</p> <p>Analizarea peisajului energetic printr-o examinare a dependenței statelor membre de importurile de energie în cadrul UE.</p> <p>Utilizarea surselor de energie regenerabilă în transport și furnizarea energiei electrice casnice.</p>		
Metodologie	<p>În cascadă: instrumente statistice și econometrice</p> <p>Coef. Gini pentru măsurarea dispersiei între țările UE dpdv al dependenței de importurile de energie.</p> <p>Metoda rangurilor pentru obținerea scorurilor a trei variabile pentru clasamentul țărilor UE.</p> <p>Metoda neparametrică și coeficientul Spearman: corelație inversă puternică între variabila exogenă a combustibililor regenerabili din consumul final de energie, și dependența energetică.</p> <p>Metoda corelației rangurilor: corelație inversă puternică între dependența energetică a statelor membre și combustibilii regenerabili din consumul final de energie.</p> <p>Model econometric privind prețul energiei electrice pentru consumatorii casnici.</p> <p>Dinamica prețurilor E.E. – funcție de variabile (producția de energie electrică, fluxul de energie, zile care necesită încălzire, utilizarea surselor regenerabile de energie).</p>		
Date	Baza de date: EUROSTAT. EU Energy Mix and Import Dependency, 2022		



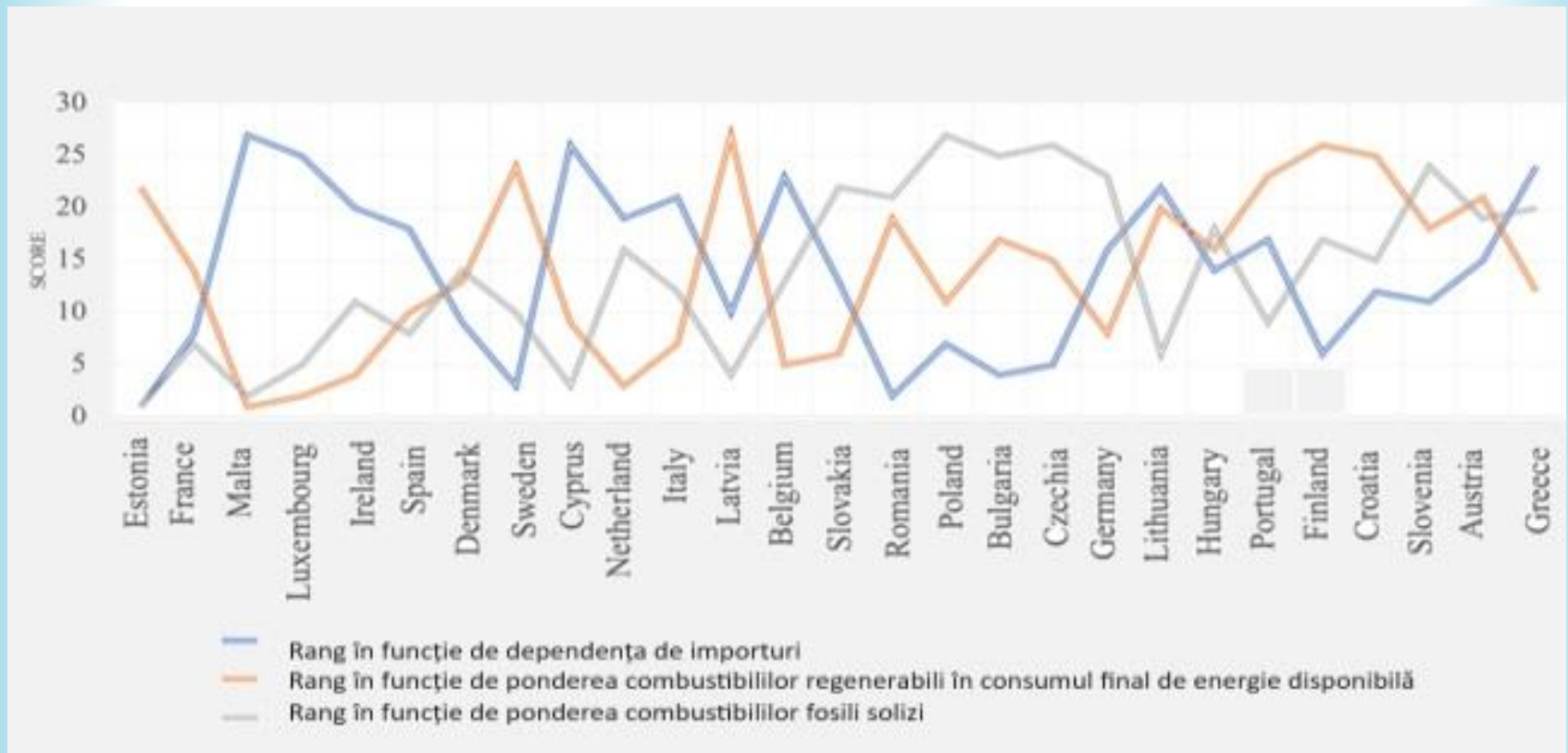
## Rezultatele cercetării



Statisticile referitoare la anul 2020 arată diferențe semnificative între statele membre prin abateri de la medie (58%), ceea ce pune sub semnul întrebării potențialul de convergență economică în Europa.

Distribuția geografică a dependenței energetice în Europa

Prin aplicarea metodei rangurilor, luând în considerare variabilele : dependența de importurile de energie, utilizarea combustibililor regenerabili în consumul final de energie disponibilă, și a combustibililor fosili în mixul energetic al statelor membre, au fost obținute scorurile următoare:



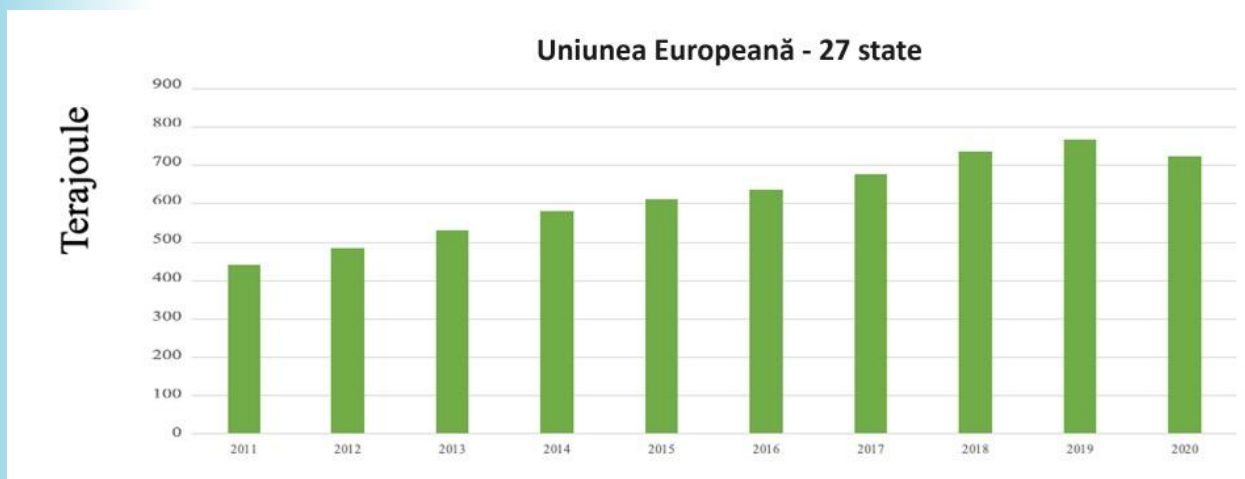
Evidența comparativă a statelor membre UE în ceea ce privește clasamentele primite în funcție de:

- dependența de importuri (linia albastră)
- ponderea combustibililor regenerabili în consumul final de energie disponibilă (linia portocalie)
- ponderea combustibililor fosili în mixul energetic (linia gri).

Pe baza scorului final obținut luând în considerare cele trei variabile, statele membre UE au fost clasificate în 3 categorii:



Dependența energetică a statelor member UE conform scorului obținut



Utilizarea energiei din resurse regenerabile

## Concluzii

Constatări	Provocări
Consumul de energie regenerabilă (și ponderea în consumul final de energie) a crescut în perioada ultimilor 10 ani analizați.	Doar câteva țări folosesc energia solară – potențial meteorologic inegal.
Realizarea unei tranziții energetice neîntrerupte este puțin probabil să aibă loc.	Modificări în paralel în modelele atât de producție, cât și de consum.
Necesitatea de a stabili o scară adecvată pentru implementarea politicii energetice a UE bazată pe integrare și tranziție.	Atitudini diferite între țările membre UE, ce decurg din discrepanțe de dezvoltare economică, și implicit din infrastructura regională de energie electrică.
Sursele regenerabile de energie sunt una din soluțiile de reducere a dependenței de importurile de energie ale statelor membre UE.	Provocări/piedici în tranziția extensivă către resursele regenerabile.

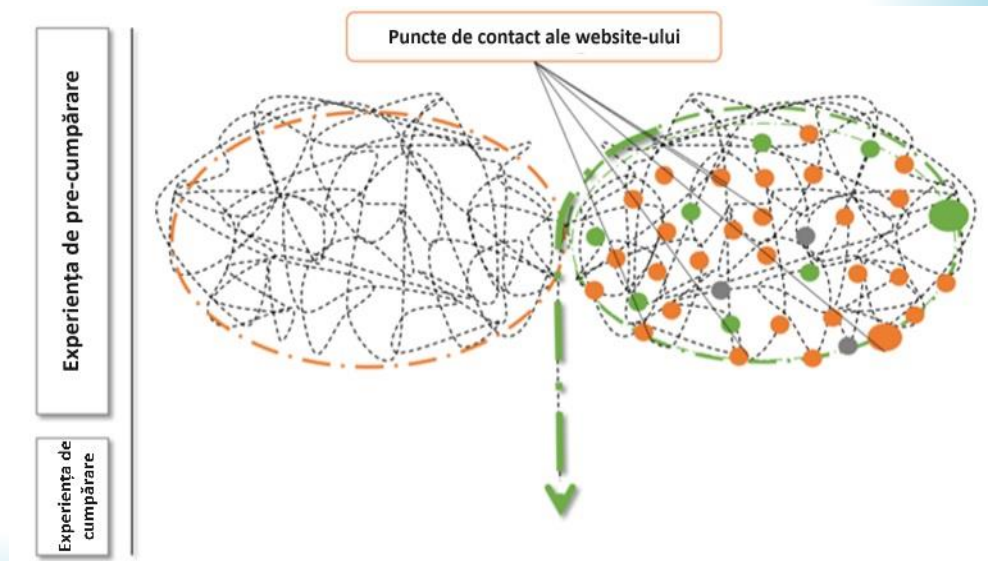
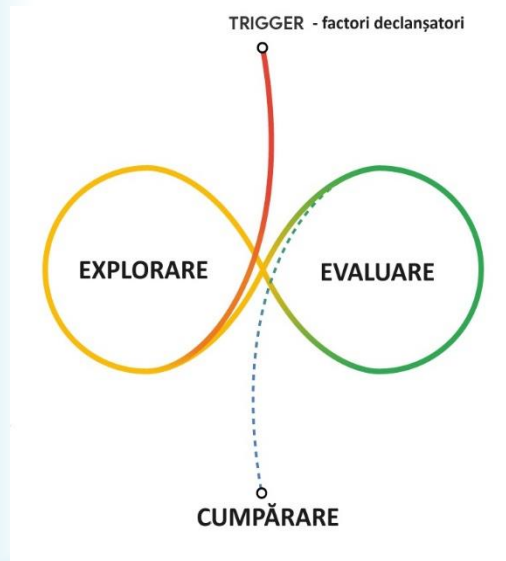
**Implicațiile macroeconomice generate de dependența diferită de importurile de energie pot afecta viziunea abordării uniforme a tranziției energetice în cadrul țărilor UE .**

**Contribuția cercetării constă în explicarea implicațiilor micro și macro ale pieței energetice din UE, și a oportunităților de dezvoltare (energie solară în transport și consum casnic).**

## 2.1. STRATEGII DE OPTIMIZARE A EXPERIENȚEI UTILIZATORULUI ÎN COMERȚUL ELECTRONIC

Comerțul electronic a accelerat integrarea economiei globale cu active digitale performante (ex: website-ul).

- Site web – punct de contact digital critic pentru procesul decizional al consumatorilor, în comerțul electronic.
- Messy middle point
- Întrebarea critică de cercetare: *Cum ar putea un comerciant să scoată utilizatorii din buclă?*





# Premise și principii în formularea ipotezelor cercetării

## Obiectivele cercetării:

**O1:** analizarea nivelului de accesibilitate a magazinului online.

**O2:** înțelegerea modului în care magazinul online ghidează utilizatorii între pagini.

**O3:** determinarea influenței calității imaginilor asupra performanței dimensiunii de marketing.

## Principii de bază pentru **ACCESIBILITATE**

- Conținut perceptibil
- Site operabil (intuitiv)
- Ușor de înțeles
- Robust (compatibil cu browsere, sisteme de operare, dispozitive)

**H1** *Accesibilitatea magazinelor online este ridicată, favorizând experiența consumatorului*

## Componente care influențează **EXPERIENȚA** consumatorului

- Ușurința în localizare și utilizare site
- Interactivitate site
- Plăcere, utilitate percepute
- Personalizare
- Compatibilitate cu diverse dispozitive

**H2** *Paginile magazinelor online ghidează utilizatorii în mod corespunzător pentru o experiență bună de cumpărături*

## Factori asociați dimensiunii de **MARKETING**

- Oferte personalizate
- Design vizual

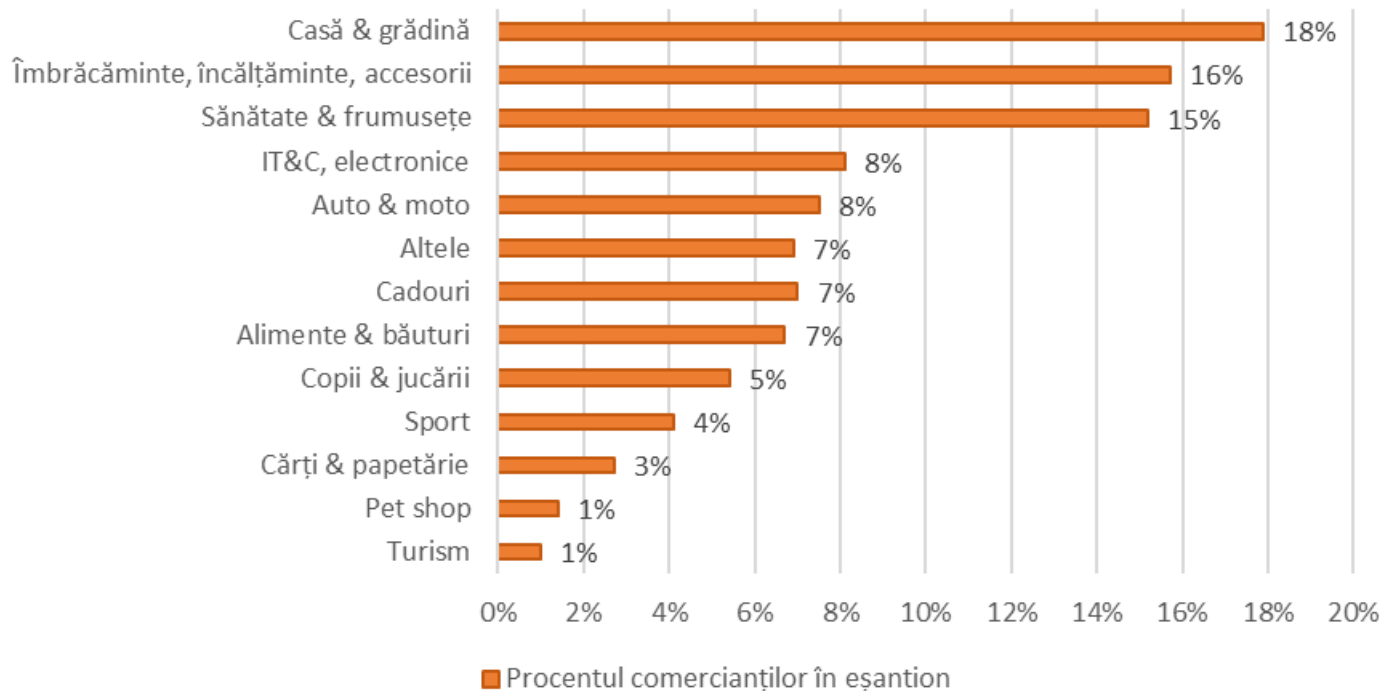
**H3** *Calitatea imaginilor influențează performanța de marketing a magazinelor online*

## Structura eşantionului

Site-uri web: 225 site-uri inițial, 210 site-uri eligibile

- **Certificate** Mark of Trust – Programul Național pentru Certificarea Magazinelor Online
- **Eligibile** – compatibile cu platforma Nibbler

### Procentul comercianților în eşantion



# Test demo pentru un comerciant online

## Nibbler SEO audit for www. [redacted].ro

**6.2 Overall**  
The overall score for this website.

**6.5 Accessibility**  
How accessible the website is to mobile and disabled users.  
[See contributing tests](#)

**5.9 Experience**  
How satisfying the website is likely to be for users.  
[See contributing tests](#)

**6.5 Marketing**  
How well marketed and popular the website is.  
[See contributing tests](#)

**5.6 Technology**  
How well designed and built the website is.  
[Hide contributing tests](#)



Nibbler tested a sample of 2 pages from this website at 4:04 PM on Mar 13, 2024 (EET).

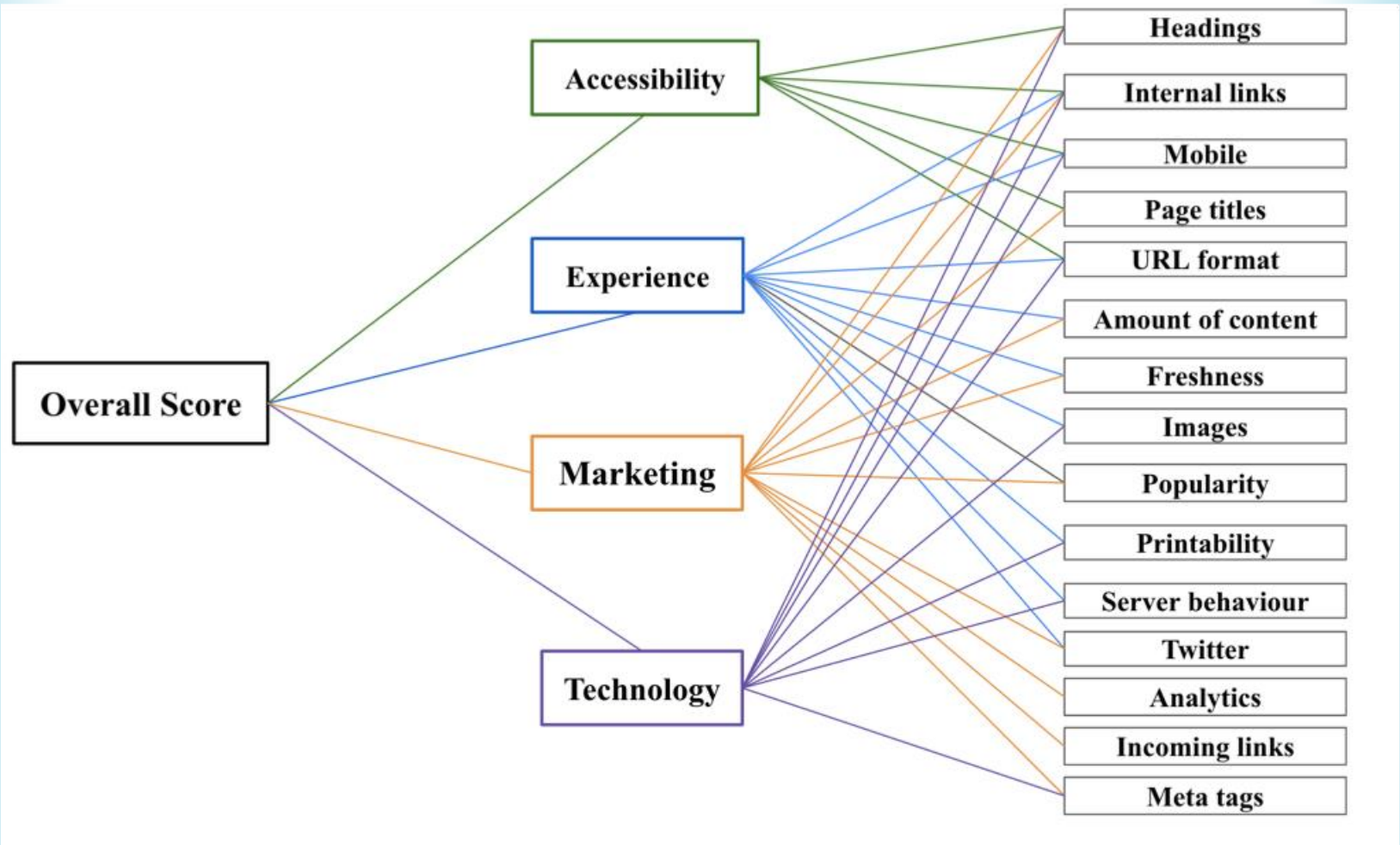
[Retest](#)

### Overview

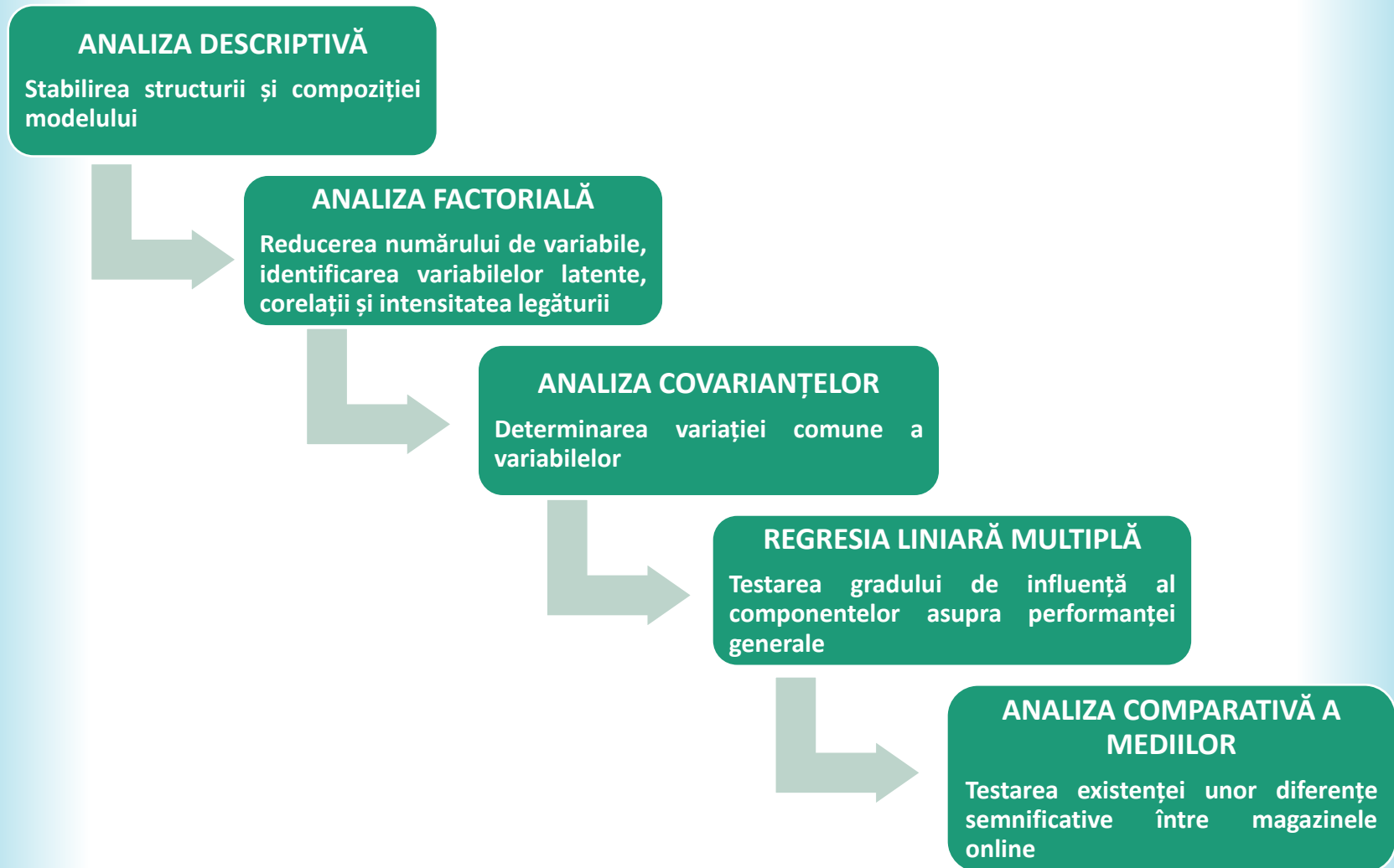
Headings	0.0
Server behavior	2.4
Freshness	3.1
Amount of content	4.8
Analytics	5.0
Printability	5.0
Meta tags	6.0
URL format	6.0
Mobile	6.5
Internal links	6.5
Page titles	10
Images	10
Popularity	10
Twitter	i
Domain age	i
More features	+
2 pages tested	



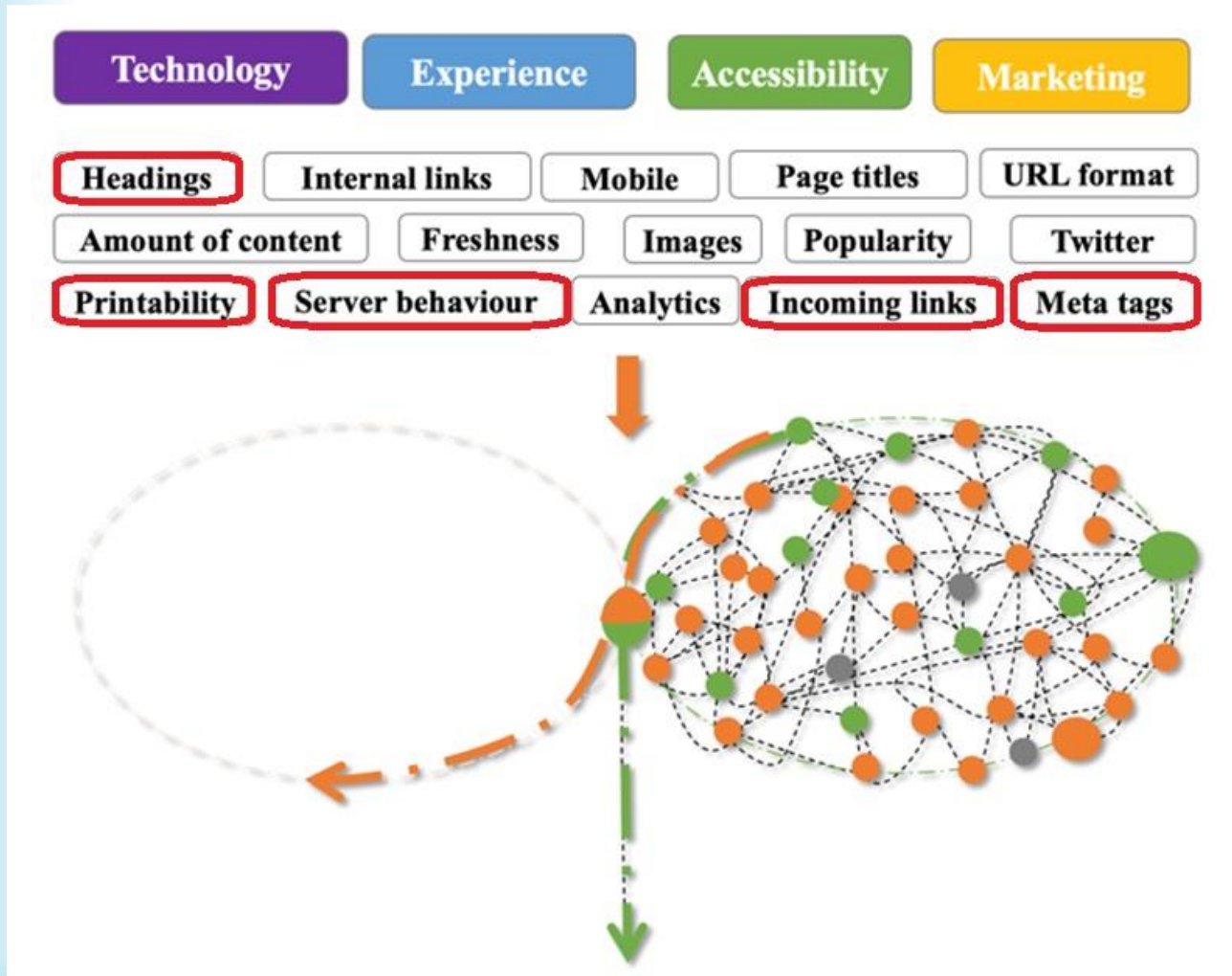
## Dimensiuni principale în determinarea performanței generale a site-urilor web, și factori de influență SEO



## Etape şi metode ale cercetării



## Cele 4 dimensiuni și cei 15 SEO factori asupra zonei de mijloc indecise



# Modelul TEAM

Technology

Experience

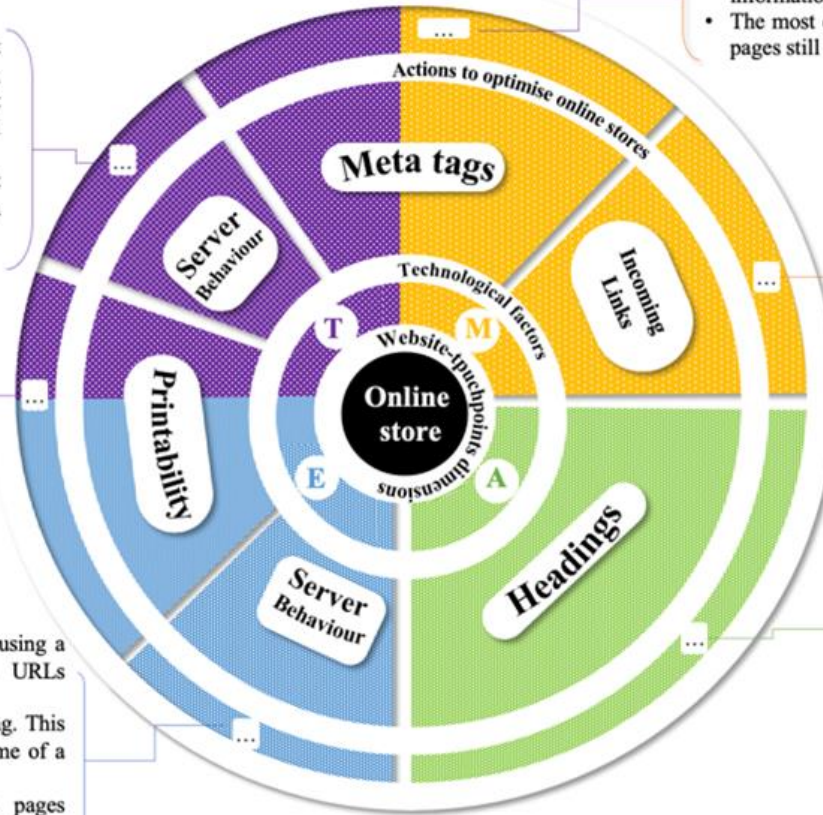
Accessibility

Marketing

- Pages of the online store return page content with or without a trailing slash on their URLs, using a canonical tag to denote the correct version. This is ideal, as search engines will know which version to index.
- Avoid to use a temporary (HTTP 302) redirect by using a permanent (HTTP 301) from specific pages.

- All pages must be optimised for printing by using CSS. Add printable stylesheets for all pages, wherever possible. In most cases, online stores can share printable stylesheets over many or all pages, as with screen-based stylesheets.

- This online store follows the best practice of using a permanent (HTTP 301) redirect between URLs with/without trailing slashes.
- This online store is serving with GZIP encoding. This is very good because it reduces the loading time of a web page
- The online store's website handle missing pages correctly by sending a 404 HTTP status code.

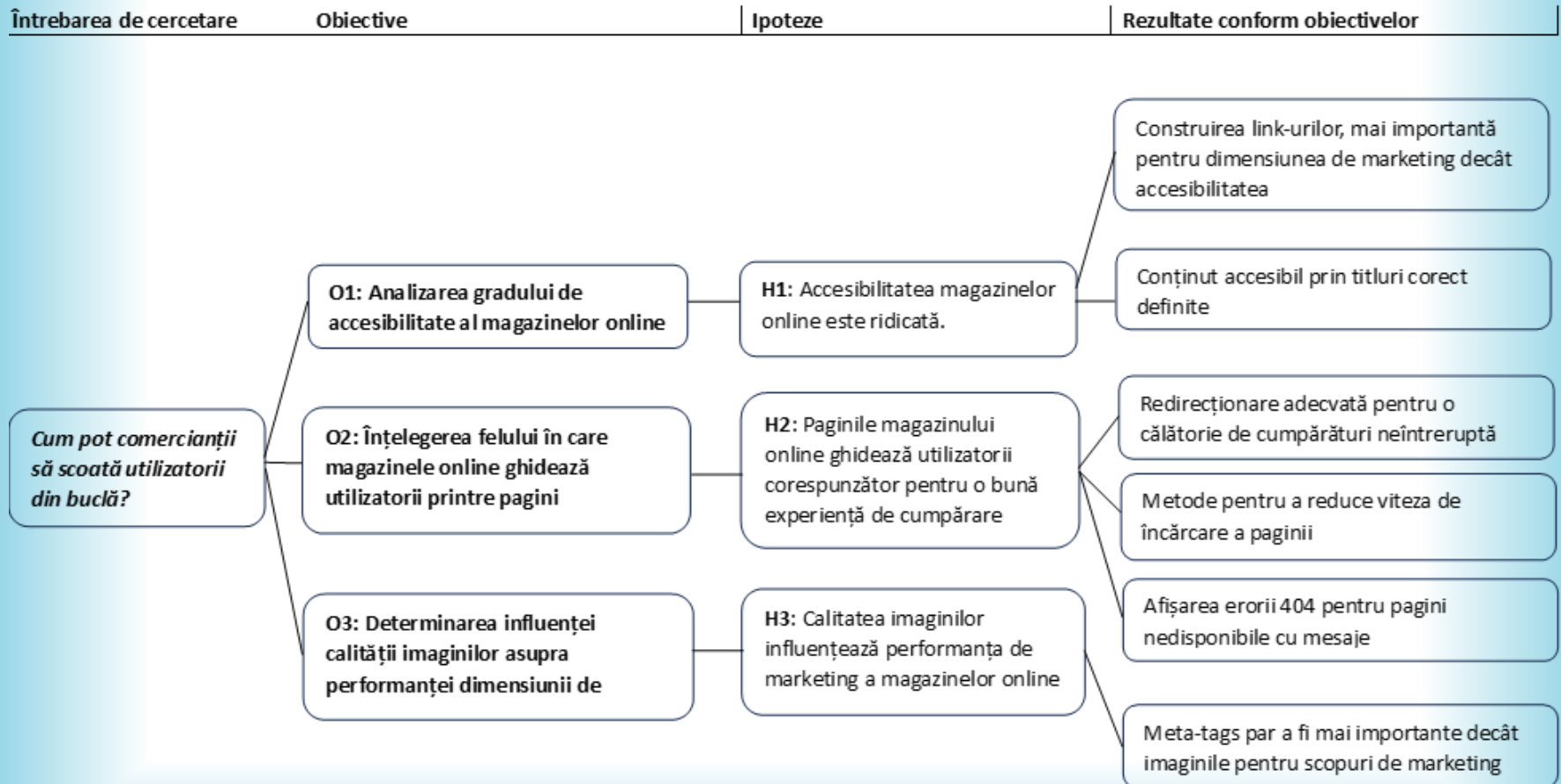


- All pages must include a meta description to show information in search results pages.
- The most online stores include at least some metadata, but pages still need to be updated with description meta tag.

- Is ideal online stores to be ranked by Alexa.
- Avoid to create artificial link building by create links the online store's pages with hosting servers with similar IP addresses. Search engines may ignore this type of incoming links or penalize the website's ranking.
- The volume and quality of incoming links is known to influence the search engine ranking.

- Online stores' headings must not be found empty or incorrectly defined. They are less accessible. Users find it harder to determine the content.
- The first heading (H1) tag should be used for the most top-level, H2, H3, and so on for sub-headings.

# Structura de ansamblu a cercetării, în termeni de obiective și rezultate



## Concluzii

Rezultatele cercetării evidențiază cei mai relevanți factori pentru performanța magazinului online și conturează acțiuni specifice de optimizare:

- ❖ Coordonare între manageri, specialiști IT și marketing pentru a veni în întâmpinarea cerințelor digitale ale clienților.
- ❖ Adaptarea capacităților magazinelor online la o experiență continuă a consumatorilor (puncte de contact eficiente).
- ❖ Aportul cercetării la literatura existentă prin abordarea unor aspecte precum călătoria consumatorului, experiența utilizatorului, puncte de contact și optimizarea motoarelor de căutare, aplicate în domeniul comerțului electronic.

### Limitări / direcții viitoare de cercetare:

- Includerea în modelul TEAM a unui număr restrâns de factori SEO, datorită caracteristicilor software-ului de analiză a performanței magazinului online / utilizarea altor software-uri care să extindă analiza altor factori SEO;
- Constituirea eșantionului la 210 magazine online certificate cu marca de încredere / creșterea componentelor eșantionului;
- Într-un domeniu permanent în schimbare, cum este cel al comerțului electronic și SEO, modelul TEAM (semnificativ în prezent) trebuie actualizat cu practicile ce vor însoți evoluția sa.



## 2.2. Cercetare privind impactul și modul de transmitere al unor evenimente asupra piețelor financiare

Contextul cercetării	Pandemia COVID	➔	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impact negativ asupra stabilității piețelor financiare.</li> <li>- Caracterul globalizat al pieței financiare – incertitudinea a generat o influență considerabilă asupra oricărei piețe, dar cu impact diferit.</li> </ul>
Obiectivul cercetării	<p>Determinarea impactului pandemiei COVID-19 asupra indicilor și sectoarelor bursiere din România.</p> <p>Cunoașterea gradului de răspuns al anumitor sectoare la incertitudine și volatilitate poate crea baza pentru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ strategiile de investiții;</li> <li>❖ acoperirea împotriva evenimentelor fără precedent;</li> <li>❖ implementarea unor pachete de stimulare specifice sectorului și indicilor;</li> <li>❖ oportunitatea intervențiilor și a sprijinului adecvat.</li> </ul>		
Metodologie	<p>Metoda studiului de eveniment – determinarea randamentelor anormale (AR) și a randamentelor anormale cumulate (CAR) pentru un eșantion de indici bursieri românești (56 companii listate la BVB).</p> <p>Orizonturi de timp considerate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Zile de eveniment: 20 ianuarie 2020 / 11 martie 2020 / 15 martie 2020.</li> <li>❖ Fereastra de estimare a indicilor (zile de tranzacționare) : 250 zile / 286 zile / 299 zile.</li> <li>❖ Fereastra evenimentului: <math>t \in (-10, 10)</math></li> </ul>		
Date	investing.com ; bvb.ro		

# Ipotezele și rezultatele cercetării

**Ipoteza H1a:** Anunțul unui nou virus în China la 20 ianuarie 2020 a avut un impact negativ asupra indicilor bursieri din România.

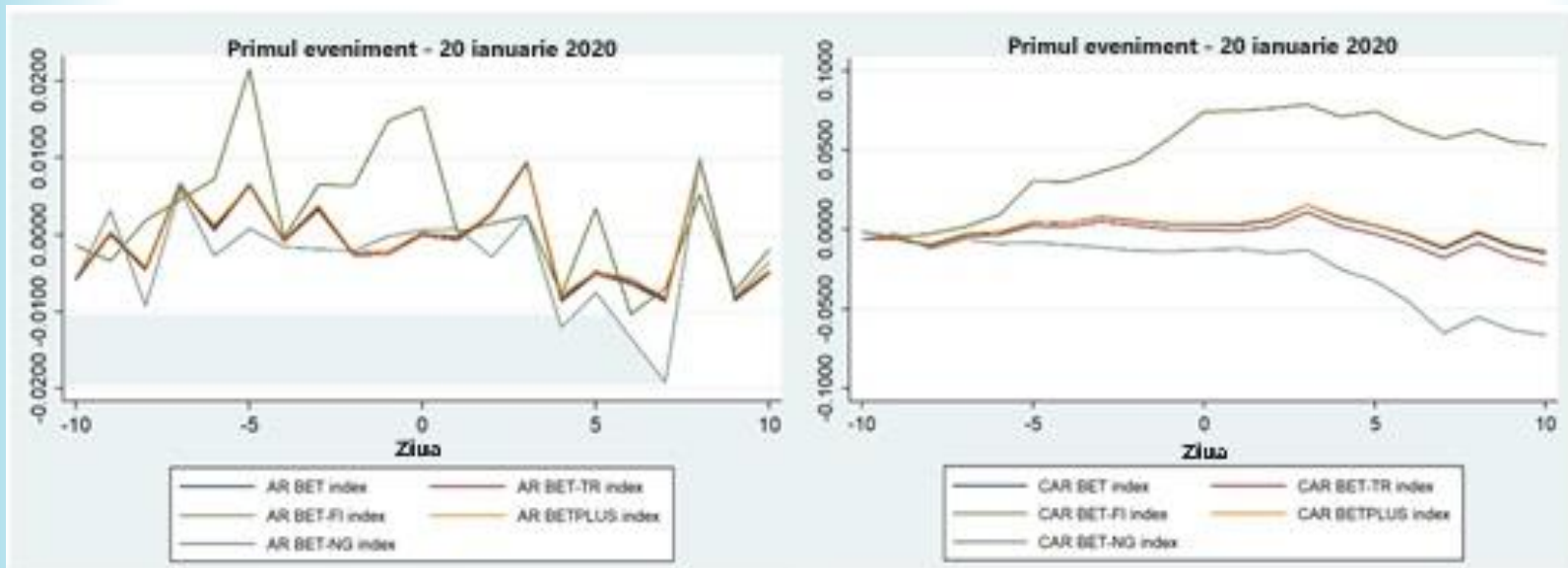
**Ipoteza H1b:** Anunțul unui nou virus în China la 20 ianuarie 2020 a avut un impact negativ asupra sectoarelor bursiere din România.

Rezultat:

Preocupările în privința evenimentelor declanșate în China nu au avut impact semnificativ asupra bursei românești

**Ipoteza H1a este respinsă:** anunțarea virusului în China nu a fost semnificativă în influențarea pieței bursiere din România.

**Ipoteza H1b este respinsă:** anunțarea virusului din China nu a avut o consecință negativă pentru diferitele sectoare ale BVB.





**Ipoteza H2a:** Anunţul unei pandemii la 11 martie 2020 de către OMS a avut un impact negativ asupra indicilor bursieri din România.

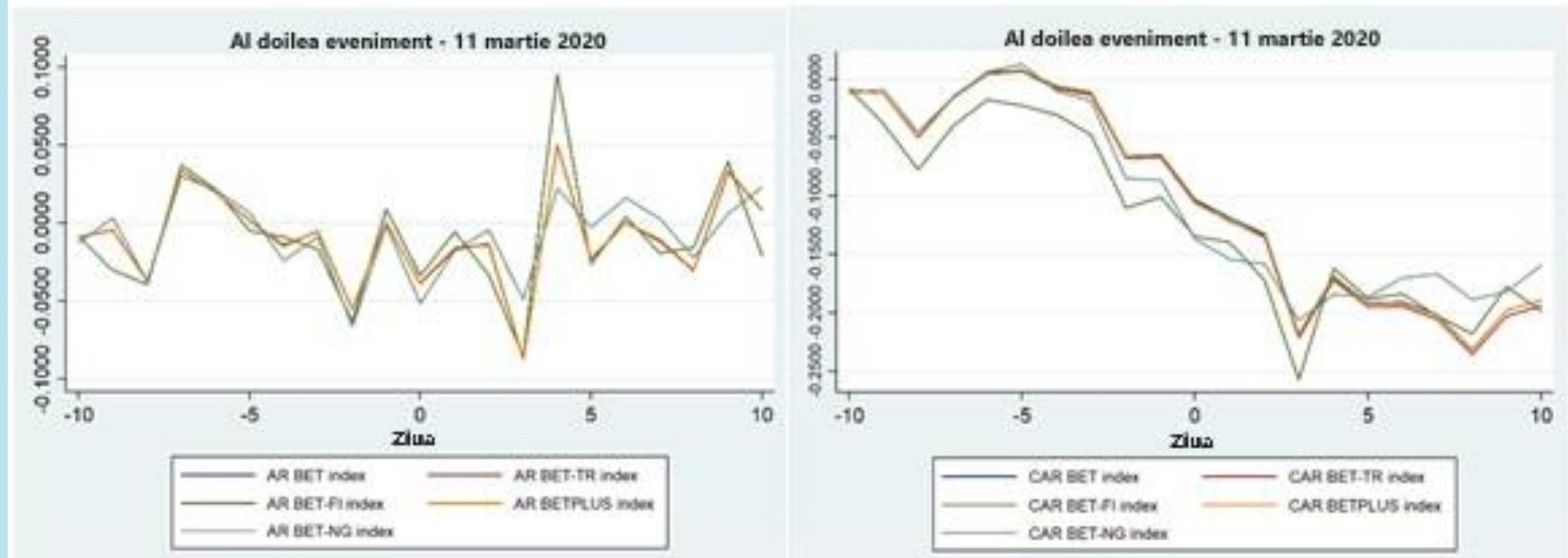
**Ipoteza H2b:** Anunţul unei pandemii la 11 martie 2020 de către OMS a avut un impact negativ asupra sectoarelor bursiere din România.

Rezultat:

Declararea pandemiei a fost semnificativă asupra indicilor bursei româneşti, şi a avut un impact negativ asupra BVB.

**Ipoteza H2a este confirmată :** anunţul pandemiei de către OMS a avut un impact negativ asupra bursei din România.

**Ipoteza H2b este confirmată :** anunţul pandemiei de către OMS a avut un efect negativ asupra companiilor şi sectoarelor listate la BVB.



**Ipoteza 3a:** Lockdown-ul din România din 15 martie 2020 are un impact pozitiv asupra indicilor bursieri din România.

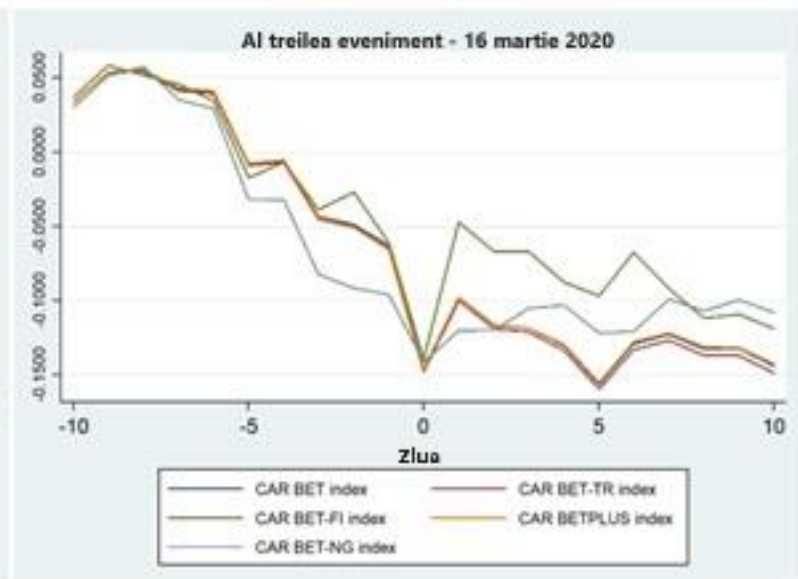
**Ipoteza 3b:** Lockdown-ul din România din 15 martie 2020 are un impact pozitiv asupra sectoarelor bursiere din România.

Rezultat:

Începutul izolării în România a avut cel mai mare impact asupra bursei în comparație cu cele două evenimente anterioare.

**Ipoteza H3a este respinsă :** lockdown-ul a avut un impact negativ asupra indicilor BVB.

**Ipoteza H3b este respinsă :** izolarea a avut un efect negativ asupra companiilor și sectoarelor listate la BVB.



## Concluzii

- ❖ Impactul pandemiei nu a fost uniform asupra indicilor bursieri și sectoarelor bursiere: incertitudinea creată de pandemie a provocat fluctuații ale piețelor financiare, dar de intensitate diferită.
- ❖ Rezultatele pentru diferite sectoare au fost în concordanță cu rezultatele pentru indici.

Primul eveniment – nu a declanșat reacție pe bursa din România.

După răspândirea virusului în România – impactul asupra companiilor tranzacționate la BVB a fost semnificativ.

Cele mai afectate sectoare:

Transporturi, ospitalitate, bancar, industria grea, metalurgică, TIC, producția de mașini și echipamente.

După instituirea izolării, anumite sectoare au cunoscut inversare:

Producția de hârtie, farmaceutică, biotehnologie, fabricarea de echipamente electrice și optice, energie electrică, TIC.

Cercetarea completează literatura de specialitate cu o analiză a impactului pandemiei COVID-19 asupra indicilor bursieri raportați la o piață individuală și în comparație cu sectoarele bursiere.

Pe baza cunoașterii modului în care diferite sectoare și indici sunt afectați în perioade de incertitudine, investitorii pot implementa strategii de refugiu adaptabile și potrivite, care să îi ajute să își protejeze investițiile.

## 3.1. Cercetări privind integrarea mijloacelor digitale și a politicilor publice în domeniul sănătății

<b>Contextul cercetării</b>	<p>Sănătate mintală și bunăstare emoțională/socială/psihologică.</p> <p>Prevalența tulburărilor mintale (paradoxul vulnerabilității) – depresie, anxietate, stres.</p> <p>Stigmatizare și reziliență. Impactul pandemiei de COVID-19.</p>
<b>Obiectivele cercetării</b>	<p>Cuantificarea opiniilor, percepțiilor și atitudinilor românilor cu privire la eficacitatea politicilor de prevenire și tratare în domeniul sănătății mintale.</p>
<b>Metodologie</b>	<p>1. Cercetare calitativă - interviu de grup. 80 adulți (10 focus-grupuri).</p> <p>Cuantificarea atitudinilor și gradului de cunoaștere a adulților români cu privire la prevenirea și tratamentul bolilor mintale ușoare.</p> <p>-----</p> <p>2. Cercetare calitativă – interviu de profunzime. 36 adulți.</p> <p>Ghid de interviu pe tema opiniilor, percepțiilor, atitudinilor și comportamentelor românilor cu privire la sănătatea mintală, instrumentele digitale și utilizarea acestora în contextul pandemiei de COVID-19.</p> <p>-----</p> <p>2. Cercetare cantitativă – anchetă bazată pe sondaj. Eșantionare nealeatorie. 514 adulți.</p> <p>Opiniile, atitudinile și comportamentele adulților români cu privire la utilizarea instrumentelor digitale de prevenire a depresiei.</p>

## R1: Cercetare calitativă (focus-grup)

### Cuantificarea atitudinilor și gradului de cunoaștere a adulților români cu privire la prevenirea și tratamentul bolilor mintale ușoare

Obiective	Rezultate conform obiectivelor
<b>O<sub>1</sub>:</b> Identificarea metodelor de informare cu privire la bolile mintale	<p>30% dintre subiecți consideră că, cel mai adesea, românii folosesc internetul pentru evaluarea stării proprii de sănătate mintală.</p> <p>Mulți dintre subiecți consideră prietenii sau familia ca fiind primul "refugiu", la care oamenii apelează pentru a-și analiza starea.</p>
<b>O<sub>2</sub>:</b> Stabilirea percepției românilor legată de prevenția și tratamentul depresiei și anxietății	<p>Românii constată depresia doar în stadii avansate, la baza acestui fapt stând cel mai adesea lipsa de informare și educație sanitară, percepția eronată a propriei stări, dorința de a avea control total asupra propriei persoane, dar și teama de a nu fi judecat de ceilalți.</p>
<b>O<sub>3</sub>:</b> Determinarea gradului de cunoaștere a metodelor de prevenire a depresiei	<p>Cei mai mulți subiecți au afirmat că oamenii întârzie în a solicita sprijin medical din cauza stigmei asociate cu termenul "psihiatru" sau "psiholog", sau datorită ignoranței, lipsei de informare, ori lipsei accesului la îngrijire medicală.</p>
<b>O<sub>4</sub>:</b> Evaluarea gradului de conștientizare a campaniilor de prevenire a afecțiunilor mintale	<p>60% dintre participanți afirmă că nu au organizat campanii de informare sau acțiuni complexe pe tema depresiei.</p>

## R2: Cercetare calitativă (interviu în profunzime)

### Opinii, percepții, atitudini și comportamente ale românilor cu privire la sănătatea mintală, instrumentele digitale și utilizarea acestora în contextul pandemiei de COVID-19

Obiective	Rezultate conform obiectivelor
<b>O<sub>1</sub>:</b> Identificarea percepțiilor persoanelor intervievate cu privire la impactul COVID-19 asupra omului (sănătate mintală, comportament de consum, etc.)	Reacțiile generale printre participanți au fost împărțite între sentimente de teamă, neplăcere, frică sau experiențe stresante. Măsurile restrictive au afectat percepția participanților privind comportamentul de cumpărare. Ei au cumpărat preventiv medicamente, fără a fi infectați cu virusul.
<b>O<sub>2</sub>:</b> Determinarea metodelor de stimulare a preocupărilor legate de sănătatea mintală în contextul pandemiei de COVID-19	Printre metodele folosite în combaterea anxietății și fricii legate de pandemie sunt muzica de relaxare, comunicarea prin intermediul tehnologiei, sau folosirea instrumentelor digitale în scopuri diverse pentru bunăstarea fizică sau psihică.
<b>O<sub>3</sub>:</b> Cuantificarea opiniilor asupra modului de răspuns la nevoile de sănătate mintală ca rezultat al experienței pandemice	Cei mai mulți subiecți au menționat crearea unui site sau a unei aplicații pentru mobil pentru abordarea problemei de către populație, sau evitarea urmării programelor TV.

### R3: Cercetare cantitativă (anchetă bazată pe sondaj)

## Opiniile, atitudinile și comportamentele adulților români cu privire la utilizarea instrumentelor digitale de prevenire a depresiei

Obiective	Rezultate conform obiectivelor
<b>O<sub>1</sub></b> : Măsurarea importanței acordate sănătății mintale de români	8,6% dintre respondenți au indicat nemulțumire totală în privința stării de sănătate de ansamblu.
<b>O<sub>2</sub></b> : Identificarea factorilor care stimulează îngrijirea sănătății mintale	Importanța tehnologiei în informarea legată de afecțiuni precum depresia este corelată cu ocuparea.
<b>O<sub>3</sub></b> : Determinarea frecvenței consumului de servicii de sănătate mintală	67,9% dintre respondenți au afirmat că nu au participat niciodată la o evaluare de specialitate a stării lor de sănătate mintală, iar 27,5% au admis că aceste vizite la specialist au avut loc cu mai mult de 2 ani în urmă.
<b>O<sub>4</sub></b> : Cuantificarea gradului de informare asupra simptomelor depresiei	67,1% dintre cei 514 membri ai eșantionului au afirmat că știu despre simptomele depresiei.
<b>O<sub>5</sub></b> : Măsurarea bugetului anual alocat de adulții români pentru prevenirea afecțiunilor mintale	La nivelul eșantionului, suma medie anuală alocată prevenirii depresiei a fost estimată la 212,64 lei.

## 3.2. Studiu privind paradigma paritate de gen - sustenabilitate la nivelul structurilor de conducere din mediul academic românesc

Contextul cercetării	Pilonul social al dezvoltării durabile (SDG 17 - ONU) Paritate de gen Mediul academic
Obiectivele cercetării	1) explorarea formării și diseminării puterii executive prin piramida ierarhică; 2) identificarea corelației dintre structura de gen a personalului și tendința de a replica această structură în funcții de conducere superioară prin procese electorale și de numire directă.
Metodologie	Analiza reglementărilor de natură juridică, formală (legi, reguli, reglementări) sau informală (plafon de sticlă). Analiză cantitativă asupra parității de gen a personalului didactic total (G) / personal votat în funcții de conducere (R, DD) și organe de decizie colective (S, FC) / personal desemnat (VR, D, VD). Analiză a modului în care sunt alese structurile de conducere în universități pe baza votului direct. Prin corelarea datelor a rezultat reacția managerilor superiori la semnalele de gen ale personalului (reflectedate în modul de numire directă a funcțiilor de conducere).
Date	Recensământ fără eșantionare: 47 universități de stat din România ; The Global Gender Gap Report 2017. (Comprehensive 17/Umaniste Șt.Sociale-Drept-Afaceri 6/Politehnice 6/Agro-Silv-Med.Vet 4/Medicină 5/Arte 9)



## Rezultatele cercetării

- ❖ 4 din cele 6 categorii de universităţi integrate în cercetare aveau majorităţi feminine ale personalului academic (raport de gen total F/B de 0,982).
- ❖ Din 47 rectori, 3 erau femei, iar din cei 44 bărbaţi, 24 erau aleşi de majorităţi feminine.
- ❖ Pentru funcţiile şi structurile rezultate din vot direct, indicii, predominant masculini, arată valori asupra cărora opţiunea feminină a fost decisivă (S, FC).
- ❖ Pentru funcţiile de conducere numite, asociate cu decizia managerului ierarhic direct, în general poziţionarea este pro-feminină (VR, VD).
- ❖ Indicii de gen ai VR reflectă fidel indicii de gen ai membrilor S.
- ❖ În cazul D, indicii de gen reflectă destul de apropiat pe cei ai FC, cu mici diferenţe nefavorabile femeilor.
- ❖ Pentru VD, indicii reflectă cel mai îndeaproape structura FC.
  
- ❖ 6 din 7 indici (cu excepţia S) sunt peste pragul de 40% (nivel minim pentru reprezentarea de gen în ţările reglementate)
- ❖ Diferenţe mici între  $I_{xG}$ ,  $I_{xDD}$  şi  $I_{xFC}$  indică o oglindire a structurii generale de gen la nivel de factori de decizie şi conducere
- ❖ Valori apropiate de zero pentru diferenţele  $I_{xS}-I_{xVR}$  şi  $I_{xFC}-I_{xVD}$  sugerează conformarea rectorului şi decanului cu semnalele transmise prin opţiunile de vot exprimat pentru senat şi consiliile facultăţilor.

Studiul derulat pe mediul academic românesc dezvăluie capacitatea instituţională de a descoperi cea mai bună formulă pentru structurile de conducere, prin vot sau numire, fără intervenţia sub forma unor reglementări, cote sau interferenţa guvernului, principiul meritului fiind considerat factor determinant al opţiunii de vot, fără elemente discriminatorii de gen.

### 3.3. Influenţa progresului în educaţie la nivel regional şi naţional asupra creşterii economice regionale a UE

Contextul cercetării	Discrepanţe între regiunile europene în privinţa progresului tehnologic şi a inovării Fundamentarea combinaţiei de măsuri de politică regională şi naţională cu efect în sporirea creşterii economice regionale în cadrul UE, utile pentru politica regională a UE şi pentru guvernele naţionale.
Obiectivele cercetării	Influenţa factorilor regionali, respectiv la nivel de ţară, în domeniile educaţiei şi TIC, asupra creşterii regionale a UE Impactul educaţiei şi TIC asupra creşterii regionale este diferit între OMS şi NMS*? * Bulgaria, Cehia, Cipru, Croaţia, Estonia, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Romania, Slovacia, Slovenia, Ungaria
Metodologie	Model cu efecte mixte pe mai multe niveluri pentru a aborda structura ierarhică a datelor în cercetare. Variabila dependentă este creşterea economică regională (variabila NUTS2). Variabilele explicative sunt variabile socio-economice şi demografice agregate fie la nivel de regiune (NUTS2), fie la nivel de ţară: ❖ La nivel regional: niveluri de studii primare, nivel de studii secundare, nivel de studii terţiare, utilizarea comerţului electronic, proporţia populaţiei care nu a folosit niciodată internetul, rata fertilităţii, resursele umane angajate în sectorul tehnologiei, utilizarea internetului. ❖ La nivel de ţară: utilizarea comerţului electronic, cheltuielile pentru R&D, abandonul şcolar timpuriu, învăţarea pe tot parcursul vieţii, creşterea economică.
Date	Date EUROSTAT 2001-2017, agregate la nivel regional (281 regiuni cf. NUTS2), şi la nivel de ţară (EU 28).

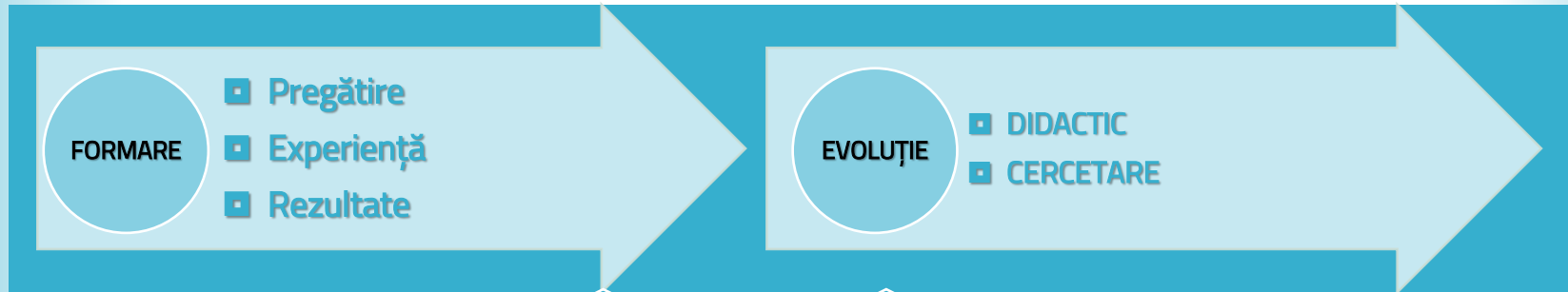
## Rezultatele cercetării

- ❖ Pentru perioada celor 17 ani analizați au fost identificate discrepanțe importante între NMS și OMS, lucru reflectat și în impactul măsurilor de politică asupra creșterii regionale.
- ❖ Descurajarea celor care părăsesc timpuriu sistemul de educație, creșterea cheltuielilor pentru R&D, și îmbunătățirea dezvoltării TIC contribuie la stimularea creșterii regionale atât în NMS, cât și în OMS.
- ❖ Un nivel mai mare al rezultatelor educaționale regionale și de folosire a internetului sunt eficiente doar în NMS, în timp ce extinderea sectorului tehnologic este mai eficientă în OMS.
- ❖ În domeniul educației, realizările educaționale la nivel primar, secundar și terțiar, când sunt semnificative, generează efecte pozitive pentru creșterea regională atât în NSM cât și OMS, fiind deci un important motor al creșterii regionale.
- ❖ Rata de fertilitate este corelată negativ cu creșterea economică regională, atât în NMS, cât și în OMS.
- ❖ În mod surprinzător, cheltuieli mai mari pentru R&D și utilizările mai mari ale comerțului electronic, atunci când ambele sunt agregate la nivel de țară, descurajează creșterea economică regională în NMS și OMS. Cu toate acestea, la nivel regional, ratele mai mari de utilizare a internet-ului și internet banking-ului, ca și cheltuielile mai mari la nivel regional pentru R&D sporesc creșterea economică regională. Această constatare nu numai că subliniază impactul pozitiv al TIC asupra creșterii economice, dar sugerează și importanța măsurilor de politică regională, în comparație cu cele la nivel național, pentru stimularea creșterii regionale.

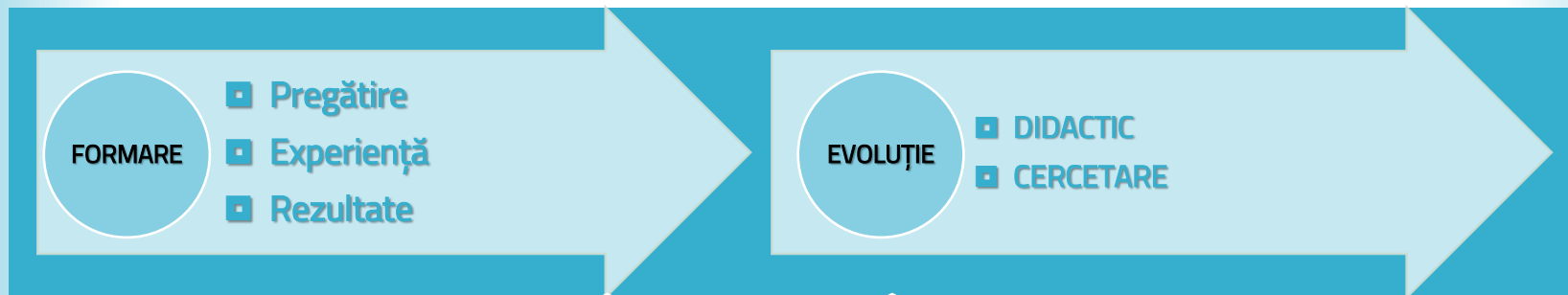
În concluzie, doar un amestec de măsuri de politică regională-națională în educație/TIC ar putea accelera creșterea economică regională în UE.



# Strategia viitoare de evoluție și dezvoltare a carierei



# Strategia viitoare de evoluție și dezvoltare a carierei





**Vă mulțumesc!**

[adriana.litra@unitbv.ro](mailto:adriana.litra@unitbv.ro)