



**Universitatea
Transilvania
din Braşov**

TEZĂ DE ABILITARE

**VALENŢE ALE SUSTENABILITĂŢII SOCIALE ÎN EDUCAŢIE,
MUNCĂ ŞI TURISM ANALIZATE PRIN CERCETĂRI
CALITATIVE ŞI CANTITATIVE DE MARKETING**

Domeniul: MARKETING

Autor: Conf. dr. Alina Simona TECĂU

Universitatea: TRANSILVANIA DIN BRAŞOV

BRAŞOV, 2021

CUPRINS

Cuvânt înainte	3
(A) Summary	4
(B) Realizări științifice și profesionale și planuri de evoluție și dezvoltare a carierei	6
(B.I.) Realizări științifice și profesionale	
Introducere	6
Direcția 1. Sustenabilitatea socială în educație. Contribuții la dezvoltarea teoriei și practicii prin cercetări de marketing ce vizează soluții și programe de la cele adresate elevilor defavorizați din mediul rural până la universitatea antreprenorială	11
1.1. Cercetare de marketing ce abordează problema securității alimentare a elevilor din mediul rural	11
1.2. Cercetări de marketing cu privire la rolul învățământului universitar în sustenabilitatea socială	25
1.2.1. Studiu de caz privind contribuția universității antreprenoriale la dezvoltarea sustenabilă	26
1.2.2. Cercetare de marketing ce vizează identificarea oportunităților antreprenoriale pentru înființarea de start-up-uri inovatoare în timpul și după criza COVID-19.....	34
Direcția 2. Sustenabilitatea socială și munca. Cercetări de marketing ce vizează aspecte legate de integrarea absolvenților în muncă și investițiile masive în muncă	48
2.1. Cercetări exploratorii ce surprind legătura dintre consiliere și orientare profesională și integrarea pe piața muncii	48
2.1.1. Studiu de caz privind dezvoltarea metodologiei de consiliere și orientare profesională a studenților	49
2.1.2. Experițe de învățare pentru viitorii angajați de succes.....	52
2.2. Sustenabilitatea socială din perspectiva efectelor pandemiei de COVID-19 asupra investiției masive în muncă	57
Direcția 3. Sustenabilitatea socială în turism. Cercetări de marketing asupra aspectelor ce favorizează accesul la servicii turistice	69
3.1. Sustenabilitatea socială oglindită prin modul în care familiile cu copii cu dizabilități sunt integrate în destinațiile turistice	70
3.2. Dezvoltarea urbană durabilă prin partajarea turismului	83
3.3. Dezvoltarea sustenabilă a destinațiilor turistice din perspectiva asigurării securității localnicilor și vizitatorilor	90

3.4. Sustenabilitatea socială în turism din perspectiva accesului la informare prin intermediul platformelor web	94
3.5. Permacultură și downshifting – Surse ale dezvoltării sustenabile a turismului în zonele rurale	103
(B.II.) Planuri de evoluție și dezvoltare a carierei	111
(B.III.) Bibliografie	117

Cuvânt înainte

Teza de abilitare prezintă cele mai importante realizări științifice în perioada de după conferirea titlului de doctor în economie până în prezent și planul de dezvoltare a carierei profesionale. Cercetările realizate în perioada amintită au fost orientate pe trei direcții, având ca element comun abordarea din perspectiva laturii sociale a sustenabilității: ● *Sustenabilitatea socială în educație* - cercetările realizate vizând soluții și programe de la cele adresate elevilor defavorizați din mediul rural până la universitatea antreprenorială; ● *Sustenabilitatea socială și munca* - cercetările de marketing întreprinse ținând aspecte legate de integrarea absolvenților pe piața muncii și investițiile masive în muncă; ● *Sustenabilitatea socială în turism* - studiile din această direcție surprinzând diverse aspecte ce favorizează accesul la servicii turistice.

Pentru susținerea pe parcursul întregii mele evoluții profesionale și șansa de a realiza cercetări apreciate de comunitatea științifică în cadrul unor colective complexe și de elită le mulțumesc mentorilor și colegilor mei, personalități remarcabile, care m-au motivat și inspirat mereu: prof. dr. Constantin Lefter, directorul departamentului în perioada de debut a carierei mele universitare și coordonatorul primului colectiv în cadrul căruia am participat la redactarea cărții „Marketing”¹, lucrare citată de sute de studenți, masteranzi și cercetători, prof. dr. Dumitru Patriche, coordonatorul meu pentru realizarea tezei de doctorat, prof. dr. Gabriel Brătucu, decanul facultății de Științe economice și administrarea afacerilor, prof. dr. Cristinel Petrișor Constantin, directorul departamentului Marketing, Turism Servicii și Afaceri Internaționale, prof. dr. Gheorghe Epuran, coordonatorul Școlii doctorale de marketing din cadrul Universității Transilvania, prof. dr. Tiberiu Foriș, directorul departamentului Management și Informatică economică, prof. dr. Ana Ispas, prof. dr. Dana Boșcor, prof. dr. Daniel Munteanu, prorectorul Universității Transilvania, lector dr. Diana Foriș, conf. dr. Nicu Marinescu, conf. dr. Radu Constantin Lixândroi, conf. dr. Oana Bărbulescu, conf. dr. Adrian Trifan, conf. dr. Adina Candrea, conf. dr. Silvia Sumedrea, conf. dr. Ruxandra Albu, lector dr. Titus Suci, drd. Cristina Dimitriu, dr. Simona Ivasciuc, precum și colegilor de la Harper Adams University și Faculty of Tourism - Portoroz, Primorska University: prof. dr. Rob Mawby și prof. dr. Janez Mekinc. În mod special vreau să le mulțumesc colegelor mele conf. dr. Ioana Chițu și prof. dr. Bianca Tescașiu, care mi-au fost alături în cele mai grele momente ajutându-mă să privesc obstacolele ca pe oportunități și împreună cu care am realizat cele mai multe proiecte.

Sper că vom continua colaborarea aprofundând problematica sustenabilității sociale sau abordând direcții noi, aducându-ne astfel contribuția la îmbunătățirea stadiului cunoașterii în domeniile respective și la recunoașterea internațională a cercetării științifice românești.

¹ Lefter C. (cordonator) *Marketing – ediția a II-a revizuită*, Editura Universității Transilvania din Brașov, 2006

A. Summary

Social sustainability gradually entered into scientific debates regarding sustainability and sustainability policies of the world and, in time, it gained recognition as a fundamental component of sustainable development. However, compared to the other dimensions of sustainability, the social component is less explored. The habilitation thesis entitled “Valences of social sustainability in education, labor market and tourism, analyzed through qualitative and quantitative marketing research” brings together a series of researches designed to contribute to reducing the disparities, by approaching the concept of social sustainability from the perspective of marketing in three research areas.

The first part of the habilitation thesis is dedicated to the presentation of scientific and professional achievements, with a focus on the results of research published in scientifically valuable articles, indexed in ISI Web of Science, which contributed to the criteria to participate in the competition for obtaining the certificate of habilitation.

In the first chapter, social sustainability is approached from an educational perspective. There are three researches oriented in two directions: • The first research started on the issue of disparities in education and through various qualitative research methods allowed issuing some conclusions about programs, projects, technologies that can contribute to improve the educational process for disadvantaged people. • The other two researches addressed specific aspects of the involvement of entrepreneurial universities in regional sustainable development, starting from the hypothesis that collaborations between entrepreneurial universities and regional companies can have a positive impact on the sustainable development of all entities involved. Opportunities for collaboration were identified between the Research-Development Institute (ICDT) of the Transilvania University of Braşov and the companies with production activity within the Center Development Region. An exploratory study was also conducted based on semi-structured interviews among students who intend to get involved in entrepreneurship in order to find out which businesses are considered stimulants of sustainable development and what are the changes in business culture in the context of the crisis generated by the COVID-19 pandemic.

The research from the second chapter analyzes some aspects related to the preparation of students for the labor market and massive investments in labor during the COVID-19 pandemic.

Starting from the idea that universities must offer to students a greater variety of learning experiences in order to facilitate their access to the labor market, two case studies were conducted. The first research examines a methodology for carrying out counseling and career

guidance activities for students in order to facilitate the transition from school to working life, and the second assesses the most appropriate learning experiences that could be used to develop the skills needed in with a view to improving the employability of future graduates.

The second part of this chapter addresses the issue of massive labor investment during the COVID-19 pandemic. The research was conducted through a survey based on a sample of 1,896 subjects. Elements of overtime, workload, work commitment, work dependence and work performance were considered, for which several scales were tested extensively in studies on massive investment in the work. The research results reveal that the COVID-19 pandemic had a negative impact on the components of massive labor investment (time and effort). For all the measured aspects, there was a decrease in investment in work during the pandemic, with negative effects on respondents' attitudes towards personal work performance.

The third chapter of the thesis highlighted some aspects of marketing-specific approaches to sustainable development of tourism. The research started from those reported in the literature and focused on news and issues less addressed by other researchers. The approached topics were multiple, and for each of them a distinct research methodology were used. The aims of the studies carried out referred to the following: • Integrating families with children with disabilities in tourist destinations - a qualitative research conducted in order to identify several ways to eliminate or reduce physical and attitude barriers, for better integration of people with disabilities in places of destination; • The way tourism sharing can contribute to sustainable urban development - a qualitative research among collaborative tourism stakeholders; • The issue of locals and visitors security , addressed through a variety of qualitative and quantitative research methods; • The issue of social sustainability from the perspective of access to modern, safe and accessible tools for obtaining information about tourism and making reservations through web platforms, conducting in this regard a quantitative research among Internet users; • Highlighting the hypostases and behaviors of the “actors” involved in the eco-value chain from the tourism field through the prism of the concepts of permaculture, slow tourism and downshifting, through a qualitative research.

The second part of the thesis presents the professional career development plan and future research directions, so as to lead to the fulfillment of the personal objectives correlated with the objectives of the faculty and those of the university to which they belong.

B. Realizări științifice și profesionale și planuri de evoluție și dezvoltare a carierei

B.I. Realizări științifice și profesionale

Introducere

După aproape o jumătate de secol de studii ample, modelări conceptuale, examinări din diferite unghiuri, omenirea este din ce mai conștientă că îndeplinirea obiectivelor dezvoltării sustenabile ne privește și trebuie să ne implice pe toți. Există încă lacune în teoriile legate de sustenabilitate. În special, dimensiunea socială a acestui cadru, introdusă abia în anul 1992 cu ocazia Conferinței Națiunilor Unite pentru Mediu și Dezvoltare organizată la Rio de Janeiro, nu este suficient explorată științific (Missimer, Robèrt și Broman, 2017), rolul social al sustenabilității fiind rareori tratat în mod egal cu cel economic sau de mediu (Elkington, 1997).

Sustenabilitatea socială a fost definită ca o îmbunătățire a condițiilor de viață și un proces în cadrul comunităților prin care se poate realiza acest lucru (McKenzie, 2004; Boyer et al., 2016). Alte definiții pun accent pe protecția populației indiferent de culoare, origine, cultură sau statut economico-social prin promovarea unor politici echitabile din punct de vedere social, economic și de mediu (Eizenberg și Jabareen, 2017). Literatura de specialitate asociază sustenabilitatea socială atât cu factori de ordin fizic cât și non-fizic (Eizenberg și Jabareen, 2017), evidențiind mai mulți factori care afectează sustenabilitatea socială și care țin de fiecare individ în parte, factori de ordin psihic, comportamental, legați de calitatea vieții, de protecția și siguranța indivizilor (Vavik și Keitsch, 2010; Eizenberg și Jabareen, 2017; Sajjad și Shahbaz, 2020), nivelul de educație, starea de sănătate, calitatea vieții, incluziunea socială, nivelul veniturilor, interacțiunea socială etc. (Dempsey și alții, 2011).

Teza de abilitare punctează abordările de marketing ale sustenabilității sociale în trei direcții de analiză, respectiv educație, muncă și turism.

Educația este considerată un mijloc de ridicare a standardelor de viață, de diminuare și prevenire a diferitelor fenomene cu impact negativ asupra copiilor și tinerilor, un mijloc care poate oferi alternative pentru sărăcie, excluziune socială, discriminare, acces limitat la informație etc. Educația reprezintă un instrument puternic pentru a atinge sustenabilitatea socială, conducând la creșterea șanselor de integrare pe piața muncii și de a obține succes în carieră și în viață. Accesul la educație de calitate constituie o premisă a dezvoltării durabile a oricărei economii ceea ce antrenează guvernele să acționeze în direcția reducerii abandonului școlar,

îmbunătățirii sistemului de educație indiferent de mediu – rural sau urban (Guvernul României, 2019).

Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă angajează națiunile la oferirea unei educații de calitate, echitabilă și incluzivă, la toate nivelurile. Oamenilor, indiferent de sex, vârstă, rasă sau etnie, dizabilități, mediu de proveniență, în special celor aflați în situații vulnerabile, li se promite realizarea unui cadru de învățare continuă, care să le permită dobândirea acelor cunoștințe și competențe necesare valorificării oportunităților oferite și participării pe deplin la viața societății.

Educația copiilor, elevilor sau tinerilor ce fac parte din grupurile dezavantajate sau aflate în situații de risc reprezintă un obiectiv prioritar al mediilor politice, socio-economice, culturale sau civice din România. Învățământul din mediul rural românesc se confruntă cu o scădere accentuată a numărului de elevi. Cauzele pot fi legate de numărul mare de familii cu probleme socio-economice, de distanțe, de accesul redus la informații de ultimă oră, dar și de migrația către orașele din apropiere. Identificarea cu exactitate a cauzelor și măsurarea impactului asupra calității învățământului din mediul rural constituie o provocare și din perspectiva marketingului educațional. Literatura sugerează că decalajul uriaș dintre educația urbană și cea rurală este datorat disparității investițiilor educaționale, nivelului educațional al copiilor și calității actului educațional (Zhang, 2017).

În ceea ce privește sustenabilitatea socială în educație la nivelul învățământului universitar, literatura de specialitate recunoaște rolul important pe care trebuie să îl joace universitățile în dezvoltarea sustenabilă, însă nu prezintă clar modul în care ar trebui să se manifeste această implicare. Preocupările spre abordări sustenabile ale proceselor din educația superioară sunt tot mai prezente în strategiile de dezvoltare a universităților (Fischer, Jenssen și Tappeser, 2015). O universitate sustenabilă trebuie să aibă un management performant, să abordeze într-o manieră sustenabilă problema mediului înconjurător și resursele, să aibă o politică de responsabilitate socială, și, totodată, să aplice principiile sustenabilității atât în cercetare cât și în educație. O parte dintre cercetători susțin că principiile sustenabilității pot fi mai ușor integrate într-o instituție de învățământ superior dacă sunt evaluate prin același sistem prin care se evaluează și performanțele academice (Amaral, Martins și Gouveia, 2015). Dezvoltarea sustenabilă pune problema managementului relațiilor cu stakeholderii în vederea atingerii unor obiective comune din punct de vedere economic, social și de mediu (Steurer, 2005). Educația, cercetarea și societatea trebuie să își unească eforturile pentru a răspunde problemelor legate de sustenabilitate (Yarime și alții, 2012).

Pornind de la problemele identificate anterior, scopurile principale pentru care au fost realizate cercetările prezentate în primul capitol al tezei de abilitare au fost acelea de a identifica

și testa modalități de reducere a diferențelor dintre nevoile elevilor din mediul rural, considerați defavorizați, și ceilalți elevi, în scopul asigurării unei educații incluzive, echitabile și continue, precum și de a investiga modalități de implicare a universităților în dezvoltarea sustenabilă. Rezultatele obținute îmbogățesc literatura de specialitate și pot contribui la ghidarea factorilor de decizie spre măsuri prin care se pot reduce lacunele în dezvoltarea durabilă a învățământului românesc.

Munca contribuie la împlinirea potențialului personal, obiectiv de viață ce străbate limitele culturii, statului, genului și al tuturor celorlalte elemente de diferențiere (Super și Šverko, 1995). Modul de raportare la muncă, acest predictor al bunăstării individuale și al vieții de familie, depinde de caracteristicile personale ale fiecărui individ, de aspecte particulare ce țin de angajator, dar și de politicile naționale. În ultimii ani (după criza financiară din 2008), angajatorii au semnalat că universitățile ar trebui să-și pregătească absolvenții pentru provocările secolului 21 folosind diferite metode de schimb de cunoștințe și dezvoltând nu numai abilități de învățare și abilități de alfabetizare digitală ci și abilități de carieră și de viață reală, precum simțul responsabilității, flexibilitate și adaptabilitate, muncă în echipă și abilități adecvate pentru interacțiunea interculturală. Perioada marcată de criza generată de pandemia de COVID-19 reprezintă un "șoc major pentru economia europeană și mondială" cu implicații asupra locurilor de muncă și al nivelului de trai al cetățenilor din cauza scăderii veniturilor (CE, 2020). La nivel mondial, conform Organizației Internaționale a Muncii, aproximativ 1,6 miliarde de oameni (50% din forța de muncă la nivel global) au fost afectați de pandemia de COVID-19 (Forbes, 2020). Acest context a condus la necesitatea realizării unor cercetări cu privire la investițiile masive în muncă, cercetări ce au ca scop identificarea modalităților prin care universitățile pot strânge colaborările cu piața de afaceri astfel încât absolvenții să fie mai bine pregătiți pentru piața muncii, cercetări prezentate în cel de-al doilea capitol al tezei de abilitare.

Turismul are multe efecte pozitive și influențează în mod direct și indirect dezvoltarea economică a zonelor care au obiective turistice. Turismul poate, de asemenea, să contribuie la dezvoltarea unor zone care nu sunt bogate în resurse economice, dar au resurse naturale și antropice (Avramescu și Popescu, 2008). Potrivit OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), creșterea durabilă se regăsește printre tendințele majore de dezvoltare ale turismului până în 2040 (OECD, 2018). Schimbări drastice care vor afecta evoluția acestui domeniu pe termen mediu și lung se vor înregistra și în ceea ce privește profilurile turiștilor. Au devenit deja evidente schimbările demografice, în special, în țările europene. Pe de altă parte, este vorba chiar de schimbarea turiștilor în ceea ce privește modul în care aleg să își petreacă viața. Turiștii de astăzi sunt din ce în ce mai preocupați de sănătatea lor, de locul pe care îl aleg să își petreacă vacanța, de trecerea de la turismul de masă la cel de nișă

(Coroș, 2020). Impactul acestor tendințe asupra economiei poate aduce schimbări semnificative în modelele de afaceri.

Turismul sustenabil a fost abordat în literatura de specialitate din mai multe puncte de vedere, respectiv din perspectiva impactului calității vieții rezidenților din destinațiile turistice (Mathew și Sreejesh, 2017; Hanafiah și alții, 2016), al comportamentului turiștilor (Lee și alții, 2017), al modalităților de încurajare a turiștilor să practice un turism responsabil (Yoon, 2019), al comportamentului managerilor din unitățile de turism (Musavengane, 2019; Camilleri, 2016) și al responsabilității sociale a operatorilor de turism (Rojan, Brijesh și Min-Seong, 2019). Turismul este folosit din ce în ce mai mult ca instrument de integrare socială (Scheyvens și Biddulph, 2018) dar, cu toate acestea, există doar puține studii care au legat turismul responsabil de integrarea persoanelor cu dizabilități în destinațiile turistice, care abordează problema securității turiștilor, cea a accesului facil la informații sau care studiază aspecte ale *turismului lent* (cunoscut sub denumirea de *downshifting*), sau cele legate de *simplitatea voluntară*. Având în vedere complexul de factori economici, sociali și culturali care au marcat transformarea industriei turismului în ultimul deceniu, capitolul trei al prezentei teze cuprinde cercetări ce vizează sustenabilitatea socială în turism.

Rezultatele cercetărilor prezentate în cadrul tezei de abilitare au fost diseminate prin articole de specialitate, publicate în reviste indexate ISI Web of Science sau indexate în baze de date internaționale recunoscute. Aceste articole sunt prezentate în cele ce urmează.

Lucrările științifice care au stat la baza realizării prezentei teze de abilitare sunt:

- 1. Tecău, A.S.,** Constantin, C.P., Lixândroi, R.C., Chițu, I.B., Brătucu, G. (2020) Impact of the COVID-19 Crisis on Heavy Work Investment in Romania, *Amfiteatru Economic*, 22 (Special Issue No. 14), pp. 1049-1067, WOS:000582434500005, DOI:10.24818/EA/2020/ S14/1049
- 2. Foris, D., Tecău, A. S.,** Hartescu, M., Foris T. (2020) Relevance of the features regarding the performance of booking websites, *Tourism Economics*, 26(6), pp. 1021-1041, SI, eISSN: 2044-0375, WOS:000558559600009, doi.org/10.1177/1354816619845790
- 3. Tecău A.S.,** Dimitriu C., Marinescu N., Tescașiu B., Epuran G. (2020) Qualitative Research on the Food Security of School Children in the Rural Area, *Sustainability*, 12(21), 9024, WOS:000589300500001, DOI:10.3390/su12219024
- 4. Tecău, A. S.,** Brătucu, G., Tescașiu, B., Chițu, I. B., Constantin, C. P., Foris, D. (2019) Responsible Tourism - Integrating Families with Disabled Children in Tourist Destinations, *Sustainability*, 11(16), pp. 4420-4438, ISSN 2071-1050, WOS:000484472 500164, DOI:10.3390/su11164420

5. Barbulescu, O., **Tecău, A.S.**, Munteanu, D., Constantin, C.P. (2021) Innovation of Startups, the Key to Unlocking Post-Crisis Sustainable Growth in Romanian Entrepreneurial Ecosystem, *Sustainability*, 13(2), 671, <https://doi.org/10.3390/su13020671>
6. Brătucu, G., Lixăndroi, R.C., Constantin, C.P., **Tecău, A.S.**, Chițu, I. B., Trifan, A. (2020) Entrepreneurial University: Catalyst for Regional Sustainable Development, *Sustainability*, 12(10), pp. 4151-4168, ISSN 2071-1050, WOS:000508186400111, DOI:10.3390/su12104151
7. Epuran, G., Tescașiu, B., **Tecău, A.S.**, Ivasciuc, I.S., Candrea, A.N. (2021) Permaculture and Downshifting-Sources of Sustainable Tourism Development in Rural Areas, *Sustainability*, 13(1), 230, WOS:000606401700001, DOI: 10.3390/su13010230
8. Mawby, R.I., **Tecău, A.S.**, Constantin, C.P., Chițu, I.B., Tescașiu, B. (2016) Addressing the Security Concerns of Locals and Visitors for the Sustainable Development of Tourist Destinations, *Sustainability*, 8(6), pp. 524-536, ISSN 2071-1050, WOS:000378776800021, DOI:10.3390/su8060524
9. Tescașiu, B, Epuran, G., **Tecău, A. S.**, Chițu I.B., Mekinc, J. (2018) Innovative Forms of Economy and Sustainable Urban Development - Sharing Tourism, *Sustainability*, 10(11), pp. 3919-3937, ISSN 2071-1050, WOS:000451531700093, DOI:10.3390/su10113919
10. **Tecău A.S.**, Tescașiu, B., Foris, D., Foris, T., Bărbulescu, O. (2016) Developing methods of students counseling and career orientation, 8th International Conference on Education and New Learning Technologies, EDULEARN16 Proceedings, 2016. ISSN: 2340-1117, WOS:000402955901119, <https://library.iated.org/view/TECAU2016DEV>
11. **Tecău, A.S.**, Sumedrea, S, Albu, R., Suci, T. (2016) Blended learning experiences for future successful employees, 8th International Conference on Education and New Learning Technologies, EDULEARN16 Proceedings, 2016, ISSN: 2340-1117, WOS:000402955901123, <https://library.iated.org/view/TECAU2016BLE>

Direcția 1. Sustenabilitatea socială în educație. Contribuții la dezvoltarea teoriei și practicii prin cercetări de marketing ce vizează soluții și programe de la cele adresate elevilor defavorizați din mediul rural până la universitatea antreprenorială

Cercetările ce vizează sustenabilitatea socială din perspectiva educațională au fost orientate în două direcții: • o parte s-au centrat pe investigarea nevoilor educaționale ale persoanelor dezavantajate încercând să atingă obiective care să răspundă la întrebări precum: Cum pot fi reduse disparitățile dintre oameni prin educație? Care sunt programele, proiectele, tehnologiile care pot contribui la îmbunătățirea procesului educațional al persoanelor defavorizate?; • o altă categorie analizează aspecte specifice implicării universităților antreprenoriale în dezvoltarea sustenabilă regională pornind de la ipoteza conform căreia colaborările dintre universitățile antreprenoriale și firmele regionale pot avea un impact pozitiv în dezvoltarea sustenabilă a tuturor entităților implicate.

1.1. Cercetare de marketing care abordează problema securității alimentare a elevilor din mediul rural²

România se situează printre țările în care disparitățile între mediul rural și cel urban în ceea ce privește educația sunt foarte mari. Deși în ultimii ani au avut loc reforme în educație, acestea au avut mai degrabă o influență pozitivă în mediul urban și mai puțin în mediul rural (Mocanu și Zamfir, 2016). Cu toate acestea, educația de calitate lipsește mai ales în mediul rural din cauza infrastructurii precare, a lipsei cadrelor didactice calificate și a sărăciei (UN, 2019). Cu aproape jumătate din populație în mediul rural, 46,4%, România are un abandon școlar de 26,6% în mediul rural și de 6,2% în cel urban se arată în Raportul de Dezvoltare Globală realizat de Banca Mondială. Totodată, peste 80% dintre școlile cu performanțe scăzute sunt în mediul rural (Badea, 2018). Sărăcia și excluziunea socială din mediul rural este de două ori mai mare decât în mediul urban, modernizarea rețelei școlare este foarte întârziată, elevii neavând condiții decente de desfășurare a cursurilor, cadrele didactice nu au de multe ori calificarea necesară (CE, 2019; Stanef și Manole, 2013). Părăsirea timpurie a școlii are implicații sociale și economice importante, fiind unul dintre factorii semnificativi care contribuie în mod direct la excluziunea socială ulterioară în viață. Reducerea semnificativă a numărului de tineri care părăsesc timpuriu școala este considerată o investiție esențială pentru prosperitatea și coeziunea socială viitoare a UE. Reducerea decalajului din educație între urban și rural reprezintă o modalitate eficientă de a crește egalitatea socială între cele 2 medii conducând la o distribuție mai echilibrată a veniturilor (Chakrabarti și Mehta, 2019).

² **Tecau, A.S.**, Dimitriu, C., Marinescu, N., Tescasiu, B., Epuran, G. (2020) A Qualitative Research on the Food Security of School Children in the Rural Area. *Sustainability*, 12, 9024. <https://doi.org/10.3390/su12219024>

Securitatea alimentară a elevilor din mediul rural s-a dovedit a fi un fenomen complex, care determină multiple preocupări și inițiative, atât la nivel academic, cât și la nivelul instituțiilor și organizațiilor internaționale. Securitatea alimentară are o dublă abordare la nivel mondial: o abordare prin prisma reglementărilor și declarațiilor date de organizațiile și organismele internaționale și o abordare la nivelul literaturii științifice în domeniu. În cadrul primei abordări sunt vizate aspectele de ordin social, aflate în strânsă legătură cu dezvoltarea durabilă, iar în cadrul celei de-a doua abordări sunt analizate cauzele și efectele la nivel național și internațional, se propun indicatori de măsurare și se fac estimări pentru perioadele viitoare. Pe fondul acestor abordări, constatăm că și la nivel național au început să apară preocupări și inițiative concrete de rezolvare a unor probleme locale generate de insecuritatea alimentară a diferitelor categorii de populație. Dat fiind decalajul mare de dezvoltare al mediului rural față de cel urban, domeniul securității alimentare la nivelul comunităților defavorizate a reprezentat pentru mine o problemă demnă de cercetat.

Cercetarea realizată în cadrul proiectului POCU/74/6/18/108023, “Învăț, mă joc, sunt fericit la școală” alături de un colectiv de autori din cadrul Universității Transilvania din Brașov a avut un dublu scop și anume: de a investiga modul în care este asigurată securitatea alimentară a preșcolarilor și școlărilor din mediul rural incluși în grupul țintă (1) și de a determina oportunitatea implementării unor programe prin care să se asigure acestora masă caldă în cadrul unităților de învățământ pe care le frecventează (2). Obiectivele cercetării formulate pornind de la întrebările cercetării au fost: (O1) Investigarea modului în care este asigurată securitatea alimentară a copiilor din mediul rural incluși în grupul țintă; (O2) Determinarea modului în care alimentația afectează procesul educațional și evoluția copiilor din grupul țintă; (O3) Identificarea cauzelor ce contribuie la starea actuală a securității alimentare a copiilor din mediul rural; (O4) Identificarea unor modalități de îmbunătățire a securității alimentare a preșcolarilor și școlărilor din grupul țintă.

▪ *Sumar al literaturii științifice*

Conceptul de securitate alimentară a apărut în anii '70, termenii esențiali din definiția dată de către FAO (Food and Agriculture Organization) fiind disponibilitatea alimentelor necesare consumului în creștere, evitarea fluctuațiilor la nivelul producției și stabilitatea prețurilor. Declarația adoptată în cadrul Conferinței mondiale pentru alimentație din 1974 a fost documentul de referință pentru toate abordările ulterioare (FAO, 1974). Astfel, nouă ani mai târziu, același organism internațional s-a concentrat asupra accesului la alimente, considerând esențial echilibrul dintre cerere și ofertă în cadrul ecuației securității alimentare (FAO, 1983), iar în 1996 definiția securității alimentare a fost reformulată, precizându-se semnificația fiecărui concept de bază din cei patru piloni, respectiv: disponibilitatea alimentelor, accesul la alimente,

utilizarea alimentelor în vederea asigurării unei vieți sănătoase și stabilitatea în timp a producției de alimente (FAO, 1996).

Diferiți factori la nivel global și național (precum dimensiunea producției agricole, infrastructura existentă, politicile internaționale, educația și diviziunea de gen) joacă un rol crucial și influențează nivelul de disponibilitate alimentară, accesul la hrană, serviciile sanitare și condițiile de igienă, afectând direct comunitățile. Disponibilitatea alimentelor și accesul îmbunătățit la acestea determină cantitatea individuală de hrană consumată, aflându-se într-o relație de intercondiționare cu starea de sănătate (UNICEF, 1998; Kruzslieka, 2016). Securitatea alimentară presupune elaborarea și punerea în aplicare a mai multor strategii, de la producția agricolă până la igiena alimentelor, în contexte culturale, de mediu, geografice și social-economice (sărăcie, inechitate, modul de distribuire a veniturilor etc.) extrem de diferite și de complexe (Clay, 2002; Turan și alții, 2018).

În perioada actuală se manifestă două aspecte extreme asociate cu malnutriția: pe de o parte se consumă calorii și proteine insuficiente, ceea ce conduce la subnutriție, iar pe de altă parte se consumă calorii în exces (cu un risc asociat sporit de boli, incluzând obezitate, diabet și diverse forme de cancer), ceea ce conduce la supranutriție (Friel și Lichacz, 2010). În acest context, focalizarea pe sistemul alimentar trebuie să țină cont de recenta ”tranziție în nutriție”, prin intermediul căreia alimentația dominată în mod tipic de culturi regionale este înlocuită pe scară largă de produse înalt procesate, conținând un aport ridicat de grăsimi, sare și îndulcitori (Sage, 2013). Latura nutrițională este integrantă conceptului de securitate alimentară și se obține atunci când accesul sigur la hrană este secondat de un mediu igienic, servicii de sănătate adecvate și asistență conștiincioasă pentru a asigura o viață sănătoasă lipsită de malnutriție pentru toți membrii gospodăriei (Committee on World Food Security, 2011).

În principiu, politica alimentară are ca scop general furnizarea cantității și calității necesare de hrană pentru întreaga populație, la prețuri rezonabile, asigurând astfel legătura între disponibilitatea hranei și puterea de cumpărare (Ene și Matei, 2012). Abordarea guvernamentală cu privire la politica în sectorul alimentar nu a fost, însă, unitară de-a lungul anilor. Absența unei strategii coerente de dezvoltare pe termen lung în acest domeniu a condus la o orientare excesivă pe importuri de alimente procesate. În ultimii ani, importanța securității alimentare a fost recunoscută, totuși, ea fiind inclusă ca o prioritate de top în recenta Strategie Agro-Alimentară a României pentru 2016-2035, în concordanță cu noul parteneriat între UE și fermierii săi și bugetul agricol pentru perioada 2014-2020, în strânsă legătură cu obiectivul dezvoltării rurale (Oțiman, 2014).

Într-o lucrare interesantă (Alexandri și Luca, 2016) se evaluează situația României cu privire la asigurarea securității alimentare la nivel național, incluzând accesul la hrană și starea

nutrițională a populației. Metodologia propusă se bazează pe cei patru piloni ai conceptului de securitate alimentară în viziunea FAO și anume: disponibilitatea alimentară, stabilitatea ofertei, accesul economic și folosirea hranei. Analiza scoate în evidență diverse slăbiciuni ale României în materie de securitate alimentară, precum: oferta alimentară autohtonă instabilă și insuficientă, accesul dificil datorat veniturilor scăzute, în special în zonele rurale, laolaltă cu consumul alimentar inadecvat în temeni calitativi, cu o proporție ridicată de calorii extrasă din cereale și cartofi și o proporție redusă de proteine animale, ceea ce generează riscuri nutriționale. Calitatea deficitară a alimentației pentru o parte importantă din populația României poate fi atribuită unor factori diverși, precum agricultura de subzistență, puterea de cumpărare scăzută, facilitățile insuficiente de infrastructură etc. Productivitatea scăzută la hectar, existența unor vaste terenuri necultivate, sau cultivate rudimentar și creșterea constantă a prețurilor alimentelor au condus la dificultatea unor segmente ale populației de a acoperi cantitatea necesară minimă de hrană din venitul disponibil (Stanciu, 2015). În cazul gospodăriilor aparținând minorității rrom din mediul rural din România, există un decalaj de alimentație și mai mare, îndreptat spre limita inferioară a standardului nutrițional, așa cum reiese dintr-un studiu recent în care sunt evocați factori economici, sociali și instituționali (venituri scăzute, lipsa asigurărilor sociale, participarea slabă pe piața muncii, discriminarea, tradițiile etc.) ca fiind responsabili pentru această situație (Ciaian și alții, 2018).

Aprovizionarea și disponibilitatea alimentară nu sunt distribuite uniform la nivel regional în România. Comparând la nivel național necesitățile de consum cu disponibilitatea alimentară indiferent de sursa de proveniență (autohtonă sau importată), cerințele alimentare sunt îndeplinite (Gavrilă și alții, 2014). Există însă mari discrepanțe în ceea ce privește disponibilitatea între mediul rural și cel urban. Chiar dacă după unele opinii există o slabă corelație între disponibilitatea alimentară și insecuritatea alimentară, se consideră că cea mai răspândită cauză pentru insecuritatea alimentară este sărăcia (Saravia-Matus și alții, 2012). În România, majoritatea oamenilor aflați în risc de sărăcie trăiesc în zonele rurale. Diferențele ce caracterizează decalajul urban/rural în societatea românească arată că, în timp ce doar 11% din persoanele ce locuiesc în medii dens sau intermediar populate se află în risc de sărăcie, 38% dintre cei care locuiesc în zone slab populate se confruntă cu un asemenea risc, conform datelor pe 2012 (Teșliuc și alții, 2015). Într-adevăr, sărăcia rurală se manifestă în multe moduri diferite, de la sărăcia unor sate mici și a celor cu populație îmbătrânită, la comunități marginalizate caracterizate de capital uman scăzut, ocupare instituționalizată redusă și condiții improprii de trai. Totodată, majoritatea comunităților sărace nu au fost subiectul unor programe specifice sau atunci când le-au fost adresate anumite intervenții finanțate de UE (a se vedea Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane, programe pentru incluziune socială,

comunități dezavantajate etc.), succesul proiectelor și programelor a fost cuantificat doar pe baza unor indicatori ca procentul de fonduri absorbite sau numărul de beneficiari, fără a se furniza informații cu privire la nevoile reale ale comunităților din diferite zone rurale sărace, impactul calitativ asupra indivizilor sau la nivel de gospodărie.

Una din inițiativele comunitare care au avut în vedere crearea unor obiceiuri de consum sănătoase a fost cea cunoscută ca „Schema de fructe și legume în școli”. Această inițiativă a demarat ca urmare a preocupărilor Comisiei Europene cu privire la situația copiilor supraponderali din țările membre. Programul de acordare a fructelor și legumelor în școli a început în anul școlar 2009-2010 și s-a desfășurat până la 30 iulie 2017 (European Commission, 2008). Începând cu 1 august 2017 a intrat în vigoare o nouă schemă mai complexă de distribuire a fructelor și legumelor, la care a fost adăugat și laptele. Conform unui Comunicat al Comisiei Europene din martie 2018, în anul școlar 2016-2017 peste 12,2 milioane copii din 79.000 de școli din statele-membre au fost beneficiarii programului de distribuire a fructelor și legumelor și cca 18 milioane de copii au participat la programul de distribuire a laptelui în școli. Peste 74.000 de tone de fructe și legume și peste 285.000 de tone de lapte au fost distribuite copiilor (în principal celor cu vârsta cuprinsă între 6 și 10 ani) (European Commission, 2018).

Noul cadru legislativ european referitor la consumul de produse agricole în unități de învățământ (fructe și legume, lapte și produse lactate) numit mai simplu “Programul pentru școli” a uniformizat și unificat programele anterioare de distribuție de alimente în școli. Noua schemă se concentrează pe produse proaspete achiziționate din surse locale și regionale, o strategie multianuală de finanțare, un buget specific alocat pentru fiecare din cele două categorii (fructe și lapte), posibilitatea transferului în limita a 20% din fonduri de la o categorie la alta și măsuri educative pentru ambele categorii de alimente (European Parliament, 2016). Programul este destinat formării în rândul copiilor a unor obiceiuri alimentare sănătoase pe termen lung, fiind totodată încurajat consumul de produse locale.

Adițional, guvernul României a inițiat în 2015 un program-pilot pentru furnizarea unei mese calde sau a unui pachet alimentar pentru copiii din grădinițe și școli în 50 unități de învățământ selectate. Pentru respectivele școli, noul program înlocuiește vechea schemă de fructe și lapte. Vizate sunt școli din zone slab populate și cu venituri scăzute. În România, noul program de asigurare a unei alimentații sănătoase în școli a generat până acum rezultate dintr-o perspectivă socială: rata abandonului școlar a scăzut de la 6,1% în anul 2015-6 la 4,3% în anul 2016-7 și la 1,3% în anul 2017-8 (Pantazi, 2018). Rămâne de cercetat în ce măsură programul contribuie la securitatea alimentară în rândul copiilor din mediul rural.

În același timp, România este unul dintre principalii beneficiari ai finanțării Uniunii Europene pentru perioada de programare 2014-2020, cu scopul de a reduce disparitățile în

dezvoltarea economică și socială dintre statele membre. Prin urmare, au fost concepute diverse programe educaționale care implică investiții în măsuri integrate care vizează simultan școala (copii, profesori, infrastructură), familia și comunitatea pentru a crește calitatea educației.

Principalul program de investiții este Programul Operațional de Capital Uman (POCU). Prin intermediul a 156 de proiecte finanțate în cadrul așa-numitei „Școli pentru toți” și „Profesori motivați în școlile defavorizate”, programul își propune să reducă abandonul școlar prin diferite forme de sprijin social, de la mese calde și consumabile până la subvenții și burse pentru mai mult de 95.000 de elevi, precum și profesori din școlile defavorizate. Un astfel de exemplu este proiectul „Învăț, mă joc, sunt fericit la școală”, care se aplică în școlile satelor aparținând comunei Voila din județul Brașov. Acest program educațional este de tip „școală după școală”, incluzând elevi din mediul rural în rândul cărora a fost investigată asigurarea securității alimentare.

▪ *Aspecte metodologice*

Scopul cercetării a fost acela de a analiza securitatea alimentară a copiilor din zonele rurale prin intermediul unui proiect cofinanțat de Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman. Proiectul, în care au fost incluși peste 150 de elevi din mediul rural ca grup țintă, a avut o durată de 36 de luni. S-a numit „Învăț, mă joc, sunt fericit la școală” și a fost implementat în Școala Gimnazială Voila și în unitățile sale subordonate din satele aparținând comunei Voila din județul Brașov (regiunea centrală a României). Obiectivul general al proiectului a fost acela de a contribui la reducerea și prevenirea abandonului școlar timpuriu și promovarea accesului egal la învățământul preșcolar și primar de calitate. Una dintre activitățile principale desfășurate în cadrul acestui proiect a constat în oferirea de mese calde zilnic preșcolarilor și școlarilor din grupul țintă, asigurându-li-se astfel o alimentație adecvată stadiului lor de dezvoltare, care să conțină nutrienții esențiali creșterii și dezvoltării armonioase. Prin acest proiect s-a urmărit inclusiv educarea locuitorilor zonei în care se implementează, pornind de la vârste foarte mici prin acțiuni specifice adresate copiilor, dar și în rândul părinților acestora prin acțiuni de informare și conștientizare, cu privire la importanța dezvoltării unui comportament responsabil în concordanță cu principiile orizontale privind egalitatea de șanse și dezvoltarea durabilă. Totodată, s-a pus un accent deosebit pe importanța securității alimentare și utilizarea eficientă a resurselor.

Având în vedere că tema de cercetare a vizat aspecte sensibile legate de securitatea alimentară a preșcolarilor și școlarilor din mediul rural participanți la program, nivelul de educație, investiții familiale, care pot reflecta un anumit stil de viață sau statut social, și implicit, bunăstarea și calitatea vieții acestor copii, subiect cu un puternic impact emoțional, s-a hotărât că cea mai bună metodă de abordare este cercetarea calitativă de marketing, metodă ce asigură

instrumentele necesare pentru a investiga experiența umană și pentru a o înțelege profund (Carson și alții, 2001). Datele pentru acest studiu au fost colectate folosind ca metodă interviul de profunzime nondirectiv. În acest sens, au fost intervievate 16 persoane, cadre didactice și specialiști, în eșantion fiind incluși toți experții implicați în proiectul amintit mai sus care au lucrat direct cu elevii. Experții chestionați au interacționat zilnic cu preșcolarii și școlarii din mediul rural incluși în grupul țintă, dar și cu părinții lor și, astfel, și-au conturat o viziune de ansamblu asupra situației analizate, având capacitatea de a determina impactul și limitele implementării programului prin care a fost asigurată o masă caldă în cadrul unităților de învățământ frecventate de către copiii incluși în grupul țintă. Majoritatea persoanelor chestionate au fost cadre didactice, respectiv nouă educatoare și învățătoare, un psiholog, un medic, două asistente medicale, un mediator școlar, un formator dar și directorul unității școlare, responsabil de coordonarea implementării proiectului în cadrul școlii. Experții au conlucrat având aceleași obiective, și anume: asigurarea educației pentru sănătate și monitorizarea periodică a stării de sănătate a copiilor, consiliere psihologică, axată pe creșterea stimei de sine, organizarea de ateliere tematice în domeniul igienei și îngrijirii personale, a igienei locuinței și spațiilor comune, dar și învățarea copiilor cu regulile de igienă în vederea servirii mesei, conduita pe care trebuie să o aibă la masă, ce înseamnă o alimentație sănătoasă din punct de vedere calitativ și cantitativ, care sunt alimentele recomandate pentru vârsta lor, de unde se procură și cum se prepară alimentele, ce presupune un consum echilibrat și rațional al resurselor ș.a. Acest demers a urmărit obținerea unor răspunsuri complexe la întrebările cercetătorilor, explorând experiențe, sensuri, procese, relații, interacțiuni și structuri sociale care se află în strânsă legătură cu tematica cercetării, aceste aspecte rezultând din povestirea experiențelor trăite de subiecți.

În vederea realizării acestui studiu, cercetătorii au avut în vedere o abordare etnografică (Moisander și Valtonen, 2006), petrecând mai multe zile în comuna Voila, cu vizite de lucru atât în cadrul comunei cât și în toate unitățile aparținând Școlii Gimnaziale Voila. S-a interacționat cu localnicii și copiii din grupul țintă în diverse contexte, observându-le comportamentul, preocupările, obiceiurile alimentare, cunoscând regiunea și specificul zonei, afacerile locale, observând condițiile în care locuiesc, trăind distanțele pe care le au de parcurs copiii la școală, cunoscând îndeaproape atât copiii, cât și părinții acestora, discutând cu cadrele didactice și ceilalți specialiști care lucrează cu copiii. Au fost explorate necesitățile și problemele cu care aceștia se confruntă din punctul de vedere al securității alimentare, aspectele constatate fiind contextualizate din punct de vedere familial, educațional, social, financiar și instituțional. În această etapă a cercetării au fost observați 150 de copii, după cum urmează: dintre elevii înscriși la grădinițele și școlile incluse în proiectul analizat, 69 aveau vârste cuprinse între 3 și 5 ani și 81

aveau vârste cuprinse între 6 și 14 ani. Amplasarea unităților școlare în care a avut loc cercetarea este prezentată în Figura 1.

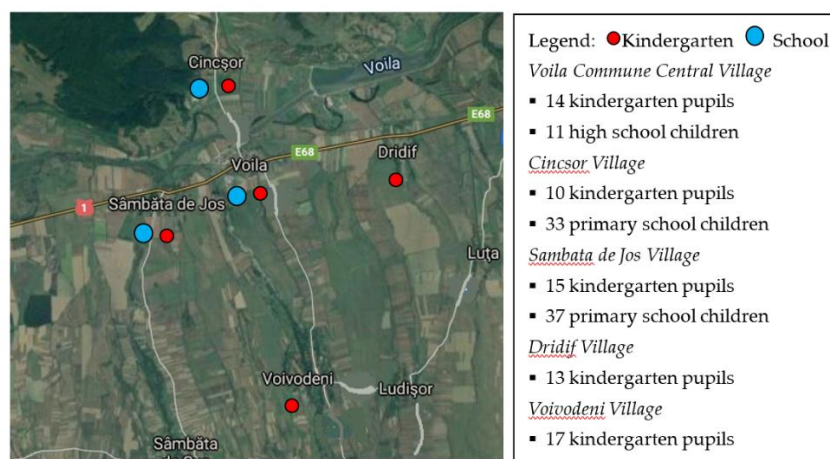


Figura 1. Localizarea unităților școlare incluse în eșantion

Utilizând interviul de profunzime nondirectiv (Boyce și Neale, 2006), cercetătorii au urmărit să obțină informații detaliate și în profunzime cu privire la toate aspectele aflate în strânsă corelație cu tema avută în vedere, scopul fiind acela de a investiga experiențele pe care le trăiesc cadrele didactice și specialiștii în relația lor cu copiii din grupul țintă și de a extrage semnificații din povestirile lor.

Interviurile au fost desfășurate în perioada noiembrie – decembrie 2018, fiecare având o durată de aprox. 60 - 90 minute. În vederea colectării datelor, au fost programate întâlniri cu persoanele incluse în eșantion, în funcție de disponibilitatea acestora, fiind stabilite de comun acord, detalii cu privire la ziua, locația și intervalul orar în care sunt dispuși să aloce timpul necesar discuțiilor.

Metoda de aplicare a interviurilor a fost față în față. Interviurile au debutat cu o conversație purtată într-o manieră generală, prin prezentarea domeniului în sfera căruia se dorește orientarea discuției. Fiecare subiect a fost rugat să vorbească despre securitatea alimentară, expunând tot ce simte nevoia, având libertatea totală de a alege aspectele pe care dorește să le abordeze și să le dezvolte pe această temă. De asemenea, subiecților li s-a solicitat să nu fie preocupați de fluxul informațiilor pe care le oferă și nici de modalitatea de expunere, fiind asigurați că nu există răspunsuri corecte sau greșite, urmărindu-se doar a se afla cât mai multe despre experiențele și opiniile lor, toate relatările fiind extrem de valoroase pentru acest studiu. Discuțiile au fost reluate până când cercetătorul a considerat că au fost epuizate toate aspectele supuse cercetării și a ajuns la o înțelegere aprofundată a fenomenului studiat, fiind respectate principiile de bază ale comunicării non-directive, ce presupun ca cercetătorul, în calitate de operator de interviu, să propage empatie, să denote un interes crescut față de ceea ce afirmă persoana interviuată și să rezoneze cu starea emoțională a acesteia.

Interviurile au avut la bază un ghid cu întrebări deschise pornind de la scopul și obiectivele studiului. În procesul de proiectare a ghidului de interviu a fost utilizată tehnica urcării scării (Malhotra, 2004), fiind conceput un lanț logic de întrebări menite să conducă treptat de la evidențierea opiniilor cadrelor didactice specializate în lucrul cu copiii din mediul rural cu privire la asigurarea securității alimentare a preșcolărilor și școlărilor incluși în grupul țintă al proiectului descris mai sus, la identificarea unor propuneri de îmbunătățire a securității alimentare a acestora. Între aceste trepte au fost atinse niveluri de discuție referitoare la percepția experților cu privire la modalitatea în care alimentația afectează procesul educațional și evoluția copiilor din grupul țintă, dar și determinarea cauzelor care, în opinia lor, contribuie la starea actuală a securității alimentare a copiilor din mediul rural. Toate interviurile au fost înregistrate sub forma unor jurnale audio cu ajutorul unui smartphone, după ce în prealabil a fost obținut acordul persoanelor chestionate în acest sens. Datele calitative obținute au fost transcrise, și organizate în teme, respectiv subteme pornind de la o serie de cuvinte cheie ce au fost identificate în procesul de transcriere, urmărindu-se totodată și identificarea zonelor de divergență. Acest procedeu a fost reluat de mai multe ori pentru a căuta niveluri mai profunde de semnificație. De asemenea, experiența operatorului de interviu a condus la obținerea unor informații suplimentare care nu ar fi reieșit în mod normal. Analiza de conținut a fost realizată de către doi cercetători ca o asigurare că datele sunt interpretate în același mod de către ambii specialiști. Pentru situațiile în care aceștia au avut viziuni diferite, pasajele respective au fost reluate și supuse dezbaterii până s-a ajuns la un consens.

Rezultatele cercetării sunt prezentate sub forma unor aprecieri de factură calitativă într-o abordare holistică, referitoare la situația preșcolărilor și școlărilor înscriși la Școala Gimnazială Voila și unitățile subordonate acesteia.

▪ **Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale**

În vederea atingerii primului obiectiv, (O1.) *Identificarea opiniilor specialiștilor cu privire la asigurarea securității alimentare a preșcolărilor și școlărilor din mediul rural incluși în grupul țintă*, interviurile realizate au fost orientate pentru a atinge cele două dimensiuni de analiză interrelaționate pe care se dezvoltă ideea de securitate alimentară, respectiv cea cantitativă și cea calitativă. Aspectul cantitativ surprins s-a referit la asigurarea cantității necesare de alimente pentru satisfacerea nevoilor fiziologice ale copiilor de învățământ preșcolar și primar din mediul rural, iar aspectul calitativ a vizat alimentele pe care le consumă aceștia din perspectiva proprietăților nutriționale, astfel încât starea de sănătate și rezultatele școlare ale elevilor din mediul rural să nu fie afectate sau puse în primejdie.

Concluziile s-au dezvoltat inevitabil în jurul ideii că o mare parte dintre copiii incluși în eșantion cu siguranță nu beneficiază nici de minimul de confort alimentar. Cantitatea de hrană pe

care primită în cadrul familiilor a fost ori mică, ori de foarte proastă calitate. În fiecare clasă, pentru aproape jumătate dintre copii, programul “Cornul și laptele” a fost indispensabil, chiar dacă produsele oferite au avut o calitate care a lăsat mult de dorit. Majoritatea cadrelor didactice intervievate au prezentat cazuri de elevi care au leșinat la școală datorită faptului că nu mâncaseră nimic în ziua respectivă sau chiar întregul sfârșit de săptămână.

Învățătoarele participante la cercetare au povestit cu emoție despre elevi care permanent sau conjunctural ajung la școală grav afectați de alimentația deficitară de care beneficiază acasă.

Odată cu demararea proiectului prin care copiilor din grupul țintă li s-a oferit o masă caldă la școală, cadrele didactice au dedus din modul în care așteaptă masa (încă de la prima oră sunt interesați în legătură cu meniul zilei respective, adresând multiple întrebări referitoare la conținutul acestuia), din gesturile și viteza cu care mănâncă, că le este foarte foame. În momentul servirii mesei o parte dintre aceștia mănâncă pe nerăsuflăte ținându-și caserola foarte aproape cu una dintre mâini de parcă s-ar teme că cineva ar putea să le ia recipientul înainte de a finaliza.

Chiar dacă primesc acasă mâncare, de cele mai multe ori, aceasta este de proastă calitate. Părinții acestor copii, din lipsă de timp sau din comoditate, nu gătesc. În locul unei mese calde, majoritatea cumpără și oferă copiilor dulciuri ce sunt departe de a le oferi nutrienții necesari unei dezvoltări normale. Mai mulți specialiști participanți la cercetare au prezentat situațiile unor familii care, cu regularitate, includ în meniul copiilor, semințe de floarea soarelui sau de dovleac pe care aceștia sunt îndemnați să le consume cu tot cu coajă pentru a le ține mai bine de foame.

Unii copii din grupul țintă au gustat pentru prima dată în viață mâncare gătită la școală, odată cu demararea proiectului “Învăț, mă joc, sunt fericit la școală”. Ei nu experimentaseră în familie mâncare preparată în acest fel și s-au acomodat destul de greu cu preparatele gătite și diversificate. “*Nu știi nici să mănânce, nici să aprecieze toate tipurile de mâncare*”, au relata cadrele didactice. Din nefericire, aceste situații nu au fost apreciate ca mici excepții, mici abateri de la reguli, ci ca stări de normalitate pentru o parte din comunitatea care a reprezentat grupul țintă în cadrul acestei cercetări. “*Eu îmi dau seama după felul în care servesc mâncarea că ceea ce primesc de acasă nu este suficient. Cred că nu au nici cantitate, nici calitate. Nimic.*”, a concluzionat unul dintre specialiștii participanți la cercetare.

(O2.) Determinarea modului în care alimentația afectează procesul educațional și evoluția copiilor din grupul țintă

În opinia specialiștilor intervievați, dezvoltarea capacităților și formarea aptitudinilor în vederea împlinirii personalității copiilor din grupul țintă este grav afectată de modul în care aceștia sunt hrăniți. Alimentația îi afectează din punct de vedere fizic, intelectual, emoțional și comportamental. Efectele alimentației deficitare sunt vizibile fizic prin faptul că tenul lor este palid, îi dor dinții, îi doare stomacul, capul etc. Stările de leșin care se instalează, nu

conjunctural, ci cu regularitate, vorbesc de la sine despre starea precară a sănătății acestora. Performanțele școlare ale elevilor sunt influențate semnificativ de alimentație, conform celor declarate de majoritatea celor intervievați.

Psihologul participant la cercetare a subliniat două aspecte care conlucrează la buna dezvoltare a copiilor: alimentația și programul de masă. Acesta a insistat asupra faptului că regularitatea cu care li se oferă copiilor masa este la fel de importantă ca și hrana oferită deoarece le oferă acestora confort psihic. Cu cât programul este mai bine organizat cu atât copilul se dezvoltă mai bine, va fi mai liniștit, se va putea concentra pe dezvoltare în alte direcții, pe acoperirea unor nevoi de ordin superior învățând, în timp, că nevoile de bază îi sunt satisfăcute și nu este necesar să se concentreze asupra acoperirii acestora.

Rugat să prezinte modul în care alimentația îi afectează pe copiii din grupul țintă, medicul participant la cercetare a precizat că o parte dintre aceștia nu sunt bine dezvoltați în ceea ce privește greutatea și înălțimea, că mulți sunt anemici și deseori fac indigestii. În același context, a subliniat pericolul la care sunt expuși datorită igienei deficitare și datorită faptului că învață un comportament necorespunzător de alimentație. Gusturile acestora sunt greșit educate și, în timp, ajung să dorească să consume doar anumite alimente cu care sunt obișnuiți, dar care sunt departe de a le asigura necesarul de elemente nutritive care să le permită o dezvoltare armonioasă.

În consens, învățătoarele au considerat că rezultatele școlare sunt direct influențate de modul de alimentație. Cât timp le este foame se comunică ineficient cu copiii, aceștia fiind neascultători și agitați. O parte dintre aceștia se obișnuiesc să mănânce puțin și nu resimt senzația de foame ceea ce nu-i face să fie mai puțin tulburați, neastâmpărați, sau, din contră, să fie letargici.

În procesul de identificare a *cauzelor ce contribuie la starea actuală a securității alimentare a copiilor din mediul rural (O3.)*, specialiștii participanți la cercetare au orientat explicațiile către realitățile satului, către specificul colectivităților care îl populează. Prima tendință a acestora a fost să recunoască existența unei inegalități între copii în ceea ce privește accesul la hrană și să explice menținerea acestui tip de inegalitate prin diferențele dintre cantitatea de resurse financiar-materiale deținute de către familii. Însă, pe măsură ce se adânceau în procesul de identificare a cauzelor ce conduc către slaba securitate alimentară a copiilor din grupul țintă, fără excepție, participanții au ajuns la concluzia că această explicație este simplistă și incompletă.

Lipsa securității alimentare a copiilor din grupul țintă nu poate fi explicată doar prin variabile obiective - precum nivelul de trai, condiții de viață, nivel de educație sau statut profesional al părinților -, ci este mai bine explicată prin variabile de atitudine precum

importanța pe care o acordă părinții îngrijirii copiilor, atitudinea față de viitorul acestora, iar aceste atitudini sunt adânc înrădăcinate în cultura păturilor sociale din care fac parte și conduc către comportamente ce pot deveni nefaste pentru copii.

Mulți elevi ajung la școală fără să fi mâncat ceva la micul dejun deoarece părinții nu au ce să le ofere sau nu se trezesc la timp pentru a le pregăti masa. Sandviciul de la școală lipsește de multe ori sau este înlocuit cu dulciuri cumpărate de la magazin, chiar dacă acest lucru este interzis prin regulamentul clasei. Motivele pentru care copiii nu au un pachetel cu mâncare la școală: *“Pe mame nu le interesează, nu se trezesc dimineața să le pună un sandvici sau nu au. Am elevi care provin din familii cu 11 copii. Nu au.”*, a declarat una dintre învățătoare.

Deoarece acasă, mulți dintre părinții acestor copii nu obișnuiesc să gătească, alimentația familiei se bazează pe hrană rece, ieftină, achiziționată din comerț. Copiii învățați să mănânce doar mezeluri și dulciuri nu apreciază gustul mâncării gătite, gustul legumelor și chiar al unor fructe și refuză să le consume. Dacă aceste obiceiuri nu se schimbă vor fi preluate în cadrul familiilor pe care, la rândul lor le vor întemeia, această situație perpetuându-se de la o generație la alta.

Se poate concluziona că accesul la securitate alimentară se caracterizează printr-o selecție socială și culturală accentuată. Explicarea lipsei securității alimentare a copiilor din grupul țintă prin inegalități socio-economice nu este suficientă, se impune adăugarea culturii grupurilor etnice din care fac parte familiile și atitudinii părinților vizavi de alimentația copiilor, interesul lor cu privire la cât și cum consumă, percepția asupra importanței pe care o are alimentația în dezvoltarea copiilor și chiar importanța pe care o acordă unei dezvoltări armonioase a propriilor copii.

(O4.) Identificarea unor modalități de îmbunătățire a securității alimentare a elevilor din grupul țintă

Reducerea riscurilor la care sunt supuși copiii din grupul țintă necesită o intervenție urgentă din partea tuturor structurilor responsabile la nivel național și internațional astfel încât și această categorie socială să aibă asigurat accesul la o cantitate suficientă de hrană, verificată calitativ. Specialiștii participanți la cercetare au apreciat că educația, cu multă perseverență și programe oportune, poate contribui la dezvoltarea unei culturi de consum adecvate în rândul membrilor grupului țintă. Iar această cultură ar putea conduce către răsturnarea actualelor trenduri ce antrenează implicații nefaste pe toate coordonatele clădirii personalității copiilor din mediul rural necorespunzător alimentați.

Pentru majoritatea celor intervievați participarea la această cercetare a constituit o ocazie de a exprima opinii cu privire la programele menite să contribuie la îmbunătățirea securității alimentare a elevilor lor. Aceștia au vorbit despre programul “Cornul și laptele”, făcând aprecieri

pozitive cu privire la existența acestei modalități prin care elevilor li se asigură un minim de resurse de hrană, exprimându-și, în același timp, dezamăgirea pentru calitatea produselor oferite și modul de organizare al acestui program. Produsele oferite sunt transportate săptămânal de la o distanță considerabilă, deci, chiar dacă la scurt timp după producerea lor gustul, mirosul, consistența sunt atractive, până ajung la elevi, nu mai rămâne aproape nimic care să satisfacă simțurile ci doar o masă de aluat copt și întărit care este mâncat „dintr-un instinct de conservare” de către copiii care nu au altceva de ales. O parte dintre cadrele didactice și-au amintit cu nostalgie despre perioada de început a acestui program când “Cornul și laptele” erau livrate de către un furnizor local și ajungeau proaspete, uneori calde la copii, în zilele de sărbătoare glazurate cu miere și nucă.

Despre oferirea mesei calde în cadrul proiectului “Învăț, mă joc, sunt fericit la școală”, participanții la cercetare, în unanimitate, au făcut doar aprecieri pozitive. Aceștia au considerat că acesta contribuie la reducerea inegalității între copii în ceea ce privește accesul la hrană, că oferă copiilor incluși în proiect o șansă de a se dezvolta normal, de a se putea concentra pe educație.

Totodată specialiștii participanți la cercetare au consimțit că un singur proiect, implementat pe o perioadă scurtă de timp, nu poate avea un impact prea mare. Succesul este de neconceput fără perseverență și implicare pe termen lung a tuturor factorilor, inclusiv a părinților, deoarece gusturile se formează în timp, prin obișnuință. Dacă la școală învață să mănânce produse care să le asigure o minimă securitate alimentară, în timp, ar putea să-și dorească și acasă să ceară părinților să le ofere aceste tipuri de preparate forțându-i pe aceștia să-și schimbe propriile obiceiuri. Implementarea pe termen lung, la nivelul tuturor școlilor din mediul rural a unor programe de tip „școală după școală” în cadrul cărora se asigură masă caldă copiilor au constituit, în opinia participanților la cercetare, o soluție pentru a combate în complexitatea lui fenomenul insecurității alimentare.

Doar căpătând un caracter instituționalizat, cu obiective bine precizate, cu alocări de resurse umane, financiare și logistice menite să le asigure o bună desfășurare pe termen lung, respectiv pe întreaga perioadă de școlarizare, rezultatele acestor proiecte se pot concretiza în acumularea de opinii și atitudini pozitive referitoare la securitatea alimentară a copiilor și la comportamente care să răstoarne actualele trenduri ale civilizației tradiționale specifice unor etnii.

▪ **Concluzii**

Fenomenul complex al securității alimentare este din ce în ce mai frecvent analizat în literatura de specialitate, în paralel cu creșterea preocupărilor la nivel mondial cu privire la eradicarea foametei iar la nivelul Uniunii Europene cu privire la asigurarea unei alimentații

sănătoase și echilibrate. În România, securitatea alimentară este un domeniu încă insuficient aprofundat din perspectivă economică, majoritatea contribuțiilor aparținând unor domenii conexe (știința mărfurilor, chimie alimentară, agricultură) sau sunt centrate pe combaterea sărăciei atunci când este abordat îndeosebi mediul rural. Delimitându-se de articolele care abordează siguranța alimentară, această lucrare vine să acopere o latură insuficient investigată a securității alimentare. Lucrarea contribuie la literatura de specialitate în domeniu cu o cercetare teoretică și aplicativă asupra securității alimentare a copiilor din mediul rural, subiect de importanță majoră pentru dezvoltarea României în anii ce urmează. Cercetarea are un caracter de noutate, întrucât nu există o cercetare similară desfășurată în țara noastră, cu excepția evaluărilor ministeriale privind impactul programelor de distribuire a alimentelor în școli.

Conform opiniei specialiștilor intervievați în cadrul cercetării, accesul la hrană al școlărilor și preșcolărilor din mediul rural incluși în grupul țintă este deficitar și are conotații economico-sociale grave. Insecuritatea alimentară crescândă a copiilor din mediul rural este generată de emergența mai multor factori socio-economici (puterea de cumpărare, structura familiilor etc.) și culturali (obiceiuri, obișnuințe ale familiilor etc.). Rezultatele cercetării se constituie în recomandări importante pentru autoritățile publice de la nivel național și local (Ministerul Educației Naționale, Ministerul Sănătății, Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, diverse primării locale), acestea putând să vină în sprijinul îmbunătățirii securității alimentare în zonele rurale. Cercetarea desfășurată reliefează necesitatea stringentă a implementării unui program național de sprijin minim, prin oferirea unei mese calde în școlile localizate în comunitățile rurale afectate de sărăcie persistentă, ceea ce va avea efecte pozitive asupra dezvoltării echilibrate a copiilor.

Principala limită a cercetării prezentate este generată de imposibilitatea extrapolării rezultatelor obținute, limită impusă, în primul rând, de specificul metodei de cercetare utilizate. Totodată, în cercetare au fost identificate doar opiniile specialiștilor implicați în procesul educațional al copiilor din mediul rural într-o comună din județul Brașov (comuna Voila). În ciuda acestor limite, autorii consideră că lucrarea aduce contribuții empirice valoroase la studierea problemei securității alimentare în mediul rural. Pornind de la aceste considerații, autorii își propun să extindă cercetările viitoare pentru a putea cuantifica punctele de vedere ale specialiștilor care activează în alte zone din mediul rural precum și ale celorlalte părți interesate, cum ar fi: părinții, specialiștii în nutriție, cadrele didactice din învățământul urban, autoritățile centrale și locale etc. De asemenea, cercetătorii își propun măsurarea influenței diferiților factori economici, sociali, familiali, etc., asupra inegalității accesului la securitate alimentară prin metode cantitative de cercetare, care să permită generalizarea rezultatelor la nivelul întregii țări.

1.2.Cercetări de marketing cu privire la rolul învățământului universitar în sustenabilitatea socială

Cercetările realizate în această direcție au vizat în special aspecte specifice implicării universităților antreprenoriale în dezvoltarea sustenabilă. În prima cercetare de marketing prezentată, prin intermediul unei anchete pe bază de sondaj, s-a urmărit identificarea nevoilor de consultanță, expertiză și servicii ale firmelor din Regiunea Centru din România și măsura în care sunt interesate să colaboreze cu Universitatea Transilvania din Brașov. Conform rezultatelor cercetării, cele mai utilizate servicii de consultanță de către companiile din Regiunea Centru sunt cele economico-financiare, dar procentul firmelor care au beneficiat de aceste servicii este destul de redus, în condițiile în care doar 3,9% dintre firmele intervievate au apelat până în prezent la serviciile de consultanță oferite de Universitatea Transilvania din Brașov. Autorii recomandă instituțiilor abilitate ale statului să elaboreze un cadru legislativ modern care să permită universităților publice din România transformarea în universități antreprenoriale, iar mediului academic să accepte provocarea deoarece parteneriatul sustenabil dintre universități și firme conduce la progresul tuturor partenerilor.

Cea de-a doua cercetare vizează identificarea oportunităților antreprenoriale pentru înființarea de start-up-uri inovatoare în timpul și după criza COVID-19. Pentru a atinge acest obiectiv, a fost realizat un studiu exploratoriu pe baza interviurilor semi-structurate în rândul studenților care intenționează să se implice în antreprenoriat. Rezultatele cercetării confirmă rezultatele altor studii privind vulnerabilitatea start-up-urilor în timpul crizelor, motivul pentru care acestea trebuie să se concentreze pe afaceri inovatoare, în special bazate pe tehnologia informației și comunicațiilor (TIC). Astfel de afaceri sunt considerate stimulente ale dezvoltării durabile. Alte idei au evidențiat importanța antreprenoriatului social pentru gestionarea start-up-urilor. Conform rezultatelor cercetării, start-up-urile ar trebui să dezvolte relații puternice cu angajații, dar și cu alte părți interesate, precum companii din aceeași industrie, sectorul public, mediul academic și cetățenii. În plus, schimbarea culturii de afaceri care vizează dezvoltarea afacerilor ecologice ar putea fi o soluție accesibilă pentru dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial durabil. Aceste rezultate empirice au implicații atât pentru mediul de afaceri, cât și pentru mediul academic, care ar trebui să coopereze pentru a depăși criza generată de pandemia de COVID-19. O astfel de abordare ar putea fi utilizată pe termen lung pentru a gestiona alte crize și pentru a dezvolta afaceri durabile.

1.2.1. Studiu de caz privind contribuția universității antreprenoriale la dezvoltarea sustenabilă³

Conceptul de universitate antreprenorială a fost adoptat de universități de toate tipurile, atât de către universități care au tradiție cât și de universități mai tinere (Gibb și alții, 2012). Universitățile nu pot fi tratate identic în ceea ce privește integrarea celei de a treia misiuni, cea legată de antreprenariat, ele nu sunt omogene și nu au capacități similare pentru a contribui la dezvoltarea regională.

Specialiștii prevăd că în viitor universitățile vor adopta proceduri pentru a ajuta la dezvoltarea sustenabilă regională (Etzkowitz, 2003; Sánchez-Barrioluengo, 2014a, Sánchez-Barrioluengo 2014b). Cu toate că o serie de universități de elită au avut succes antreprenorial, cele mai multe au obținut rezultate relativ modeste (Gianiodis și Meek, 2019).

▪ *Sumar al literaturii științifice*

În prezent, se consideră că există bariere în calea eforturilor de dezvoltare sustenabilă a universităților, dar acestea trebuie depășite prin inovare în toate componentele misiunii lor, în cercetare, în predare și în încercarea de a conecta cercetarea cu tehnologia, cu inovarea și cu orientarea sustenabilă (Veiga Ávila și alții, 2019). Un model managerial pentru o universitate sustenabilă ar trebui să cuprindă patru faze: dezvoltarea unei viziuni sustenabile a universității, identificarea unei misiuni ca fundament pentru acțiunile viitoare ale universității, crearea de politici și asigurarea resurselor necesare care să conducă la îndeplinirea misiunii asumate și stabilirea unei strategii de sustenabilitate (Velazquez și alții, 2006). Pe lângă avantajele evidente pe care orientarea spre sustenabilitate le aduce universităților, respectiv o poziție mai bună pe piața educațională și atractivitate sporită pentru atragerea de noi studenți există și oportunitatea de a deveni formatori de opinie în societate (Dabija și alții, 2017). Astfel, universitățile pot și trebuie să aibă un rol bine definit în dezvoltarea regională (Hayter, 2016; Gianiodis și Meek, 2019; Lazzeroni și Piccaluga, 2003; Yusof și Jain, 2010; Rubens și alții, 2017), în promovarea unor acțiuni sustenabile, iar stakeholderii se așteaptă ca universitățile să fie, ele însele, organizații sustenabile. Acest lucru implică o schimbare conceptuală și organizațională, prin realizarea unor planuri de învățământ și programe de studii actualizate în raport cu cerințele de pe piața muncii, prin identificarea de noi modalități de finanțare, forme de organizare mai flexibile, internaționalizare și noi strategii în managementul resurselor umane (Aleixo și alții, 2018). Nevoile tot mai mari ale societății bazate pe cunoaștere au condus la transformarea învățământului superior, care capătă o nouă dimensiune, a treia, și chiar dacă există mai multe

³ Brătucu G., Lixândroiu R.C., Constantin C. P., **Tecău A. S.**, Chițu I. B., Trifan A. (2020) *Entrepreneurial University: Catalyst for Regional Sustainable Development*, Sustainability 2020, 12(10), pp. 4151-4168. ISSN 2071-1050, WOS:000508186400111, <https://doi.org/10.3390/su12104151>

opinii cu privire la aceasta, punctul comun îl reprezintă rolul antreprenorial pe care ar trebui să îl joace universitățile în dezvoltarea economico-socială (Sam și der Sijde, 2014), deoarece sunt factori motori pentru inovație și dezvoltarea activităților antreprenoriale (Guerrero și alții, 2016). Antreprenoriatul este considerat a treia funcție a universităților, complementară celorlalte două (cercetarea și predarea) și presupune generarea, utilizarea, aplicarea și exploatarea rezultatelor cercetării cu firme din mediul exterior și cu societatea în general. Cuantificarea îndeplinirii acestei misiuni de către universități se poate realiza evaluând trei domenii care sunt interrelaționate – activitatea de cercetare prin transferul de tehnologie și inovație, activitatea de predare și implicarea socială pentru dezvoltarea regională și națională (Secundo și alții, 2017).

Universitatea antreprenorială reprezintă un ideal academic care presupune trei deziderate: transfer de tehnologie, crearea de firme și implicarea în dezvoltarea regională (Etzkowitz, 2013), prin producerea și diseminarea de cunoștințe (Guerrero și Urbano, 2012). Crearea unei universități antreprenoriale necesită mai mulți ani de modificări culturale, de infrastructură și aplicarea unei politici de inovare flexibilă (Jacob și alții, 2003). Au fost identificate în literatură trei niveluri de implementare a antreprenoriatului în universități: universitatea antreprenorială, antreprenoriatul academic și tranferul de tehnologie (Yusof și Jain, 2010). Universitatea antreprenorială reprezintă un pas înainte spre o economie bazată pe cunoaștere, care depășește aspectele legate de rolul statului, de relațiile de piață și impune universitățile ca intermediari în triada universități, industrie, guvernare (Etzkowitz, 2008). Rolul universității antreprenoriale nu trebuie să se reducă doar la obținerea profitului, universitatea trebuie să aibă o cultură managerială adecvată, pentru a supraviețui unui mediu economic în schimbare și unei piețe caracterizate printr-o competiție tot mai acerbă (Bratianu și Stanciu, 2010; Gianiodis și Meek, 2019). Pe lângă beneficiile economice și sociale pe care le au universitățile care încearcă să integreze această a treia misiune în activitățile lor acestea au parte și de o serie de provocări legate de schimbarea așteptărilor, atât ale comunității academice cât și ale comunității de afaceri căreia i se adresează (Rubens și alții, 2017).

Universitățile antreprenoriale au în vedere, în primul rând, stabilirea strategiei, iar în al doilea rând, este necesară punerea în aplicare a rezultatelor cercetării dezvoltate în universitate, în special în regiunea din care face parte, prin dezvoltarea capitalului intern pentru transfer de tehnologie, comercializarea rezultatelor cercetării dar și prin extinderea colaborării între diferiți stakeholderi pentru dezvoltarea sustenabilă regională (Etzkowitz, 2017; Lazzeroni și Piccaluga, 2003). Ele reprezintă un răspuns pentru transferul de tehnologie și crearea de start-up-uri, rolul lor într-o societate antreprenorială fiind în creștere pentru a facilita îmbunătățirea capitalului antreprenorial și a genera un anumit tip de comportament (Audretsch, 2014). Orientarea antreprenorială a universităților poate conduce la apariția unor produse inovatoare și

sustenabile și la mobilizarea resurselor de cercetare pentru a rezolva probleme economice la nivel regional și național (Mavi Kiani, 2014). O universitate antreprenorială presupune existența unor factori interni care determină o activitate de cercetare avansată și existența unor practici pentru transferul de tehnologie și aptitudini antreprenoriale dar și a unor factori externi, cum sunt sprijinul din partea guvernului, existența de capital pentru investiții și disponibilitate de colaborare a unor firme (Zhou și Peng, 2008). Astfel, nevoia unei colaborări mai strânse cu industria și cu alți stakeholderi apare ca un element de identificare a unei universități antreprenoriale, pe lângă schimbările necesare în cultura universității, comercializarea de know-how, transferul de tehnologie și presiunea asupra universităților de a răspunde nevoilor de dezvoltare regională (Gibb, et al., 2012). În ceea ce privește relația dintre universități și mediul economic s-a constatat că firmele orientate spre identificarea unor strategii de dezvoltare în exterior și orientate spre inovare sunt mai deschise în a atrage cunoștințe de la universități. Firmele care au tehnologie înaltă și o capacitate mare de absorbție, de asemenea, apreciază legăturile cu universități (Bellucci și Pennacchio, 2016).

În încercarea de a atinge cea de a treia misiune universitățile utilizează modalități diverse, datorită caracteristicilor distincte ale acestora, viziunii diferite asupra antreprenoriatului și a modului specific de interacțiune cu mediul de afaceri (Huyghe și Knockaert, 2015). Datorită acestei misiuni, prin comercializarea cercetării și cultivarea creșterii economice regionale, universitățile capătă un rol central în inovarea dezvoltării sustenabile regionale (Brown, 2016). Universitățile antreprenoriale sunt implicate activ în inovare generând schimbări în ceea ce privește organizarea lor pentru a conduce la perspective promițătoare pentru viitor, asumându-și roluri de întreprinderi pentru a obține un avantaj competitiv (Bratianu și Stanciu, 2010; Yusof și Jain, 2010). Conceptul de universitate antreprenorială a fost adoptat de universități de toate tipurile, atât de către universități care au tradiție cât și de universități mai noi (Gibb, și alții, 2012). Universitățile nu pot fi tratate identic în ceea ce privește integrarea celei de a treia misiuni, ele nu sunt omogene, nu au capacități similare pentru a contribui la dezvoltarea regională și misiunea acestora este diferită (Sánchez-Barrioluengo, 2014). Etzkowitz (2003) argumenta că diferența existentă între universitățile europene și cele americane în ceea ce privește abordarea în privința antreprenoriatului o reprezintă faptul că universitatea antreprenorială europeană se bazează mai mult pe misiunea didactică, comparativ cu universitățile antreprenoriale americane care se bazează mai mult pe cea de cercetare, dar prevedea că, în viitor, universitățile, atât cele europene cât și cele americane, o să adopte reciproc proceduri pentru a ajuta la dezvoltarea sustenabilă regională. Cu toate că o serie de universități de elită au avut succes în dezvoltarea și exploatarea capitalului antreprenorial, cele mai multe au obținut rezultate relativ modeste, chiar dacă au depus eforturi în acest sens prin dezvoltarea unor

strategii, a unor sisteme de stimulare a activităților antreprenoriale și prin schimbarea structurii organizaționale (Gianiodis și Meek, 2019).

▪ *Aspecte metodologice*

Scopul cercetării mai sus menționate a fost acela de a identifica oportunități de colaborare între Institutul de Cercetare-Dezvoltare (ICDT) ca reprezentant al Universității Transilvania din Brașov și companiile cu activitate de producție în cadrul regiunii de dezvoltare Centru. Cercetarea a pornit de la un studiu de caz care se bazează pe metoda unui singur caz (Yin, 2009).

După o documentare amănunțită cu privire la universitățile din regiunea Centru, a fost selectată Universitatea Transilvania din Brașov, deoarece este cea mai mare universitate din regiune. În plus, are un institut de cercetare (ICDT), care poate fi implicat activ în relațiile cu mediul de afaceri. Mai mult, strategia de marketing a ICDT afirmă scopul de a deveni un jucător important într-o dezvoltare durabilă a regiunii Centru. Documentația a constat în colectarea datelor statistice, financiare și contabile, interviuri cu persoane cheie și observații directe. Rezultatele au fost validate prin triangulare utilizând surse alternative de dovezi: date colectate de la companii care sunt active în Regiunea Centru prin utilizarea unui sondaj și o revizuire a literaturii relevante cu privire la universitățile antreprenoriale.

În realizarea sondajului menționat, primul pas a fost crearea unui grup cu companii din regiunea Centru, care produc bunuri sau servicii și au o cifră de afaceri mai mare de 100.000 Euro, deoarece acestea ar trebui să fie cele mai interesate în dezvoltarea afacerii lor, în special în piețe. Acest panel a fost selectat din baza de date cu toate companiile care sunt active în regiunea analizată. Conține doar companii care îndeplinesc condițiile menționate mai sus cu privire la sectorul de activitate și valoarea cifrei de afaceri. Pentru a reduce erorile care pot interfera în procesul de cercetare totală de marketing (Baker, 2016; Groves, 2010), informațiile au fost verificate încrucișat prin utilizarea datelor oficiale raportate autorităților publice. Panoul final include 3506 companii care au fost contactate, iar managerii au fost invitați să participe la un sondaj. Principalele obiective ale acestui sondaj au fost: (O1) Identificarea principalelor nevoi de consultanță ale firmelor și atitudinile acestora cu privire la importanța serviciilor de consultanță pentru dezvoltarea companiilor. (O2) Obținerea de informații cu privire la principalele piețe externe pe care activează companiile analizate. (O3) Identificarea interesului companiilor în colaborarea viitoare cu ICDT și universitatea în promovarea ofertei companiilor pe diferite piețe.

Pentru a atinge aceste obiective, datele au fost colectate utilizând un chestionar care consta din 33 de întrebări grupate în trei secțiuni. În această lucrare au fost utilizate doar câteva întrebări din chestionar. Primele întrebări (Q1 - Cifra de afaceri, Q2- Domeniu de activitate, Q3- Proveniența capitalului social) au avut scopul de a identifica principalele caracteristici ale companiilor interviewate din punct de vedere al pieței, economic și juridic. Celelalte întrebări

vizează atingerea obiectivelor de cercetare de mai sus (Q4- Beneficiați în prezent de serviciile companiilor de consultanță?, Q5- Menționați tipul de consultanță pe care o primiți, Q6- În opinia dumneavoastră, în ce măsură serviciile de consultanță pot contribui la dezvoltarea companiei pe care o reprezentați?, Q7-Exportați produsele realizate în cadrul companiei pe care o reprezentați?, Q8- Vă rugăm să specificați țările în care exportați, Q9- Ați colaborat până acum cu Institutul de Cercetare-Dezvoltare al Universității Transilvania Brașov?, Q10 - Doriți să fiți contactat de reprezentanții Universității Transilvania pentru o ofertă detaliată cu privire la serviciile oferite de Institutul de Cercetare-Dezvoltare?).

Rezultatele obținute prin intermediul acestor întrebări vizează să fie corelate cu alte cercetări din literatura de specialitate care explorează implementarea strategiilor antreprenoriale. Fluxul de lucru și modalitățile prin care elementele chestionarului interferează cu literatura analizată sunt ilustrate prin intermediul diagramei Venn din Figura 2.

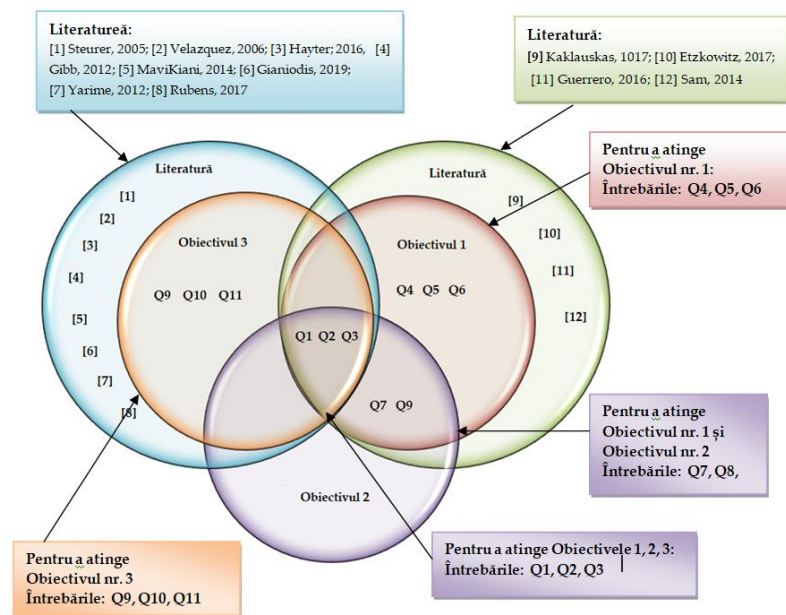


Figura 2. Diagrama Venn a fluxului de lucru

Culegerea datelor a fost realizată cu ajutorul unui chestionar electronic adaptat pentru cele două metode utilizate: metoda CATI (Computer-assisted telephone interviewing) (Keeter și alții, 2017) și auto-administrarea de către respondent, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) (Barbu și Isaic-Maniu, 2011). Metoda CAWI a fost utilizată doar în cazul managerilor care au solicitat transmiterea chestionarului prin internet și a presupus încărcarea chestionarului online și completarea de către respondent direct în browser, fără a fi necesară instalarea unei aplicații sau a unui program. Link-ul către chestionar a fost distribuit prin email-urile oficiale ale firmelor din panel, contactate în prealabil telefonic, iar chestionarul a fost

alcătuit din 33 de întrebări grupate în 3 secțiuni. Toate firmele care nu au răspuns solicitării inițiale cu fost recontactate, totodată, chestionarul fiindu-le transmis și prin email. Intervievarea telefonică a vizat toate firmele incluse în panel și a fost realizată pe parcursul a trei săptămâni în perioada mai - iunie 2019, de către 46 de operatori de interviu instruiți în prealabil, studenți ai Universității Transilvania din Brașov. Intervipurile au avut loc de luni până vineri în intervalul 10-18, intervalul de lucru pentru majoritatea firmelor, pentru a crește șansele de a intervieva persoane din managementul acestora. Rata de acceptare a interviului a fost de 10% încadrându-se în nivelul mediu obținut în cadrul anchetelor CATI (Keeter și alții, 2017).

Eșantionul final a fost format din 457 companii care au îndeplinit caracteristicile de bază (activitate de producție și cifră de afaceri de peste 100.000 Euro). Alte caracteristici ale companiilor incluse în eșantion au fost: domeniul de activitate (Industria 52%, Construcții 18%, Servicii 30%), proveniența capitalului social (Autohton 79%, Străin 11%, Mixt 10%).

Datele obținute au fost prelucrate cu ajutorul programului SPSS utilizându-se metode de analiză univariată, bivariată și multivariată a datelor și teste statistice pentru identificarea legăturilor dintre variabilele cercetării

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Rezultatele au fost grupate după obiectivele cercetării, iar analizele efectuate au fost prezentate într-o secvență logică, care a permis obținerea rezultatelor relevante.

01. Identificarea principalelor nevoi de servicii de consultanță

Rezultatele cercetării au evidențiat o colaborare destul de redusă a firmelor incluse în eșantion cu prestatorii de servicii de consultanță. Din cele 457 de firme analizate, un număr destul de scăzut (92 de firme), reprezentând 20,1% din total, au beneficiat de servicii de consultanță. Cele mai frecvent nominalizate servicii de consultanță au fost cele economico-financiare, fiind menționate de aproximativ 30% dintre firmele intervievate. 19 firme (20,1%) au apelat la servicii de consultanță pentru accesarea și atragerea fondurilor europene, iar 13 firme (14,1%) au beneficiat de consultanță pe plan juridic.

În ceea ce privește consultanța pentru promovare și activitatea de marketing, doar 13% dintre firme au colaborat cu firme care oferă respectivele servicii. Un număr redus de firme au indicat serviciile de consultanță în contabilitate, în formarea personalului, organizarea și conducerea companiei, în activitatea de IT și în activități logistice. În condițiile în care numărul firmelor care au utilizat până la momentul interviului serviciile de consultanță a fost destul de redus, nevoia de consultanță a fost apreciată ca fiind ridicată. Concluzia a fost desprinsă din răspunsurile primite cu privire la măsura în care serviciile de consultanță pot contribui la dezvoltarea afacerilor. Astfel, aprecierile pe o scală interval cu 5 niveluri situate la distanțe egale s-au concentrat pe nivelurile pozitive ale scalei, care exprimă o influență puternică sau foarte

puternică asupra dezvoltării firmei. Au existat și multe răspunsuri care au indicat nivelul neutru al scalei. În medie, măsura în care serviciile de consultanță ar putea contribui la dezvoltarea firmei este de 3,34 puncte pe o scală de la 1 la 5 puncte (5 = foarte mare măsură). Pornind de la aceste aprecieri, s-a urmărit să se identifice dacă firmele intervievate intenționează să colaboreze cu institutul în vederea implementării unor proiecte viitoare.

Având în vedere necesitățile agenților economici de dezvoltare sustenabilă și importanța acordată serviciilor de consultanță, dar și nivelul redus de utilizare la ora actuală a serviciilor nominalizate, se poate considera că implicarea Universității Transilvania din Brașov în satisfacerea acestor nevoi este foarte importantă. Se confirmă astfel și rezultatele unor cercetări anterioare, care subliniază rolul pe care universitățile îl pot avea în dezvoltarea regională sustenabilă (Sam și der Sijde, 2014, Guerrero și alții, 2016; Kaklauskas, 2018; Etzkowitz, 2017). Implicarea universității presupune un proces complex, pornind de la stabilirea unei strategii clare de abordare a activităților antreprenoriale sustenabile, până la alocarea efectivă a resurselor necesare colaborării cu agenții economici în vederea stimulării dezvoltării regionale sustenabile (Lazzeroni și alții, 2003; Velazquez și alții, 2006; Gibb și alții, 2012; Mavi Kiani, 2014).

O2. Identificarea principalelor piețe externe

Aproximativ jumătate dintre respondenți au afirmat că își exportă propriile produse (48,8%), majoritatea piețelor de vânzări fiind în Europa. Piețele acoperite de cele 223 de companii de export sunt: Germania, unde 94 dintre companii exportă (42%), 50 de companii în Italia (22,4%), 41 în Franța (18,4%), 34 în Ungaria (15, 25%), 27 în Olanda (12,1%), 21 în Spania (9,4%), 19 în Austria (8,5%), 18 în Belgia (8,1%), 15 în Republica Moldova (6,7%) și 12 către Suedia (5,4%). Cu toate acestea, exporturile se fac și în întreaga lume. Există companii care exportă pe o singură piață în țări precum Australia, Croația, Indonezia, Kazahstan, Maroc, Peru, Qatar, Slovenia, Taiwan, Vietnam, Indonezia, Emiratele Arabe Unite și China. Având în vedere spectrul larg de piețe externe în care sunt exportate produsele firmelor din regiunea Centru, ideea implicării ICDT în crearea unui catalog electronic pentru promovarea ofertelor firmelor, devine un obiectiv de interes atât pentru mediul academic, cât și pentru mediul de afaceri. S-a apreciat că un astfel de catalog electronic poate fi accesat din orice țară din lume și ar putea fi folosit ca un instrument puternic de promovare.

O3. Interesul acordat unei colaborări cu Institutul de cercetare-dezvoltare

În privința notorietății institutului în rândul firmelor analizate, răspunsurile evidențiază un procent scăzut al celor care cunosc institutul (28,4% din totalul eșantionului). Colaborarea a fost apreciată ca fiind în fază incipientă, doar 3,9% dintre respondenți (18 firme) menționând că au beneficiat de serviciile oferite. Totuși, peste 57% dintre firme s-au arătat interesate să

primească o ofertă detaliată cu privire la serviciile pe care le poate oferi institutul, atât în identificarea unor soluții tehnice, cât și economice. Drept urmare, au fost confirmate rezultatele unor cercetări prezentate în literatura de specialitate, conform cărora multe universități nu au obținut rezultatele așteptate în implementarea strategiilor antreprenoriale (Gianiodis și Meek, 2019). Eforturile trebuie continuate deoarece firmele inovatoare sunt de regulă orientate către sprijinul din partea universităților (Bellucci și Pennacchio, 2016), deschiderea fiind reliefată și de intențiile firmelor analizate. Întrucât o posibilă implicare a ICDT în dezvoltarea sustenabilă regională o reprezintă folosirea unui catalog electronic de promovare a ofertelor firmelor din Regiunea Centru pe diferite piețe, s-a urmărit identificarea oportunității realizării unui astfel de catalog. Răspunsurile înregistrate au evidențiat că 63,5% din firme iau în calcul posibilitatea de a colabora cu ICDT pentru a fi promovate prin intermediul unui catalog, care să poată fi accesat online. Utilitatea catalogului pentru sporirea prezenței pe piețele externe a fost apreciată cu un scor mediu de 3,76 puncte pe o scală de la 1 la 5 puncte (5 = foarte util).

▪ **Concluzii**

Dezvoltarea sustenabilă a universităților și implicarea acestora în dezvoltarea regională necesită o relație strânsă cu mediul economic (Amaral, Martins și Gouveia, 2015; Steurer, 2005; Hayter, 2016; Gianiodis și Meek, 2019; Lazzeroni și Piccaluga, 2003; Yusof și Jain, 2010; Rubens, Spigarelli și Cavicchi, 2017). Universitatea Transilvania din Brașov a întreprins o serie de acțiuni importante pentru a deveni o universitate sustenabilă, în conformitate cu modelele existente în literatura de specialitate (Amaral, Martins și Gouveia, 2015). Aceasta a aplicat modelul de management pentru o universitate durabilă (Velazquez și alții, 2006) și și-a stabilit strategia pentru dezvoltare durabilă și resursele necesare pentru implementare. Prin acest studiu, Universitatea Transilvania din Brașov a făcut un alt pas către integrarea celei de-a treia misiuni (Sam și van der Sijde, 2014; Guerrero și alții, 2016; Secundo și alții, 2017) și transformarea într-o universitate antreprenorială (Kaklauskas și alții, 2018; Sidrat și Frikha, 2018; Fichter și Tiemann, 2018; Ho și alții, 2019; Etzkowitz, 2013; Guerrero și Urbano, 2012), pe lângă crearea *Societății antreprenoriale studențești* și a *Incubatorului tehnologic și de afaceri*.

Colaborarea dintre firmele din regiunea Centru și Universitatea Transilvania din Brașov este încă la început, așa cum este cazul multor universități (Gianiodis și Meek, 2019), cele mai solicitate servicii fiind cele economice și financiare. Implicarea universității în satisfacerea nevoii firmelor este importantă iar reprezentanții firmelor au înțeles acest lucru, fiind interesați de o colaborare viitoare care poate aduce beneficii pentru ambii parteneri (Rubens și alții, 2017). Aceasta este condiția prealabilă pentru dezvoltarea durabilă a universității antreprenoriale (Zhou și Peng, 2008) și pentru a ajuta companiile să se promoveze mai bine.

1.2.2. Cercetare de marketing ce vizează identificarea oportunităților antreprenoriale pentru înființarea de start-up-uri inovatoare în timpul și după criza COVID-19⁴

Cercetarea a pornit de la dezbaterile din literatura de specialitate cu privire la impactul negativ al crizei COVID-19 asupra dezvoltării economice care poate pune în pericol realizarea obiectivelor de dezvoltare durabilă ale Națiunilor Unite. În prezent, traversăm unul dintre cele mai perturbatoare evenimente din punct de vedere economic și social de la criza financiară din 2008. Pandemia de COVID-19 a afectat aproape fiecare aspect al vieții, forțând societățile să își revizuiască practicile și normele, modul în care oamenii trăiesc și lucrează, modul în care companiile interacționează cu clienții lor, modul în care aceștia aleg și cumpără produse și servicii, modul în care își furnizează lanțurile de aprovizionare. Crizele, în special cea cu care ne confruntăm acum, au un cost financiar și uman semnificativ, prin blocarea activelor și a capitalului uman provocând o dislocare socială și economică semnificativă. Cu toate acestea, aceste dinamici pot crea premise pentru un mediu din care apar noi modele de afaceri (Am și alții, 2020; Neumeyer, Ashton și Dentchev, 2020).

Scopul cercetării a fost acela al evidențierii atitudinilor și comportamentelor studenților care au în vedere antreprenoriatul ca opțiune în carieră cu privire la dezvoltarea de start-up-uri inovative care pot contribui la diminuarea consecințelor crizei pandemice COVID-19. Obiectivele menite să răspundă întrebărilor cercetării au fost următoarele: O1- Identificarea opiniilor studenților cu privire la schimbările comportamentale ale pieței în timpul crizei COVID-19 și identificarea facilităților de care ar trebui să beneficieze mediul de afaceri în această perioadă; O2- Identificarea intențiilor și motivațiilor tinerilor cu privire la implicarea în dezvoltarea de start-up-uri și generarea unor idei cu privire la profilul antreprenorului de succes în contextul COVID-19; O3 - Generarea unor idei de start-up-uri și soluții inovative pentru managementul acestora care să contribuie la diminuarea consecințelor crizei pandemice COVID-19.

▪ *Sumar al literaturii științifice*

Cercetarea subliniază relevanța semnificativă pe care o are conceptul de dezvoltare durabilă în societatea contemporană. Acest lucru este evidențiat în literatura de specialitate ca un concept complex utilizat din ce în ce mai mult pentru a descrie metodele și activitățile prin care o afacere se poate dezvolta durabil, poate ajuta la conservarea resurselor și oferă generațiilor viitoare avantaje și beneficii similare cu cele de care se bucură generațiile actuale (Martin și Schouten, 2014).

⁴ Barbulescu, O., **Tecău, A.S.**, Munteanu, D., Constantin, C.P. (2021) Innovation of Startups, the Key to Unlocking Post-Crisis Sustainable Growth in Romanian Entrepreneurial Ecosystem. *Sustainability*, 13, 671, <https://doi.org/10.3390/su13020671>

Referindu-ne la problema implicării în dezvoltarea de start-up-uri inovatoare în contextul pandemiei de COVID-19, a fost abordată una dintre lacunele empirice și metodologice din literatură. Autori precum Neumeier, Ashton și Dentchev (2020) au subliniat că pandemia de COVID-19 poate duce la o transformare a modului în care trăim, lucrăm și conducem afacerile spre durabilitate, o schimbare în care antreprenorii vor juca un rol semnificativ. Criza actuală permite antreprenorilor să construiască noi oportunități (Neumeier, Ashton și Dentchev, 2020). Vulnerabilitatea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) la evenimente interne și externe este cauzată în mare măsură de dimensiunea acestora (Freeman, Carroll și Hannan, 1983). Aceasta înseamnă că, cu cât compania este mai mică, cu atât controlează în mod normal mai puține resurse. Astfel, un angajat critic care părăsește locul de muncă, o scădere a opțiunilor de finanțare, o reducere a cererii din cauza intrării pe piață a unui concurent sau, în acest caz, o criză care a lovit economia globală pot afecta grav activitatea companiei. Răspunderea unei întreprinderi mici poate fi egală cu răspunderea unei noi afaceri (Freeman, Carroll și Hannan, 1983). Potrivit lui Stinchcombe (1965) start-up-urile prezintă un risc mai mare de eșec decât companiile mai vechi, deoarece nu au modele de afaceri stabilite, au un nivel scăzut de legitimitate și depind de cooperarea stakeholderilor. În ciuda acestor puncte slabe, IMM-urile au și anumite caracteristici care le-ar putea ajuta în perioade de criză. Având în vedere dimensiunea lor, ele tind să fie destul de flexibile atunci când apar oportunități sau amenințări în mediul lor. Mai mult, cu cât organizația este mai mică, cu atât factorii de decizie sunt mai apropiați de clienții lor și de alți actori care le pot furniza informații valoroase de piață, ce pot fi utile atunci când se confruntă cu o criză (Eggers, Hansen și Davis, 2012).

Revizuirea literaturii relevă un alt concept interesant care poate fi util pentru depășirea crizelor: dezvoltarea și implementarea noilor tehnologii. Platformele digitale și ecosistemele asociate oferă un nou mediu promițător pentru antreprenoriat (Nambisan și Baron, 2019). Dezvoltarea platformelor digitale și a ecosistemelor asociate a creat un nou context cu un potențial important pentru antreprenoriat (Nambisan, 2017; Nambisan, Wright și Feldman, 2019; Von Briel, Recker și Davidsson, 2018). Aceste ecosisteme digitale permit start-up-urilor să dezvolte servicii sau produse care să le completeze pe cele ale proprietarului platformei. Infuzia treptată de conținut digital într-o categorie largă de produse și servicii și creșterea constantă a numărului și diversității unor astfel de platforme digitale au deschis un set mult mai larg de oportunități pentru antreprenori (Nambisan, 2017; Von Briel, Recker și Davidsson, 2018; Davidson și Vaast, 2010; Porter și Heppelmann, 2014; Srinivasan și Venkatraman, 2018). Cercetările anterioare au arătat că ecosistemele digitale au beneficii importante pentru noile afaceri, cum ar fi: accesul la piețele consacrate, mai multe oportunități de oferte publice și o reputație sporită (Ceccagnoli și alții, 2012). În consecință, ecosistemele digitale oferă crearea de

valoare și infrastructura de însușire a valorii pentru antreprenori și companiile acestora, diminuând astfel dezavantajele start-up-urilor (Nambisan și Baron, 2019).

O atenție sporită a fost acordată de către cercetători modului în care digitalizarea poate afecta decizia unei persoane de a deveni antreprenor. Studii empirice recente indică faptul că rețelele sociale digitale și programele de educație antreprenorială online pot facilita accesul la informații, îmbunătățind capacitatea de a identifica și evalua oportunități de afaceri profitabile (Al-Atabi și DeBoer, 2014; Smith, Smith și Shaw, 2017). Unul dintre impedimentele majore pentru începerea unei afaceri este lipsa oportunităților de finanțare (Evans și Jovanovic, 1989). Digitalizarea poate facilita accesul antreprenorului la resursele financiare oferind noi modalități de a dobândi finanțare antreprenorială, de exemplu, prin Fintech, investiții de capital de risc sau platforme online pentru crowdsourcing, crowdfunding și crowdfunding (Cumming și Schwienbacher, 2018; Haddad și Hornuf, 2018). În același timp, digitalizarea a condus la apariția de noi modele de afaceri inovatoare, precum cele bazate pe economia partajată (Richter și alții, 2017). Pe această linie, autori precum Giones și Brem (2017) și Sussan și Acs (2017) au definit antreprenoriatul digital ca întreprinderi de afaceri care utilizează tehnologia digitală ca factor de intrare și creează noi produse și servicii bazate pe internet.

În plus, unii autori au arătat că, deși noul val de digitalizare este puternic asociat cu înlocuirea lucrătorilor și cu intrarea în antreprenoriat, rezultatele cercetării sugerează că această tendință nu va duce neapărat la rate mai ridicate ale șomajului, piața forței de muncă adaptându-se deja transformării digitale. Angajații cu înaltă educație reacționează la aceste schimbări alegând ei înșiși antreprenoriatul. Cu toate acestea, angajații care sunt mai puțin pregătiți și care riscă să-și vadă locurile de muncă șterse prin digitalizare sunt foarte susceptibili să devină șomeri și să aibă nevoie de sprijin atunci când decid să opteze pentru opțiunea antreprenorială. Rezultatele sugerează, de asemenea, că progresele tehnologice creează noi oportunități pentru antreprenorii orientați spre creștere, care trec de la un loc de muncă plătit la antreprenoriat (Fossen și Sorgner, 2019).

Digitalizarea este un proces continuu care va crește mai repede în deceniile următoare. Conform Soni și alții (2020), era actuală este cea mai prolifică perioadă din istoria omenirii în ceea ce privește inovațiile tehnologice. Roboții care lucrează în industrie, mașinile cu conducere automată, ceasurile inteligente care monitorizează sănătatea pacienților și jocurile bazate pe realitatea augmentată sunt doar câteva exemple de inovații tehnologice. Prin urmare, se așteaptă ca schimbările din dinamica antreprenorială, care sunt deja vizibile, să se intensifice în viitorul apropiat. În acest context, pentru companiile nou apărute, este clar că inovația este singura modalitate de a intra și de a reuși pe piață.

▪ *Aspecte metodologice*

Având în vedere că au fost abordate aspecte privind motivațiile și atitudinile care determină populația țintă să acționeze în diverse moduri față de perspectiva de a se implica în antreprenoriat și, totodată, s-a dorit generarea unui număr mare de idei, s-a optat pentru aplicarea unei cercetări calitative de tip exploratoriu. Opțiunea pentru acest tip de cercetare a fost determinată de avantajele pe care le conferă metodele calitative de cercetare ce permit înțelegerea în profunzime a fenomenelor cercetate, asigură instrumentele necesare pentru investigarea și înțelegerea experienței umane (Carson, Gilmore și Perry, 2001), facilitează cercetarea care vizează înțelegerea interacțiunilor dintre subiecți mai mult decât opinia și perspectiva lor.

Pentru îndeplinirea obiectivelor, a fost utilizată metoda interviurilor semistructurate, realizate online (prin intermediul platformelor E-learning și WhatsApp), asupra unui număr de 168 de studenți care consideră antreprenoriatul ca o opțiune de carieră. Pentru stabilirea mărimii eșantionului, a fost adoptată concepția conform căreia, la un anumit nivel de experiență este posibilă o aproximare a dimensiunii și o evaluare a acesteia pe parcursul cercetării, fără a fi necesară determinarea mărimii eșantionului printr-o formulă (Cho și Trent, 2006). Colectarea datelor s-a desfășurat în perioada iunie - iulie 2020, în timpul pandemiei de COVID-19, imediat după aplicarea unor măsuri de relaxare care au permis reluarea activității economice în multe domenii ce fuseseră blocate și revenirea la un stil de viață mai apropiat de cel tipic.

Eșantionul, alcătuit prin metoda „bulgăre de zăpadă”, a inclus studenți înscriși într-o formă de învățământ superior din România, care și-au exprimat interesul pentru dezvoltarea unei cariere în domeniul antreprenoriatului. Aceștia au fost selectați dintre participanții la un curs de antreprenoriat cu participare voluntară pe baza unui scurt chestionar de selecție. Scopul principal a fost identificarea celor interesați de dezvoltarea activităților antreprenoriale în viitorul apropiat și a caracteristicilor lor socio-demografice. Studenții selectați au fost încurajați să recomande altor studenți pe care îi cunosc și care au aceleași obiective în carieră sau pe care și le-au îndeplinit participând la cel puțin un curs de formare în acest domeniu. Acești studenți au fost contactați pentru a fi invitați să participe la interviu dacă profilurile lor îndeplineau criteriile de selecție. Eșantionul final a avut o structură echilibrată, care a permis obținerea unei mari varietăți de opinii și atitudini de la persoane cu caracteristici socio-demografice diferite: 58% din total sunt femei și 42% au fost bărbați, cu vârste cuprinse între 20 și 26 de ani, care trăiesc în diferite regiuni de dezvoltare ale țării. Potrivit domeniului de studiu, 53% dintre membrii eșantionului au provenit din facultăți de inginerie, iar restul din diferite facultăți de științe socio-umane. Studenții în inginerie electrică și TIC au constituit grupul cel mai răspândit din domeniul ingineriei (30,6% din eșantionul total), în timp ce pentru celălalt domeniu de studiu, studenții la economie și

sociologie au fost cei mai numeroși (23,1% din total). 85% dintre studenți au fost înscriși în studii de licență, iar restul în programe de masterat. Alegerea acestei structuri a fost făcută pornind de la profilul studenților implicați în activitățile desfășurate de Societatea Antreprenorială Studențească înființată de Universitatea Transilvania din Brașov, România.

Durata interviurilor s-a situat între 30 și 40 de minute. Interviurile au avut la bază un ghid de interviu elaborat anterior, astfel încât să atingă obiectivele stabilite, lăsând însă fiecărui participant un nivel ridicat de libertate în ceea ce privește modul de abordare a temei și de exprimare a opiniei. Discuțiile au debutat cu enunțarea scopului cercetării și prezentarea aspectelor organizatorice și de confidențialitate, apoi au abordat temele prevăzute de ghidul de interviu structurat pe trei direcții majore, în concordanță cu obiectivele cercetării: opinii cu privire la domeniile de afaceri impulsionate de pandemia de COVID-19, intenții și motivații de implicare în antreprenariat, importanța inovării în cadrul start-up-urilor.

În timpul interviurilor au fost utilizate și tehnici proiective precum metoda “tehnica persoanei a treia” și “testul de asociere a cuvintelor”. Acestea sunt metode de cercetare dezvoltate inițial de psihologi clinici, psihiatri pentru a obține o oarecare înțelegere asupra problemelor de bază ale pacientului, dar care s-au dovedit deosebit de utile în cercetările de marketing prin cantitatea, bogăția și acuratețea informațiilor obținute (Donoghue, 2000; Bell, Bryman and și Harley, 2018). De exemplu, participanții au fost încurajați să se gândească la colegii alături de care au participat la cursuri opționale de antreprenariat și să spună în ce măsură cred că aceștia vor începe noi afaceri, li s-a cerut să scrie primul cuvânt care le vine în minte atunci când se gândesc la domenii de afaceri care ar putea avea succes în perioada marcată de pandemia de COVID-19 și să menționeze primele abilități și caracteristici pe care le asociază antreprenorului de succes contemporan.

Datele rezultate au fost analizate folosind analiza de conținut (Krippendorff, 2018). Analiza a pornit cu structurarea, sortarea, clasificarea, gestionarea și modelarea datelor brute astfel încât să se poată evidenția teme care să conducă la înțelegerea fenomenelor expuse de participanți și formularea unor concluzii semnificative. Pentru prelucrarea și interpretarea datelor a fost utilizat software-ul de cercetare calitativă ATLAS.ti. Analiza pe orizontală a oferit posibilitatea de a analiza răspunsurile pe fiecare temă și de a identifica răspunsurile dominante. În cele din urmă, rezultatele cercetării, grupate pe fiecare obiectiv de cercetare abordat, au permis generarea unor concluzii importante care să conducă la îndeplinirea scopului cercetării. Analiza pe verticală a ajutat la determinarea modului în care fiecare participant abordează aspectele legate de antreprenariat oferind o imagine clară a opiniilor fiecărui membru al eșantionului și contribuind la realizarea de asociații între discursurile respondenților.

Deși datele nu sunt reprezentative statistic (caracteristică a cercetărilor calitative), acestea sunt relevante pentru populația studiată. Testarea fiabilității rezultatelor cercetării a fost făcută folosind „Triangularea datelor” (Decrop, 1999). Pentru fiecare obiectiv, informațiile obținute de la tinerii/ studenții intervievați au fost comparate cu cele obținute de la reprezentanții mediului de afaceri, precum și cu rezultatele altor cercetări prezentate în literatura de specialitate.

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Rezultatele cercetării au fost structurate pe fiecare obiectiv menționat anterior. Rezultatele obținute au oferit atât suport empiric pentru identificarea caracteristicilor și aptitudinilor considerate esențiale pentru implicarea în afaceri, cât și pentru identificarea caracteristicilor comportamentale și motivațiilor studenților în calitate de potențiali dezvoltatori de start-up-uri.

O1- Aflarea opiniilor studenților cu privire la schimbările comportamentale ale pieței în timpul crizei COVID-19 și identificarea facilităților de care ar trebui să beneficieze mediul de afaceri în această perioadă.

Interviurile realizate cu tineri, potențiali antreprenori au relevat faptul că cea mai mare parte dintre aceștia au fost interesați de modificările survenite în comportamentele de cumpărare și consum ca urmare a crizei pandemice COVID-19, au urmărit în presă sau au studiat în publicații de specialitate subiecte din acest spectru. Participanții la cercetare au specificat faptul că sunt convinși că aceste schimbări comportamentale au afectat piața în mod profund și ireversibil. În opinia acestora, cele mai importante modificări au fost legate de modul de achiziționare a bunurilor. Toți cei intervievați au adus în discuție aspecte legate de achizițiile online care au înlocuit foarte repede o bună parte din comerțul clasic. În timpul primului subiect al interviului discuțiile au fost orientate de către participanți în această direcție de 207 ori. Ideea conform căreia o mare parte din populația care nu utiliza comerțul electronic a fost nevoită să experimenteze această formă de comerț, a descoperit avantajele acesteia și o va adopta ca principală metodă de achiziționare, a fost susținută de cea mai mare parte a subiecților. De asemenea, participanții la cercetare au considerat că grija față de sănătate și igienă a devenit o prioritate pentru populație. În timpul interviurilor, de 162 de ori a fost adusă în discuție problema accentuării nevoilor din spectrul medical. Au fost subliniate și modificările cererii în ceea ce privește produsele turistice și de organizare evenimente, domenii care, cel puțin pe termen scurt, au fost profund afectate și vor necesita adaptări substanțiale și în anii viitori. „Criza pandemiei de COVID-19 a adus multe schimbări în viața de zi cu zi a oamenilor de pretutindeni. Multe obiceiuri de consum au dispărut sau au trebuit să se schimbe radical. De la obiceiurile de igienă la consumul de servicii culturale, totul se va schimba”, „Mulți consumatori trăiesc cu anxietate

atunci când trebuie să facă cumpărături pentru că se simt expuși în zonele publice cu un flux mare de oameni și vor prefera să facă cumpărăturile din siguranța casei lor”, au spus participanții la cercetare.

Participanții la interviuri au considerat că estimările cu privire la evoluția pieței trebuie să facă distincție între perioada acută, inițială a COVID-19 și etapa următoare a acesteia care poate dura mai mulți ani și care trebuie evaluată pornind de la mai multe scenarii de manifestare a pandemiei posibile. Nevoia de protecție și distanțare socială, adusă în discuție de majoritatea participanților la cercetare, a condus dialogul către potențialul de creștere a cererii pentru dispozitive și aplicații IT care să simplifice comunicarea online și să faciliteze noul stil de viață impus de pandemia de COVID-19.

În ceea ce privește facilitățile de care ar trebui să beneficieze start-up-urile ce activează în aceste domenii, principalele idei emise, structurate după frecvența apariției, au fost următoarele: acordarea de facilități de finanțare (granturi sau împrumuturi avantajoase), facilități fiscale (reduceri de taxe și impozite în primii ani după demararea noilor afaceri), pachete de sprijin în caz de eșec (garanții/ asigurări guvernamentale). Participanții la cercetare au sugerat, de asemenea, că administrația publică locală poate contribui la susținerea start-up-urilor prin concesionarea gratuită a terenurilor destinate construirii spațiilor de producție sau închirierea avantajoasă de spații aparținând domeniului public pentru sedii sau puncte de lucru. O posibilă soluție propusă a fost înființarea unui “hub”, dezvoltat sub egida unei entități locale, unde start-up-urile să poată interacționa, să fie îndrumate, să primească consultanță și să fie puși în legătură cu potențiali investitori și finanțatori. În opiniile tinerilor intervievați, colaborarea dintre start-up-uri și reunirea acestora în cadrul unor grupuri încurajează și accelerează inovația, aducând beneficii reciproce membrilor. În această privință, unul dintre tinerii intervievați a spus: *„Creativitatea și talentul antreprenorial pot fi stimulate în cadrul grupului din care faci parte, curajul membrilor crește, așa cum crește și puterea grupului, iar accesul la infrastructură este mai facil”*. În plus, studenții consideră că stimularea antreprenoriatului presupune în mod obligatoriu educație în afaceri. În acest sens, participanții la cercetare au susținut că trebuie încurajate organizarea sesiunilor de mentorat cu membrii comunității de afaceri, completarea programelor academice cu stagii de practică realizate sub îndrumarea unor tutori și vizitele de studiu la agenți economici. Colaborarea cu mediul de afaceri este considerată esențială pentru organizarea unor activități de învățare extracurriculare și pentru cunoașterea atât de către studenți cât și de către personalul didactic a nevoilor și așteptărilor companiilor. Aceste idei sunt în concordanță cu rezultate reflectate de alte cercetări în domeniu (Bărbulescu și Constantin, 2019).

O2- Aflarea intențiilor și motivațiilor tinerilor cu privire la implicarea în dezvoltarea de start-up-uri și generarea unor idei cu privire la profilul antreprenorului de succes în contextul pandemiei de COVID-19.

Sinteza rezultatelor obținute în cadrul acestui obiectiv reflectă viziunea actuală a studenților cu privire la imaginea antreprenorului român în contextul pandemiei de COVID-19 și perspectivele de implicare în antreprenoriat prin înființarea de start-up-uri. Prin solicitarea adresată participanților de a descrie “antreprenorul român de succes” s-a obținut un profil complex, care integrează așteptările respondenților cu privire la antreprenorul ideal în contextul COVID-19. Evidențierea măsurii în care respondenții se imaginează în ipostaza de antreprenori a fost realizată prin suprapunerea dintre trăsăturile deținute de participanții la cercetare și portretul antreprenorului ideal creat de aceștia.

Au fost identificate patru categorii principale de factori care descriu profilul unui bun antreprenor: curaj, creativitate, experiență și perseverență, iar discuția a fost orientată către acestea vizând evaluarea măsurii în care respondenții atribuie aceste trăsături propriului profil de personalitate. Cei mai mulți dintre respondenți s-au autocaracterizat creativi și curajoși, dar fără experiență și nerăbdători să obțină succes. Totodată, conform opiniei celor intervievați echiparea cu abilități antreprenoriale trebuie să includă: gândire independentă și reflexivă emanând în același timp empatie față de angajați sau ceilalți membri ai societății.

“Pentru antreprenorul care va avea succes în perioada pandemiei de COVID-19 esențiale sunt manifestarea libertății în gândire și în luarea deciziilor, orientarea către inovație și creativitate, explorarea necunoscutului și, bineînțeles, lipsa fricii.”, afirmă unul dintre intervievați.

Problemele legate de managementul riscului în contextul economic marcat de criza pandemică au constituit, de asemenea, subiecte foarte dezbătute în cadrul interviurilor. Abordarea subiectului legat de riscuri a fost însă strâns legată de etica în afaceri. Această corelare a condus la obținerea unor rezultate deosebit de interesante, deoarece implicarea în antreprenoriat în contextul actual este considerată puternic marcată de principiile și valorile de etică și de responsabilitate socială. Participanții au adus în discuție de mai multe ori nevoia unui comportament corect față de partenerii de afaceri, clienți și angajați chiar și atunci când, spre exemplu, o simplă suspiciune de apariție a unui caz de COVID-19 ar provoca pierderi mari. Datoria de a susține dezvoltarea sustenabilă în defavoarea maximizării profiturilor este, de asemenea, considerată o obligație pe care trebuie să și-o asume antreprenorii în perioada pandemiei de COVID-19. *„Antreprenorul perioadei marcate de pandemia de COVID-19, pe lângă pasiunea și motivația de a obține profit, trebuie să aibă și conștiința că în această perioadă trebuie să ne ajutăm reciproc.”*, *„Trebuie să fie o persoană organizată, responsabilă,*

pregătită pentru orice situație și mai ales motivată să facă lucruri bune pentru societate.”, „*Oamenii vor fi din ce în ce mai sceptici, iar antreprenorul de succes trebuie să fie empatic pentru a avea o relație strânsă cu clienții, care vor aduce succes*”, reprezintă o parte din opiniile participanților la cercetare.

Deși nu s-a ajuns la un consens privind abilitățile și competențele necesare unui antreprenor de succes în contextul generat de pandemia de COVID -19, ideile generate au fost convergente spre ideea că trăsăturile de personalitate ale viitorilor lideri de afaceri trebuie să se concentreze mai degrabă pe trăsăturile ce descriu un antreprenor social, decât unul comercial. Cea mai mare parte a interlocutorilor au subliniat că, deși antreprenoriatul social este impulsionat în perioade de criză, el trebuie dezvoltat prin educație și promovarea valorilor dezvoltării durabile în rândul viitorilor absolvenți de afaceri, ceea ce este în concordanță cu rezultatele obținute și de alte cercetări în domeniu (Nga și Shamuganathan, 2010).

În ceea ce privește dorința celor intervievați de a se implica în activități antreprenoriale, rezultatele cercetării au relevat că, deși un număr moderat dintre participanții la studiu se regăsesc în profilul antreprenorului ideal, totuși majoritatea subiecților doresc să dezvolte în următorii ani start-up-uri și au încredere în reușita acestora. Domeniile principale de interes pentru aceștia sunt comerțul online și tehnologia informației.

O3 - Generarea unor idei de start-up-uri și soluții inovative pentru managementul acestora care să contribuie la diminuarea consecințelor crizei pandemice de COVID-19.

Rezultatele obținute în cadrul acestui obiectiv permit, pe de o parte, expunerea *entităților interesate* la un număr mare de idei utile pieței de afaceri marcate de criza pandemică de COVID-19 și, pe de altă parte, realizarea unui comparații între domeniile susținute prin programe guvernamentale și domeniile în care studenții doresc să dezvolte afaceri.

Cu privire la domeniile considerate cele mai atractive pentru a începe o nouă afacere în perioada afectată de COVID-19, studenții intervievați au subliniat importanța a trei sectoare. Pandemia de COVID-19 a impulsionat mai ales noile tehnologii, ei considerând că start-up-urile din domeniul dezvoltării de soluții IT sunt cele cu cel mai mare potențial de creștere. Pe al doilea loc a fost situat comerțul online pentru care participanții au previzionat o “creștere explozivă”, urmat de industria farmaceutică și producția de echipamente medicale și de protecție. Per ansamblu, domeniul medical a fost perceput “depășit și fără resurse suficiente, cu o mare nevoie de dezvoltare”.

Participanții la cercetare au apreciat că schimbările din economie previzionate înainte de apariția COVID-19 vor fi impulsionate de criza pandemică. Adoptarea pe scară largă a soluțiilor digitale și a inteligenței artificiale pentru dezvoltarea afacerilor, acțiune inevitabilă în contextul evoluției tehnologice și, de asemenea, accelerată de criza COVID-19, va avea un impact foarte

mare asupra afacerilor. „Magazinele online de orice fel sunt afaceri care vor funcționa în orice condiții.”, „Investiția în afaceri online va fi cea mai profitabilă, deoarece necesită resurse financiare și umane minime.”, „Se deschid oportunități pentru companii din domeniul serviciilor de digitalizare, deoarece multe companii care dezvoltă modele de afaceri clasice au nevoie de îndrumări pentru transferul afacerilor în mediul virtual.”, au susținut subiecții.

Dacă până în prezent analiza bazelor de date de mari dimensiuni și luarea deciziilor pe baza acestora era o acțiune rezervată unei game de profesioniști specializați, dar care nu erau puțini, în viitor aceștia vor fi înlocuiți de “algoritmi” și inteligență artificială gestionate de un număr limitat de experți foarte specializați care vor contribui într-o măsură foarte mare la venitul companiilor pentru care lucrează. Deoarece tehnologiile avansate sunt mari consumatoare de resurse, antreprenorii cu resurse scăzute trebuie să dea dovadă de multă flexibilitate și să dezvolte afaceri în domeniile care înglobează multă creativitate și unde inteligența artificială pătrunde mai greu și să construiască rețele sociale care să le sporească puterea, capacitatea tehnologică și de inovare.

Conform opiniilor participanților la cercetare, în viitorul marcat de pandemia de COVID-19, modelele de business digital, de business operațional digital și modelele de business de tip platformă vor fi cele de succes. Replicarea unor modele consacrate de business tradițional în spațiul virtual și proiectarea acestora astfel încât să beneficieze cât mai mult de avantajele conferite de tehnologie, reprezintă rețete sigure pentru asigurarea unui avantaj competitiv. Companiile vor fi din ce în ce mai conștiente de importanța colectării și analizei volumelor mari de date, de la cele colectate de statistica tradițională până la cele biometrice utilizate în telemedicină. În acest context, se vor dezvolta oportunități pentru start-up-urile care să colecteze, prelucreze, cripteze datele și să dezvolte instrumente care să gestioneze și să transforme aceste date în informație sintetică, ușor de utilizat în activitatea managerială. Pentru a exemplifica, participanții la cercetare au adus în discuție agricultura de precizie care crează un clar avantaj competitiv față de agricultura clasică. Start-up-urile ar putea fructifica cererea generată de nevoile trecerii de la agricultura clasică la agricultura de precizie oferind tehnologie sau soluții digitale precum aplicații care să simplifice gestionarea volumelor mari de date. Alte exemple de zone în care există oportunități de dezvoltare pentru start-up-urile post COVID-19 frecvent amintite de participanții la cercetare sunt realitatea augmentată și realitatea virtuală care pot crea experiențe noi de cumpărare și consum. Interlocutorii au revenit sistematic și au inclus în argumentație ideea de inovare și nevoia de a fi inventiv, de a găsi rapid soluții la mediul socio-economic aflat într-o dinamică accentuată. Totodată, intervievații apreciază că pentru dezvoltarea afacerilor care crează soluții de digitalizare este esențial ca tinerii antreprenori să

fructifice oportunitățile pe care le oferă programele Uniunii Europene precum “Europa digitală” sau „Orizont Europa”.

▪ *Concluzii*

Rezultatele cercetării au confirmat faptul că în perioadele de criză atât comportamentele consumatorilor cât și cele ale ofertanților se schimbă radical, ca urmare a unor ample transformări ale factorilor de mediu care schimbă cursul firesc al activității de afaceri. Astfel, au fost confirmate rezultatele unor cercetări anterioare referitoare la influențele crizelor asupra mediului de afaceri, care produc efecte negative pe multiple planuri, dar generează și noi oportunități (Am și alții, 2020; Neumeyer, Ashton și Dentchev, 2020; Stinchcombe, 1965).

În ceea ce privește primul obiectiv al cercetării, rezultatele au evidențiat vulnerabilitatea firmelor mici în timpul crizei COVID-19, fiind afectate în special sectoare precum serviciile de îngrijire personală și industria ospitalității. Totuși, au fost menționate și aspectele de flexibilitate de care beneficiază firmele mici, care pot fructifica avantajele oferite de noile tehnologii pentru a dezvolta noi afaceri. Astfel, au fost confirmate rezultatele din literatură referitoare la potențialul oferit de antreprenoriatul în domenii inovatoare, bazate cu preponderență pe ICT (Eggers, Hansen și Davis, 2012; Nambisan și Baron, 2019; Nambisan, 2017; Nambisan, Wright și Feldman, 2019; Von Briel, Recker și Davidsson, 2018; Davidson și Vaast, 2010; Porter și Heppelmann, 2014; Srinivasan și Venkatraman, 2018; Ceccagnoli și alții, 2012; Von Briel și alții, 2018; Acs și Audretsch, 2005; Carree și Thurik, 2003; Schumpeter, 1934; Van Praag și Versloot, 2007). Domeniile considerate de respondenți ca fiind cele mai atractive pentru afaceri în perioada crizei COVID-19 au fost serviciile IT și comerțul electronic. În opinia respondenților, acestea trebuie să fie stimulate prin programe de finanțare și facilități fiscale, dar și prin crearea unor condiții de dezvoltare a unui ecosistem antreprenorial orientat către srijinirea start-up-urilor: crearea de start-up hubs, evenimente de stimulare a creativității, programe de educație antreprenorială etc. Majoritatea opiniilor exprimate de persoanele intervievate au subliniat nevoia de concentrare pe inovare, aceasta fiind motorul dezvoltării economice și al găsirii unor soluții de depășire a crizei. În plus, s-a apreciat că intensificarea concurenței forțează rețelele industriale să facă din inovație factorul lor de supraviețuire, creând astfel premise reale pentru generarea a noi spații în care dinamica industrială este inovația în sine. Astfel, inovarea poate contribui la o dezvoltare sustenabilă a întregului ecosistem economic.

O contribuție semnificativă la dezvoltarea regională sustenabilă o are și ecosistemul antreprenorial. În acest context, ca rezultat al celui de-al doilea obiectiv al cercetării, s-a evidențiat că un bun antreprenor este caracterizat de mult curaj și perseverență, dar și cu un înalt nivel de creativitate. De asemenea, antreprenorii ar trebui să se implice activ în construirea unor relații armonioase, atât cu angajații, dar și cu mediul exterior firmei, ceea ce ar putea da naștere

unui antreprenoriat social cu efecte benefice pentru dezvoltarea sustenabilă. În acest sens, antreprenorii care urmează oportunitățile pe termen scurt, nu ar trebui să fie încurajați deoarece pot provoca mai degrabă pierderi la nivel socio-economic decât creștere durabilă. Având în vedere efectele produse de criza COVID-19, devine foarte important rolul antreprenorilor în adoptarea unei viziuni integratoare asupra afacerilor, care să îmbine valorile economice cu cele sociale. Abilitatea de a adopta practici durabile, inovația, construirea unor rețele sociale reprezintă idei care au revenit de mai multe ori în timpul discuțiilor.

Pornind de la rezultatele menționate mai sus, comparativ cu alte cercetări în domeniu prezentate de literatura de specialitate, această cercetare aduce elemente suplimentare de cunoaștere, abordând problematica implicării în dezvoltarea start-up-urilor inovative în contextul pandemiei de COVID-19. Astfel, una dintre propunerile desprinse din analiza rezultatelor cercetării vizează crearea unui cadru legislativ și a unor programe de sprijinire a start-up-urilor inovative în vederea dezvoltării de afaceri în domeniile prioritare pentru găsirea de soluții în combaterea crizei, dar și în domenii care au beneficiat de oportunități de dezvoltare în ultima perioadă. Un astfel de domeniu este dezvoltarea aplicațiilor ICT, acesta fiind menționat pe scară largă în literatura de specialitate ca generator de dezvoltare sustenabilă (Eggers, Hansen și Davis, 2012; Nambisan și Baron, 2019; Nambisan, 2017; Nambisan, Wright și Feldman, 2019; Von Briel, Recker și Davidsson, 2018; Davidson și Vaast, 2010; Porter și Heppelmann, 2014; Srinivasan și Venkatraman, 2018; Ceccagnoli și alții, 2012; Von Briel și alții, 2018; Acs și Audretsch, 2005; Carree și Thurik, 2003; Schumpeter, 1934; Van Praag și Versloot, 2007). Programele de sprijin guvernamental vor trebui să se concentreze pe susținerea unor proiecte inovatoare, îndrăznețe, care propun soluții de ieșire din paradigma actuală.

La rândul lor, antreprenorii ar trebui să se implice activ în dezvoltarea și restructurarea afacerilor pe baze sustenabile, care să includă o orientare către angajați și societate în ansamblul ei. Se pot pune astfel bazele dezvoltării unui antreprenoriat social cu efecte benefice pentru firmă, societate și mediu. În acest sens, este necesară o abordare specifică “quaduple helix theory”, care implică o colaborare strânsă între firme, sector public, mediul academic și cetățeni pentru asigurarea dezvoltării durabile. O astfel de colaborare permite firmelor să fructifice rezultatele unor cercetări referitoare la nevoile populației și să dezvolte produse inovative menite să satisfacă aceste nevoi, pentru care adesea este nevoie de susținere din partea autorităților publice. Pe de altă parte colaborarea cu mediul academic poate aduce un plus de expertiză în diferite domenii, rezultată în urma cercetării științifice, dar și facilități de dezvoltare a unor noi afaceri și de sprijinire a celor existente prin constituirea unor incubatoare de afaceri, dezvoltarea de proiecte comune, organizarea de cursuri antreprenoriale etc.

Intensificarea implicării în astfel de modele de colaborare este absolut necesară în situații de criză, mai ales ca cea generată de COVID-19, pentru care există multe enigme despre ieșirea din criză și orizontul de timp. Criza poate ridica obstacole în aplicarea modelelor de antreprenoriat social, deoarece una dintre cele mai importante bariere vine din necesitatea asigurării surselor de finanțare. Literatura de specialitate subliniază că în aceste modele cele mai populare surse de finanțare sunt fondurile guvernamentale, investitorii sau alte părți interesate. Dar se preconizează că această criză provocată de pandemia COVID-19 va afecta în mod semnificativ accesul la aceste fonduri. În acest sens, fiecare țară ar trebui să găsească cea mai potrivită strategie pentru promovarea dezvoltării economice cu rezistența cea mai mică în procesul de filtrare instituțională și socio-culturală a țării respective (Nguyen și alții, 2021).

Pentru a atinge obiectivele antreprenorilor și pentru a contribui la dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial durabil, ar trebui acordată o atenție specială fructificării noilor oportunități oferite de noile inițiative ecologice. După cum se subliniază în literatură, reducerea poluării devine un obiectiv crucial al națiunilor (Forster și alții, 2020; Diffenbaugh și alții, 2020). Prin urmare, schimbarea culturii de afaceri pare a fi una dintre cele mai importante modalități de dezvoltare a unei afaceri durabile (Vuong, 2020). Găsirea oportunităților de schimbare a culturii de afaceri pentru a dezvolta afaceri ecologice și economii ecologice pare să deschidă o perspectivă largă pentru idei de afaceri durabile care pot fi dezvoltate cu resurse financiare limitate. Pe măsură ce afacerea crește în timp, antreprenorii ar putea accesa, de asemenea, diverse fonduri investite de guvern sau de alte părți interesate. Astfel de afaceri durabile ar putea fi, de asemenea, dezvoltate cu ajutorul inovării, tehnologiei și serviciilor TIC, așa cum a fost sugerat de cei intervievați selectați în cercetarea noastră.

Având în vedere cele mai sus menționate, rezultatele acestei cercetări au implicații semnificative asupra mediului de afaceri, care poate beneficia de informații utile luării unor decizii importante de dezvoltare sustenabilă pe termen lung. Cercetarea are un impact major și asupra mediului academic pentru că aduce în prim plan necesitatea intensificării eforturilor de dezvoltare a curriculei prin integrarea programelor de formare a competențelor antreprenoriale în cele de managementul crizelor. Astfel de programe pot contribui la o mai bună pregătire a studenților cu privire la iminența unor crize care nu pot fi evitate (cum sunt crizele pandemice), aceștia fiind antrenați în gestionarea unor evenimente neprevăzute și în găsirea unor soluții de flexibilizare a activității de afaceri în sensul fructificării oportunităților de piață. Educația superioară în domeniul antreprenoriatului trebuie să depășească granițele învățământului economic și să se extindă și către alte domenii de studii. De exemplu, introducerea în cadrul curriculumului specializărilor tehnice a unor elemente de antreprenoriat poate conduce la un nivel superior de pregătire. Astfel, un tânăr ar putea combina cu succes la absolvirea facultății,

competențele tehnice cu cele antreprenoriale, având o deschidere largă către piața muncii. El poate opta între a-și dezvolta propria afacere (mai ales în contextul crizei actuale), respectiv a-și proba competențele antreprenoriale în cadrul unei organizații (companii) din postura de intraprenor. În plus, o astfel de îmbinare a competențelor profesionale cu cele transversale ar putea avea ca rezultat reconsiderarea interesului tinerilor pentru școlile politehnice. Pornind de la experiența crizei majore a sistemului medical din perioada declanșării crizei pandemice de COVID-19, dincolo de domeniile ingineresti, educația antreprenorială poate fi extinsă în multiple domenii: medicină, muzică, sport, științe umaniste etc. Astfel, tinerii vor fi pregătiți să prevadă crizele și să stabilească măsuri de gestionare eficientă a acestora, care să nu afecteze sustenabilitatea afacerilor la nivel micro și macro - economic. În aceste condiții, importanța structurilor cu scop antreprenorial de la nivelul universităților (Societățile Antreprenoriale studențești) devine maximă, iar educarea tinerilor în zona antreprenoriatului ar putea fi cheia diminuării efectelor crizei economice generate de COVID 19 și anticipării unor posibile crize viitoare.

În concluzie, pentru a crea inovație și creștere economică, industria a devenit tot mai dependentă de cercetarea academică. Instituțiile de învățământ superior, pentru a fi inovatoare și antreprenoriale, nu pot funcționa într-o manieră izolată, ci doar în interdependență cu ceilalți actori din ecosistem (companii mari, întreprinderi mici și mijlocii, clustere, asociații, parcuri tehnologice și științifice și alte organizații de cercetare). În acest context, este evident că se impune o abordare holistică pentru exploatarea întregului potențial al unei regiuni în vederea unei dezvoltări sustenabile.

Dincolo de implicațiile științifice enunțate mai sus, prezenta cercetare are și anumite limite, cauzate în principal de caracterul exploratoriu al metodei de cercetare utilizate. Astfel de rezultate nu pot fi generalizate, dar având în vedere modul de manifestare fără precedent al prezentei crize, considerăm că cercetările calitative în rândul persoanelor implicate în activitatea antreprenorială pot furniza rezultate cu un grad de încredere mai ridicat decât în cazul utilizării unor eșantioane mari de persoane care nu au nicio legătură cu antreprenoriatul. Totuși, o anchetă în rândul antreprenorilor sau angajaților din domeniile considerate de succes în această perioadă poate crea o imagine mult mai fidelă a realității ecosistemului antreprenorial în contextul actual. Aceasta reprezintă direcția principală a unor cercetări viitoare, care ar trebui testată în contexte și în culturi diferite. Rezultatele acestor cercetări vor fi aprofundate prin cercetări calitative în rândul persoanelor implicate în managementul activităților de afaceri, astfel încât să poată fi creionate niște soluții viabile pentru depășirea situațiilor de criză în general, dincolo de actuala situație pandemică.

Direcția 2. Sustenabilitatea socială și munca. Cercetări de marketing ce vizează aspecte legate de integrarea absolvenților în muncă și investițiile masive în muncă

Dezvoltarea organizațională și succesul se clădesc în esență pe resursele umane; mai precis se bazează pe cunoștințele, abilitățile, aptitudinile, competențele și comportamentele ca parte a capitalului intelectual al organizației. Cercetările realizate în această direcție se axează pe investigarea capacității universităților de a pregăti studenții pentru piața muncii, vizând formarea acestora nu numai strict din punct de vedere profesional, ci și spiritual, asumării responsabilităților, înțelegerii nevoilor celorlalți, capacității de a contribui la o dezvoltare durabilă.

O altă parte a cercetărilor realizate în această direcție au fost orientate spre analizarea aspectelor specifice influenței pandemiei de COVID-19 asupra populației active din România, din perspectiva investiției masive în muncă. S-au avut în vedere elemente referitoare la timpul excesiv de muncă, volumul de muncă, angajamentul în muncă, dependența de muncă și performanța în muncă. Pornind de la rezultatele cercetării, au fost formulate propuneri pentru mediul de afaceri precum stimularea angajaților în direcția atingerii unui nivel superior al angajamentului în muncă ceea ce poate determina creșterea performanței în muncă. Aceasta poate fi obținută și prin adoptarea unor politici de diminuare a timpului de muncă în exces, în acest fel, pe termen lung, având de câștigat atât angajații cât și angajatorii.

2.1. Cercetări exploratorii ce surprind legătura dintre consiliere și orientare profesională și integrarea pe piața muncii

Pe o piață educațională mai dinamică și competitivă, universitățile sunt din ce în ce mai preocupate să ofere studenților lor o varietate mai mare de experiențe de învățare pentru a le facilita accesul pe piața muncii.

Cercetările prezentate în continuare, două studii de caz, pornesc de la evaluarea rezultatelor unui proiect finanțat în 2014-2015 din fonduri europene, respectiv proiectul cu titlul "Facilitarea inserției pe piața muncii a viitorilor absolvenți de Științe Economice și Administrarea Afacerilor", finanțat prin POSDRU. Acest proiect a fost demarat în anul 2014 și a fost derulat pe o perioadă de 18 luni de un consorțiu format din patru parteneri cu experiență în resurse umane și dezvoltarea afacerilor.

Primul studiu de caz dezvăluie aspecte privind dezvoltarea și implementarea unei metodologii de realizare a activităților de consiliere și orientare profesională pentru studenți, în vederea facilitării tranziției de la școală la viața activă. De asemenea, prezintă elemente inovatoare, rezultate și concluzii privind cele mai bune practici pentru o mai bună consiliere și activități de orientare în carieră pentru studenți. Metodologia propusă și implementată include activitățile, modalitățile de organizare a sesiunilor de consiliere și orientare în carieră, tipurile de

sesiuni și activități, documentație și proceduri de sprijin, resursa umană și modul de lucru. Studiul propune câteva tehnici de promovare a acestor activități în rândul studenților și, de asemenea, sisteme de evaluare, metode de consiliere și orientare profesională.

A doua cercetare evaluează experiențele de învățare cele mai potrivite care ar putea fi utilizate pentru dezvoltarea abilităților necesare în vederea îmbunătățirii capacității de angajare a viitorilor absolvenți. Pentru aceasta, au fost selectate diferite tipuri de companii și au fost aplicate diverse metode de învățare pentru a evalua modalitățile cele mai potrivite de transfer de cunoștințe și pentru a identifica tipurile de competențe dobândite de studenți.

Rezultatele cercetărilor realizate de către o echipă de cadre didactice din cadrul Universității Transilvania din Brașov au fost prezentate la “International Conference on Education and New Learning Technologies”⁵ și publicate în jurnalul acestei conferințe. Rezultatele acestor cercetări pot fi utilizate atât de universități, cât și de factorii de decizie în cadrul politicii educaționale pentru îmbunătățirea curriculei, precum și de către angajatori în îmbunătățirea procesului de angajare a resurselor umane la nivel de intrare.

2.1.1. Studiu de caz privind dezvoltarea metodologiei de consiliere și orientare profesională a studenților⁶

Cercetarea a fost realizată cu scopul de a evalua metodologia de realizare a stagiilor de practică elaborată și implementată în cadrul unui proiect finanțat din fonduri europene. Obiectivul general al proiectului a fost acela de a facilita tranziția de la școală la viața activă a studenților de Științe economice și administrarea afacerilor prin dezvoltarea aptitudinilor lor de muncă, având ca scop final îmbunătățirea inserției acestora pe piața muncii (Foris și alții, 2015). Metodologia de realizare a stagiilor de practică elaborată în cadrul acestui proiect cuprinde etapele activităților, modalități de organizare a sesiunilor de consiliere și orientare profesională, tipuri de sesiuni de activități, documentația suport și proceduri, resursa umană și modul de lucru.

▪ **Sumar al literaturii științifice**

Educația în carieră a fost introdusă încă din 1964 (Kim,1995) și a fost denumită „îndrumare în carieră”, dar necunoscută publicului larg până la sfârșitul anilor șaptezeci. Asociația Națională de Dezvoltare a Carierei (NCDA) (1997) definește consilierea în carieră ca procesul de asistare a indivizilor în dezvoltarea unei cariere de viață cu accent pe definirea rolului de lucrător și modul în care acest rol interacționează cu alte roluri din viață. După Kolo (1999), consilierea în carieră poate fi văzută ca procesul de asistare a potențialilor studenți să ia decizii utile de carieră care le pot permite să facă alegeri sau ajustări adecvate în carieră, ceea ce

⁵ <https://library.iated.org/publications/EDULEARN16>

⁶ **Tecău A.S.**, Tescașiu, B., Foriș, D., Foriș, T., Bărbulescu, O. (2016) Developing methods of students counseling and career orientation, 8th International Conference on Education and New Learning Technologies, EDULEARN16 Proceedings, 2016. <https://library.iated.org/view/TECAU2016DEV>

le va aduce satisfacție pe tot parcursul vieții. Conform Akinade (2005), scopul consilierii în carieră include: identificarea preferințelor personale, explorarea opțiunilor de carieră, colectarea datelor despre cariere, luarea deciziilor cu privire la cariere, implementarea schimbării față de situația actuală și asistența la probleme de căutare a unui loc de muncă sau de solicitare a unui loc de muncă.

Cercetătorii (Lin, Chang, 2007, p.65) au rezumat patru modele de consiliere în carieră. Aceste modele sunt îndreptate spre un obiectiv comun, acela de a asista studenții în luarea unei decizii de carieră. Conform cercetărilor lui Zunker, noile idei în educația consilierii pentru dezvoltarea carierei includ: profesia de consilier în carieră care vine să satisfacă nevoile unei noi societăți; forța de muncă ce devine din ce în ce mai diversă în secolul XXI; organizațiile ce și-au redus forța de muncă și își recalifică lucrătorii pentru a se potrivi diferitelor activități; problemele legate de muncă care continuă să fie un punct cheie al consilierii în carieră; consilierii de carieră ce trebuie să aibă o experiență largă de competențe pentru a satisface nevoile societății. Universitățile au nevoie de centre active de carieră pentru studenții lor (Zunker, 2003). Zunker (2002) a subliniat necesitatea ca studenții să beneficieze de consilierea în carieră în diferite etape de dezvoltare ale carierei. Prin urmare, este esențial pentru consilierul în carieră să înțeleagă relația între alegerea carierei și cerințele educaționale. Zunker a susținut, de asemenea, că scopul consilierii în carieră pentru studenți este de a-i ajuta să se pregătească pentru piața muncii și integrarea rolurilor vieții într-un stil de viață viitor. Unii autori (Grace, Ihuoma, 2012, p.121) au studiat relația dintre consilierea în carieră și dezvoltarea abilităților antreprenoriale și prezintă consilierea în carieră ca fiind crucială pentru dezvoltarea abilităților la antreprenori în special la studenți.

▪ *Aspecte metodologice*

Unul dintre obiectivele specifice ale proiectului a vizat activități de dezvoltare, implementare și evaluare a serviciilor de consiliere și orientare profesională a studenților. Concret, au fost furnizate servicii de consiliere și orientare profesională în sprijinul tranziției de la școală la viața activă, prin organizarea de activități și de ședințe de consiliere și orientare profesională individuală și de grup pentru studenții din regiunea Centru. Scopul activităților a fost acela de îmbunătățire a inserției pe piața muncii a studenților din grupul țintă. Aceștia au beneficiat de servicii de consiliere și orientare profesională, pentru dezvoltarea capacității lor de a decide și acționa adecvat în legătură cu propria carieră, în vederea armonizării obiectivelor individuale cu cerințele pieței muncii. În cadrul acestei activități s-a urmărit ca studenții să înțeleagă: Care sunt abilitățile și interesele proprii, cum le-ar putea îmbunătăți și apoi valorifica pe piața muncii; Ce locuri de muncă ar fi mai potrivite în concordanță cu interesele, cunoștințele și abilitățile lor; Ce experiență practică ar fi necesară în vederea obținerii unui prim loc de

muncă; Care sunt cerințele concrete și specifice ale unui prim loc de muncă; Cum să se adapteze cerințelor unui loc de muncă; Cum să își construiască obiectivele de carieră, în relație cu piața muncii; Cum să se prezinte la un interviu de angajare.

În cadrul proiectului, consilierea și orientarea profesională a studenților, realizate în conformitate cu prevederile Ordinului MECTS-MMFPS nr. 1804/4469/2012, reprezintă un demers de sprijinire a acestora în proiectarea adecvată a traseului profesional, bazat pe evaluare și autoevaluare realizate cu instrumente de psihodiagnoză obiective. De asemenea, studenții au fost ajutați să cunoască documentele de angajare și să exerseze tehnici de lucru pentru căutarea unui loc de muncă. Consilierea și orientarea profesională individuală are ca finalitate generarea raportului psihologic și analizarea planului individual de dezvoltare a carierei.

Activitatea de consiliere și orientare profesională s-a finalizat cu evaluarea satisfacției beneficiarilor în raport cu obiectivele propuse, rezultând un raport privind consilierea și orientarea în carieră a studenților beneficiari. În acest sens, a fost aplicat un chestionar cu un grad înalt de structurare. Procesul de analiză și prelucrare a datelor a fost realizat cu ajutorul programului SPSS, folosind mai multe metode de analiză, precum: statistici descriptive, tabele de frecvență, tabele încrucișate, teste statistice.

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Un prim aspect studiat prin această cercetare a fost modul în care studenții care au participat la activitățile specifice de orientare și consiliere în carieră apreciază că această experiență a avut un impact semnificativ în dezvoltarea carierelor viitoare. Majoritatea respondenților, un număr de 342 din cei 361 subiecți intervievați (94,7% din totalul studenților intervievați), au apreciat consilierea ca având un impact benefic asupra carierei lor profesionale.

Pentru a determina modul în care elevii apreciază inițiativa organizării acestui proiect de consiliere și orientare vocațională a fost utilizată o scală nominală cu alegere unică. În acest caz, modulul a fost reprezentat de răspunsul corespunzând aprecierii „Excelent”. Acest rezultat indicând faptul că această inițiativă a fost foarte bine apreciată de majoritatea studenților. Conform rezultatelor analizei, un număr de 361 de studenți au considerat că atât consilierea cât și îndrumarea vocațională au fost de ajutor în clarificarea propriei căi profesionale.

Pentru a identifica beneficiile pe care subiecții consideră că le-au obținut în timpul consilierii și îndrumării profesionale, subiecții au avut posibilitatea de a alege unul sau mai multe efecte pozitive dintr-o listă dată. Deoarece unii dintre subiecți au ales mai multe posibilități, au fost înregistrate 963 de răspunsuri, după cum urmează: 33.9% au ales “Clasificarea intereselor, valori și obiectivelor de carieră”, al doilea efect pozitiv a fost “Obținerea de informații despre pașii în obținerea unui loc de muncă”, 29.4%, “O mai bună cunoaștere de sine”, efect pozitiv resimțit de 28.1% dintre studenți. Cele mai puține răspunsuri

au fost alocate pentru “Obținerea de informații despre piața muncii”, doar 8.6% de studenți considerând acest lucru ca beneficiu.

▪ *Concluzii*

Concluziile studiului s-au centrat asupra ideii că dezvoltarea, implementarea și evaluarea activității de orientare și consiliere profesională au contribuit la creșterea abilităților studenților, crescând în același timp șansele lor la un acces rapid pe piața muncii. În același timp, a fost creată posibilitatea unei planificări adecvate a traseului vocațional și ușurarea trecerii de la școală la viața activă, cu șanse mari de a obține noi competențe și abilități, pentru a dezvolta abilitățile de comunicare și pentru a evidenția propriile abilități și interese. Pe baza rezultatelor cercetării se poate concluziona că această metodologie de organizare a consilierii și orientării profesionale a elevilor au fost eficiente și se poate recomanda să fie implementate și în alte universități.

Majoritatea studenților beneficiari au avut o opinie pozitivă cu privire la inițiativa implementării unui astfel de proiect, considerând această experiență ca fiind una utilă pentru stabilirea propriului traseu vocațional și un impact pozitiv în dezvoltarea viitoare a carierei

2.1.2. Experiențe de învățare pentru viitorii angajați de succes ⁷

Un număr mare de specialiști privesc ca fiind necesare noi abilități pe care posesorii forței de muncă ar trebui să le aibă de angajare, abilități precum: atitudine pozitivă, autogestionare, lucru în echipă, empatie în relațiile de afaceri -atât cu partenerii, cât și cu clienții-, rezolvarea problemelor, comunicare și utilizare adecvată a tehnologiei informației. O parte din acestea ar putea fi dobândite într-un mediu de învățare tradițional, în timp ce altele ar putea fi dobândite doar într-un mediu de învățare nou, folosind metode de învățare mixte. Scopul cercetării a fost acela de a afla printr-un sondaj de opinie cum au apreciat studenții participanți la un stagiu de practică experimental, finanțat de Uniunea Europeană, diverse tipuri de învățare utilizate de în timpul proiectului.

▪ *Sumar al literaturii științifice*

În perioada contemporană, piața muncii are nevoie de absolvenți care nu numai că au cunoștințele necesare pentru locul de muncă, dar au și abilitățile pentru a îndeplini în mod adecvat rolurile la locul de muncă (Hesketh, 2000). Datorită importanței lor, abilitățile de angajare sunt analizate în diferite lucrări științifice și academice. Conform Pool și Sewell (2007), angajabilitatea înseamnă ca o persoană să dispună de un set de abilități, cunoștințe, înțelegere și atribute personale pentru a alege ocupații de care să poată fi satisfăcută și să aibă succes. Angajatorii se așteaptă ca absolvenții să aibă competențe tehnice și profesionale, dar le solicită și

⁷ **Tecău, A.S.**, Sumedrea, S, Albu, R., Suci, T. (2016) Blended learning experiences for future successful employees, 8th International Conference on Education and New Learning Technologies, EDULEARN16 Proceedings, 2016. <https://library.iated.org/view/TECAU2016BLE>

să demonstreze o serie de abilități și atribute mai largi, care includ munca în echipă, comunicarea, conducerea, gândirea critică, rezolvarea problemelor și abilitățile manageriale (Lowden și alții, 2011). Potrivit lui Yorke (2004), angajabilitatea reprezintă un set de realizări, abilități, înțelegeri și atribute personale care fac absolvenții mai predispuși să câștige un loc de muncă și să aibă succes în ocupațiile alese, de care să beneficieze ei dar totodată și comunitatea și economia.

Învățarea mixtă este utilizată cu frecvență crescută atât în cercurile academice, cât și în cele corporative (Graham, 2004). După cum se arată în diferite studii învățarea mixtă este în concordanță cu valorile instituțiilor tradiționale de învățământ superior și are potențialul dovedit de a spori eficacitatea, dar și eficiența experiențelor de învățare (Garrison și Kanuka, 2004). Învățarea mixtă este abordată și în legăturile dintre instructori, cursanți și săli de clasă (Bonk și Kim, 2004). Unii autori definesc abordările de învățare mixtă ca „ceva pozitiv, o abordare mai centrată pe cursant, care este mai sensibilă la nevoile reale atât ale cursanților, cât și la contextul în care trebuie să aibă loc învățarea” (Clark, 2003) sau „integrarea atentă a experienței de învățare față în față în clasă cu experiențe online ”(Garrison și Kanuka, 2004).

Potrivit lui Singh și Reed (2001), învățarea mixtă se concentrează pe optimizarea realizării obiectivelor de învățare prin aplicarea tehnologiilor de învățare „corecte” pentru a se potrivi cu stilul personal de învățare „corect” pentru a transfera abilitățile „corecte” către persoana „potrivită”. Principiile învățării mixte sunt: se concentrează mai degrabă pe obiectivul de învățare decât pe metoda de livrare, mai multe stiluri de învățare personale diferite trebuie sprijinite pentru a ajunge la un public larg, fiecare dintre participanții la procesul învățării mixte aduce cunoștințe diferite în experiența de învățare și în multe cazuri, cea mai eficientă strategie de învățare este „exact ce-am-nevoie, exact la timp” (Singh și Reed, 2001). Importanța învățării mixte este subliniată și în Randy Garrison, în cartea lui Norman D. Vaughan „Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles, and Guidelines”. Autorii consideră că atunci când aceasta este bine înțeleasă și implementată, învățământul superior va fi complet transformat (Garrison și Vaughan, 2008).

▪ *Aspecte metodologice*

În vederea atingerii scopul cercetării, au fost contactate mai multe companii, pentru a oferi studenților posibilitatea de a practica și aplica conceptele teoretice pe care le-au studiat în facultate. Grupul țintă al proiectului a fost format din 101 studenți la licență în economie și administrarea afacerilor din două universități. Una dintre clauzele de eligibilitate a proiectului a fost că, pentru acceptarea în grupul țintă, studenții selectați nu vor fi angajați sau nu vor avea un loc de muncă în domeniul în care au studiat, deoarece scopul final al proiectului a fost tocmai familiarizarea lor cu cerințele viitorilor angajatori.

Selecția studenților incluși în grupul țintă a fost efectuată de managerul de proiect, asistat de o echipă de coordonatori de orientare profesională și de experți ai partenerilor din proiect. Viitorii practicieni au fost selectați pe baza principiului egalității de șanse și discriminare, fără condiții prealabile sau diferențe, fără excluderi sau preferințe, fără restricții bazate pe rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, statut social, credințe, sex, vârstă, dizabilitate, statutul sau responsabilitățile familiale sau alte astfel de criterii care ar putea duce la acte de discriminare directă sau indirectă. Criteriile de selecție au fost următoarele: să studieze în domeniul administrării afacerilor, rezultate bune în timpul activităților academice și rata scăzută de participare la pregătirea practică anterioară sau voluntariat (informații conținute în scrisoarea de intenție prezentată la înregistrare). Prin urmare, structura grupului țintă a fost următoarea: domeniul de studiu Afaceri internaționale - 17 studenți, Marketing - 5 studenți, Management - 36 studenți, Turism, comerț și servicii - 31 studenți, Finanțe și bănci - 12 studenți.

Odată cu selectarea studenților pentru grupul țintă, au fost identificate și companiile unde își desfășoară stagiul (în continuare denumite „organizații gazdă”). Acestea au fost companii de turism, selectate utilizând mai multe criterii: dimensiunea organizației și proprietatea diversității culturale, clasificarea instituțiilor, stilul de management și calitatea serviciilor, locația, deschiderea pentru a obține studenți pentru stagiul și pentru a numi tutori pentru instruirea acestora. În final, au fost selectate șase organizații gazdă, cu diverse caracteristici care le-au permis studenților să desfășoare diverse activități în diferite tipuri de mediu organizațional. Pe parcursul a 90 de ore, distribuite pe o lună, studenții care au participat la stagiul au desfășurat diverse activități și (având în vedere caracteristicile activității turistice desfășurate în organizația gazdă) li s-a cerut în mod expres studenților să participe în weekend la diferite activități pentru a-și testa disponibilitatea de a desfășura activitățile propuse pentru implementare. Fiecare student a avut ocazia să participe la stagii în cel puțin două locații diferite, una în Brașov / Poiana Brașov (48 de ore) și una în Balványos (42 de ore). Astfel, studenții au fost expuși unor medii culturale diferite, la diferite tipuri și stiluri de management pentru a-i familiariza cu cerințe manageriale foarte diferite și exigente.

La sfârșitul etapei de stagiul, elevii au fost interogați cu privire la diferite aspecte legate de activitățile desfășurate, inclusiv: metode eficiente de învățare utilizate în timpul stagiului, gradul de satisfacție în locația în care au desfășurat activități practice și despre abilitățile pe care le-au dobândit. Colectarea datelor a fost realizată printr-un chestionar cu întrebări în mare parte închise, cu scale de măsurare care permit o analiză cantitativă a datelor din chestionare. Pentru o parte dintre aceste întrebări au fost utilizate scale metrice, cu scopul de a măsura atitudinile asupra diferitelor aspecte ale fenomenului studiat.

▪ **Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale**

Prelucrarea datelor a fost efectuată prin centralizarea răspunsurilor la fiecare întrebare și calcularea indicatorilor statistici specifici fiecărei variabile. Analiza rezultatelor a fost realizată cu ajutorul sistemului SPSS.

Satisfacția studenților cu privire la metodele de instruire utilizate a fost analizată luând în considerare șase variabile: abordări teoretice, discuții deschise, demonstrații practice, grupuri de lucru pentru rezolvarea problemelor, jocuri de rol și vizite de lucru. Grafic, aceste informații sunt prezentate în Figura 3.

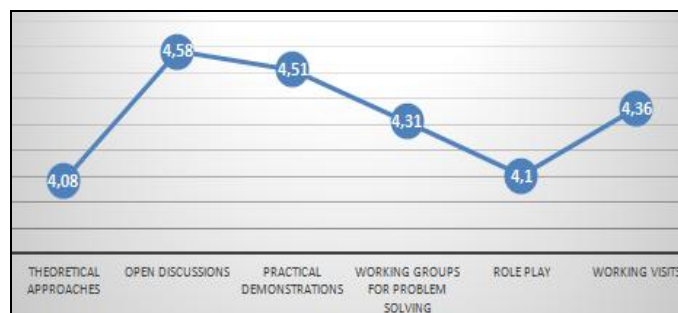


Figura 3. Satisfacția studenților cu privire la metodele de instruire utilizate

Scorurile medii (pe o scară de la 1 la 5, 1 = ineficient, 5 = foarte eficient) obținute pe baza opiniilor studenților intervievați pentru fiecare aspect analizat, de peste 4, au demonstrat că toate metodele de formare au fost bine apreciate de respondenți, printre favorite regăsindu-se discuțiile deschise cu cel mai bun scor mediu de 4,58, urmate îndeaproape prin demonstrații practice cu un scor mediu de 4,51, indicând în ambele cazuri o apreciere foarte bună pentru aceste metode. Mai mult, cu un scor mediu de 4,36 vizitele de lucru au fost plasate pe poziția a treia și grupurile de lucru pe cea ce a patra poziție cu un scor de 4,31. Din datele procesate, studenții au apreciat cel mai mult discuțiile deschise cu personalul companiilor, urmate de demonstrații practice și pe ultimul loc prezentărilor teoretice cu un scor de 4,08. De asemenea, studenții au fost intervievați cu privire la nivelul lor de satisfacție cu privire la locațiile în care a fost realizat stagiul. Locațiile pentru stagii au primit, de asemenea, o evaluare diferită de la studenți: de la medie la bună, cu un scor mediu de 3,75 pentru hotelul Balvanos Citadel (care este situat într-o zonă turistică destul de izolată), în comparație cu aprecierea foarte bună pentru hotelul Alpin, care este situat într-una dintre cele mai populare stațiuni turistice din țară, care a obținut un scor mediu de 4,88.

Analiza datelor au arătat totodată că unitățile de dimensiuni mari, cum ar fi hotelul Alpin pentru locația de stagiu din Brașov/ Poiana Brașov și Grand Hotel pentru locația Balvanos, au fost cele mai apreciate de către studenți, deoarece activitățile sunt variate, având proceduri standardizate și un personal numeros care ar putea observa îndeaproape mai mult studenții, în fiecare etapă a stagiului efectuat.

O altă întrebare a urmărit să identifice competențele pe care studenții cred că le-au dobândit în timpul stagiilor, și anume: abilități organizaționale, abilități de comunicare și abilități de lucru în echipă. Pe o scară de la 1 la 5, scorul mediu ridicat (4,47) a fost atribuit abilităților de lucru în echipă, urmat de abilități de comunicare (cu un scor mediu de 4,18) și abilități organizatorice (cu 4,09), ceea ce a indicat și o evaluare foarte bună de către studenți. Prin urmare, având în vedere metodele de învățare pe care le-au folosit, studenții au simțit că au dobândit mai întâi abilități de lucru în echipă, urmate de abilități de comunicare și apoi cele mai sofisticate precum abilități organizaționale care le vor permite să se simtă încrezători cu privire la șansele lor viitoare de angajare.

Fiind rugați să își evalueze șansele de angajare având în vedere întreaga experiență a stagiului, conform rezultatelor obținute, majoritatea participanților (50,5%) au ales răspunsul „Ridicat” urmat de varianta de răspuns „Mediu”, indicat de 28,7% dintre aceștia. 11,9% au indicat răspunsul „Șanse foarte mari” și doar 4% dintre respondenți au considerat că șansele lor de angajare sunt „scăzute”. Putem spune că un scor mediu de 3,74 indică o bună apreciere a șanselor de angajare. Astfel, pe o scară de la 1 la 5, unde 1 reprezintă un nivel „Foarte scăzut” și 5 este un nivel „Foarte ridicat”, studenții au apreciat că au un nivel „mediu spre înalt” de apreciere cu privire la șansele lor de angajare ca rezultat al participării la acest stagiul.

▪ **Concluzii**

În general, studenții s-au declarat mulțumiți considerând că acest mod de organizare a stagiilor le permite să obțină o mai bună înțelegere a diferitelor culturi organizaționale, împreună cu cerințele specifice fiecărui tip de organizație în ceea ce privește abilitățile necesare pentru o integrare rapidă pe piața muncii. Deși pregătirea practică desfășurată în unități care organizează stagii a urmat aceeași procedură în toate organizațiile gazdă, modul în care studenții au apreciat aceste unități a fost diferit, variind de la o apreciere medie la foarte bună, fiind apreciate unitățile mari situate în stațiuni turistice faimoase sau în urbane centre. În ansamblu, întregul proiect de stagiul a câștigat aprecieri pozitive de la participanți, și poate servi drept exemplu de bune practici pentru universități și companii, deoarece conduce la formarea de parteneriate valoroase între instituțiile academice și diverse companii ceea ce devine din ce în ce mai mult un indicator cheie de performanță.

Datele colectate și analizate au permis efectuarea a numeroase comparații între modalități alternative de învățare în timpul etapelor de stagiul. Dar, de asemenea, au permis elaborarea și prezentarea unor propuneri factorilor de decizie din mediul academic și angajatorilor. În primul rând, este importantă crearea de parteneriate puternice bazate pe o percepție „câștig-câștig” între universități și companii. Este recomandabil să fie selectată o gamă largă de companii pentru a oferi studenților cât mai multe opțiuni posibile. Totodată, programele de instruire ar trebui să fie

flexibile, să includă referințe explicite privind utilizarea metodelor de învățare mixtă în timpul etapelor de stagiu și, de asemenea, și pentru a urmări rezultatele așteptate în ceea ce privește abilitățile dobândite (rezolvarea problemelor, comunicare, lucru în echipă, organizare etc.). Nu în ultimul rând, ar trebui acordată o atenție specială îmbunătățirii activităților legate de formarea profesorilor și a tutorilor pentru a putea facilita rezolvarea problemelor, comunicarea, cooperarea și munca în echipă între studenți.

2.2. Sustenabilitatea socială din perspectiva efectelor COVID-19 asupra investiției masive în muncă⁸

Unul dintre efectele al pandemiei de COVID-19 este reprezentat de schimbările în privința regimului de muncă, schimbări generate de noile responsabilități și provocări la care au fost supuse companiile pentru a-și continua activitatea în condiții de siguranță a angajaților, pentru a asigura distanțarea fizică necesară (Omary și alții, 2020; Nemțeanu și Dabija, 2020) și pentru adaptarea rapidă la fenomenele complexe care le influențează activitatea (Trifan, 2014). Munca de acasă a fost o experiență nouă pentru mulți angajați, iar percepțiile acestora au fost foarte diferite, dar majoritatea au privit pozitiv noua experiență (Dubey și Tripathi, 2020). Un studiu realizat în SUA arată că aproape jumătate din populația activă a lucrat de acasă în această perioadă, iar populația tânără a fost mai dispusă să treacă la munca de acasă (remote work) (Brynjolfsson și alții, 2020). Pandemia de COVID-19 a condus la scăderea timpului dedicat muncii și a participării forței de muncă, iar impactul a fost mai puternic asupra populației masculine, a tinerilor și a angajaților mai puțin calificați, conducând astfel la creșterea dezechilibrelor de pe piața forței de muncă (Béland, Brodeur și Wright, 2020). Spre deosebire de SUA, în Marea Britanie criza a lovit mai ales populația feminină, deoarece sectoarele cele mai afectate au fost cele care presupun o frecventă interacțiune socială, sectoare în care femeile au ponderea cea mai mare (Hupkau și Petrongolo, 2020). Un studiu realizat în Canada a relevat faptul că munca de acasă nu afectează în mod negativ viața de familie, dar incapacitatea de a onora obligațiile financiare și izolarea socială pot avea impact negativ asupra acesteia (Beland și alții, 2020).

În România, pandemia de COVID-19 a condus la creșterea concurenței pe piața forței de muncă, a numărului de șomeri, iar firmele, în general, nu mai fac angajări, dimpotrivă, apelează la politici de reducere a personalului și cheltuielilor (Economica, 2020; Bordeianu și Radu, 2020), rezultat al restricțiilor impuse, ceea ce a crescut vulnerabilitatea anumitor grupuri de populație din sectoarele cele mai afectate sau cu nivel scăzut de pregătire (Chivu și Georgescu,

⁸ **Tecău, A.S.**, Constantin, C.P., Lixândroi, R.C., Chițu, I.B. and Brătucu, G. (2020) Impact of the COVID-19 Crisis on Heavy Work Investment in Romania, *Amfiteatru Economic*, 22 (Special Issue No. 14), pp. 1049-1067, DOI: 10.24818/EA/2020/S14/1049

2020). La sfârșitul lunii mai 2020, aproape 596.000 de angajați erau în șomaj tehnic iar 430.000 de persoane aveau contractele suspendate (Cornea, 2020). Totodată, trebuie remarcat faptul că presiunea socială s-a accentuat și prin pierderea locurilor de muncă de către românii care lucrau peste hotare și s-au întors acasă (Crețan și Duncan, 2020).

Plecând de la aspectele nominalizate, considerăm că paradigma investiției masive în muncă poate să fie semnificativ afectată de contextul pandemic întrucât în perioade de criză pot apărea comportamente modificate ale angajatorilor și angajaților. Astfel, scopul principal al cercetării îl reprezintă studierea impactului crizei COVID-19 asupra investiției masive în muncă în România. Obiectivele cercetării au fost următoarele: identificarea impactului COVID-19 asupra timpului de muncă (O1); analiza influenței COVID-19 asupra efortului investit în muncă (O2); măsurarea influenței COVID-19 asupra atitudinilor față de performanța personală în muncă (O3); identificarea factorilor care influențează atitudinile față de performanța personală în muncă (O4). În legătură cu aceste obiective, ipotezele referitoare la rezultatele cercetării sunt: COVID-19 a condus la scăderea timpului de lucru (H1); COVID-19 a condus la reducerea investiției în muncă (H2); COVID-19 a avut un impact negativ asupra atitudinilor cu privire la performanța personală în muncă (H3); atitudinea față de performanța personală în muncă este influențată de investiția masivă în muncă (H4). Rezultatele cercetării relevă impactul negativ al COVID-19 asupra celor două componente ale investiției masive în muncă (timp și efort). Pe baza datelor obținute, suplimentar a fost creată o aplicație de analiză multidimensională online, folosind tehnologia OLAP, care permite utilizarea în propriile analize și de alți cercetători din mediul academic.

▪ *Sumar al literaturii științifice*

Investiția masivă în muncă (Heavy Work Investment) este un concept tratat din perspectiva a două componente, timpul și efortul investit în muncă și se datorează atât unor predictorii situaționali (de exemplu, nevoile financiare sau cerințele locului de muncă), cât și unor predictorii dispoziționali (de exemplu, dependența de muncă și angajamentul în muncă) (Snir și Harpaz, 2012). Cercetătorii consideră dependența de muncă (workaholism-ul) o componentă a investiției masive în muncă, în sensul că orice "workaholic" investește mult în muncă, dar nu oricine investește mult în muncă este dependent de muncă (workaholic) (Snir și Harpaz, 2012). Un alt tip de investiție masivă în muncă este angajamentul în muncă, privit ca partea pozitivă a investiției masive în muncă (Clark, Michel și Stevens, 2015; Schaufeli și alții, 2002; Harpaz și Snir, 2015). În opinia lui Snir și Harpaz (2012) investiția masivă în muncă poate fi privită ca intermediar între predictorii acestuia (dependența de muncă, angajamentul în muncă, nevoile financiare etc.) și rezultatele obținute (satisfacția profesională, sănătatea, relația de familie, epuizarea etc.). Cele două tipuri de investiție masivă în muncă (dependența de muncă și

angajamentul în muncă) au rezultate diferite în opinia specialiștilor, dependența de muncă este legată de scăderea satisfacției vieții, iar angajamentul în muncă de creșterea satisfacției vieții și a performanței de la locul de muncă (Shimazu și alții, 2015; Converso și alții, 2019). Fiecare dintre cele două componente are un model de motivație unic, precum și rezultate unice ale muncii asupra satisfacției și performanței la locul de muncă și a veniturilor (van Beek și alții, 2013). Dependența de muncă (partea negativă a investiției masive în muncă) presupune o obsesie spre a munci din greu și are două componente: munca excesivă și munca compulsivă (Schaufeli, Shimazu și Taris, 2009; Harpaz și Snir, 2015) și presupune un climat de lucru excesiv (Schaufeli, 2016). Dependența de muncă are o natură complexă, este legată de trăsăturile de personalitate, dar nu este corelată cu alte variabile dispoziționale (conștiinciozitate, stimă de sine etc.) sau demografice (gen, statut familial etc.) (Clark și alții, 2016.) Angajamentul în muncă (partea pozitivă a investiției masive în muncă) este definit ca o stare psihologică pozitivă, plină de satisfacție, caracterizată prin dedicare, devotament și energie fizică și intelectuală (Schaufeli și alții, 2002; Harpaz și Snir, 2015) și este legată de un climat sănătos de prosperitate pentru angajați (Schaufeli, 2016).

Comportamentul angajaților care investesc masiv în muncă poate fi explicat și prin echilibrul dinamic dintre componenta cognitivă și componenta emoțională a acestora, componente care iau naștere prin procesarea a trei tipuri de cunoștințe fundamentale, respectiv cunoștințe raționale, emoționale și spirituale. Înțelegerea modului în care se realizează acest echilibru de către manageri poate conduce la decizii mai bune în motivarea angajaților (Bratianu și Bejinaru, 2019).

Cele două componente ale investiției masive în muncă au și trăsături comune, iar cercetările viitoare trebuie să stabilească mai exact diferențele și asemănările dintre ele (Di Stefano și Gaudiino, 2019). Ele diferă în funcție de cultură, caracteristici sociale și economice (Hu și alții, 2014). Cu privire la timpul investit în muncă, se consideră că cei care depășesc 50 ore/ săptămână sunt dependenți de muncă iar timpul investit în muncă a crescut în cazul celor care au avansat în carieră sau au primit o mai mare autonomie în muncă (Snir, 2018).

Chiar dacă în literatura de specialitate există studii cu privire la predictorii care stau la baza celor două tipuri de investiție masivă în muncă specialiștii consideră că ele nu au fost suficient studiate (van Beek și alții, 2012). Un predictor al investiției masive în muncă studiat în literatură îl reprezintă pasiunea pentru muncă, rezultatele cercetărilor scot în evidență atât consecințe pozitive ale acesteia - satisfacție profesională, scăderea depresiei, creșterea productivității muncii - cât și consecințe negative (depresie, scăderea productivității) (Houfort și alții, 2014; Birkeland și Buch, 2015; Houfort și alții, 2018). Consecințele negative ale dependenței de muncă au fost studiate în relație cu bunăstarea individuală și viața de familie

(Shimazu, Kubota și Bakker, 2015). Oamenii care investesc masiv în muncă deoarece sunt nevoiți de situație, obțin rezultate slabe atât la nivel personal (stres, probleme în familie, probleme de sănătate etc.) cât și profesional, iar cei care investesc masiv în muncă datorită factorilor dispoziționali obțin rezultate bune (Harpaz și Snir, 2016). Pentru a înțelege consecințele investiției masive în muncă și ale dependenței de muncă trebuie studiate și trăsăturile individuale (personalitatea) și predispozițiile indivizilor, precum și factorii situaționali (Aziz și Burke, 2015). Un climat de lucru bazat pe muncă în exces va conduce la dependența de muncă mai ales pentru aceia care au drept caracteristici de personalitate motivația, perfecționismul, conștiinciozitatea și eficiența (Mazzetti, Schaufeli și Guglielmi, 2014). Perfecționismul este o trăsătură de personalitate care conduce deseori la dependența de muncă și la epuizare fizică și emoțională (Taris, Beek și Schaufeli, 2010; Stoeber și Damian, 2016).

Investiția masivă în muncă este legată de relațiile dintre mediul de lucru și viața personală a angajaților, astfel, trebuie identificate mecanismele prin care mediul de muncă influențează viața personală a angajaților (Babic și alții, 2019). În vederea obținerii unui raport echilibrat între muncă și viață trebuie luate în considerare o serie de aspecte legate de locul și timpul de muncă, condițiile de muncă dar și ritmul în care se muncește dat fiind faptul că, în ultimul timp, există o tot mai mare flexibilitate a muncii (Fein, Skinner și Machin, 2017). S-a ajuns la concluzia că pentru angajații temporari asocierea dintre motivațiile intrinseci și extrinseci și investiția masivă în muncă este mai puternică decât pentru angajații permanenți (Tziner, Shkoler și Bat Zur, 2019). Rezultatele unui studiu realizat în România, în 2019, relevă faptul că cei care investesc masiv în muncă sunt persoane care pe măsură ce înaintează în vârstă doresc să promoveze în carieră, dar acest lucru nu este întotdeauna benefic pentru viața lor socială, sau relația cu familia și prietenii și le poate afecta capacitatea de adaptare în societate (Negrilă, 2019).

Având în vedere conceptul de investiție masivă în muncă au fost propuse modele care iau în considerare epuizarea, ca efect al acesteia (Tziner și alții, 2019; Rabenu și alții, 2019). S-a constatat că relația dintre investiția masivă în muncă și epuizare devine relevantă atunci când tipurile de investiție masivă în muncă (timp și efort) sunt diferențiate (Tziner și alții, 2019), iar angajamentul în muncă este în relație directă cu investiția masivă în muncă și în relație negativă cu epuizarea (Rabenu și alții, 2019). Epuizarea este legată de numărul de ore lucrate, mai ales când se depășesc 12 ore/zi (Rabenu și Aharoni-Goldenberg, 2017). Un alt rezultat al investiției masive în muncă studiat este „fericirea” sau bunăstarea subiectivă a indivizilor (Shamai, 2015; Caesens, Stinglhamber și Luypaert, 2014) fiind identificate 4 tipologii de lucrători, fiecare având caracteristici personale și legate de locul de muncă diferite: angajați „de la 9 la 5” sau relaxați, devotați muncii sau entuziaști, dependenți de muncă sau tensionați și epuizați (Salanova și alții,

2014). Totodată, a fost studiată relația dintre cele 2 componente ale investiției masive în muncă și viața de familie, angajamentul în muncă având consecințe pozitive asupra acesteia, în timp ce dependența de muncă conduce la conflicte în familie cu efecte negative asupra vieții de familie (Bakker și alții, 2014; Shimazu, Kubota și Bakker, 2015), drept urmare, este indicat ca angajatorii să facă distincție între cele două tipuri și să încerce să o încurajeze pe prima și să o prevină pe cea de a doua pentru a avea angajați productivi și mulțumiți și în viața personală (Hakanen și Peeters, 2015). Detașarea de muncă este privită ca o recuperare după solicitarea de la locul de muncă fiind influențată de caracteristicile personale ale angajaților și cele particulare ale locului de muncă și având influențe pozitive asupra performanțelor la locul de muncă (Wendsche și Lohmann-Haislah, 2017).

Cu privire la angajații români, un studiu realizat în 2019, care a utilizat o variantă românească a scalei DUWAS (Dutch Work Addiction Scale), a ajuns la concluzia că angajații din sectorul privat sunt mai predispuși să devină dependenți de muncă decât cei din sectorul public, la fel angajații cu venituri mici și cei cu familii disfuncționale (Butucescu și Uscătescu, 2019). În România, aproape 80% din populația angajată lucrează între 30 și 40 de ore/săptămână, cei care depășesc 40 ore/săptămână fiind în scădere, reprezentând 18,4% în 2018. Persoanele care depășesc 40 ore/săptămână sunt, în general, persoane cu nivel scăzut de educație (37% dintre acestea comparativ cu doar 7% din persoanele cu studii superioare) din mediul urban (INS, 2019).

▪ *Aspecte metodologice*

Cercetarea a fost realizată printr-o anchetă pe bază de sondaj. Colectarea datelor s-a desfășurat în perioada 20 mai - 20 iunie 2020, în timpul pandemiei de COVID-19, imediat după aplicarea primelor măsuri de relaxare (15 mai 2020), în condițiile în care subiecții de interviu aveau o experiență de cel puțin șase săptămâni de desfășurare a muncii în timpul crizei pandemice.

Eșantionul (al cărui volum este de 1.896 subiecți) a fost alcătuit din persoane care îndeplineau condițiile solicitate de cercetare, respectiv, în perioada debutului COVID-19 făceau parte din populația ocupată a României (salariați și non salariați, patroni, lucrători pe cont propriu etc.) și a fost constituit prin metoda ”bulgărelui de zăpadă”. Toți respondenții au consimțit anticipat să răspundă la întrebările din chestionar. Structura eșantionului este compusă din 52,6% femei și 47,4 % bărbați cu vârsta cuprinsă între 16 și 70 ani, 71,5 % fiind rezidenți în mediul urban, iar 28,5% în mediul rural. Datele au fost colectate prin intermediul unui chestionar online, ales ca principal instrument al cercetării datorită eficacității recunoscute pentru constituirea unei baze de date de mari dimensiuni care să permită testarea și validarea ipotezelor cercetării (Brance, 2018; Mihăilă și alții, 2018; Yeo, Carter și Chezulhaimee, 2018).

Chestionarul a fost transmis prin e-mail, WhatsApp, rețele sociale în condițiile în care, în prealabil, toți respondenții au fost contactați pentru a fi invitați să participe la cercetare. În funcție de aspectele urmărite, instrumentele de măsurare utilizate au inclus atât scale frecvent folosite de specialiști în cercetările din spectrul investițiilor masive în muncă, cât și instrumente de măsurare cu un caracter specific pentru care în literatura de specialitate nu au fost identificați itemi compatibili. Acestea au fost asociate cu itemi specifici realizați prin consultarea unor specialiști în domeniul resurselor umane și testați prin interviuri realizate cu potențiali subiecți ai cercetării, de mai multe ori, până la revizuirea și eliminarea tuturor elementelor problematice (Langerak, Hultink și Robben, 2004).

Pentru a concepe un tablou al investițiilor masive în muncă realizate de respondenți, au fost adresate întrebări menite să surprindă aspectele structurale ale muncii, precum orele de muncă pe zi (de la „sub 6 ore/zi, timp de 5 zile pe săptămână” la „peste 10 ore/zi, mai mult de 5 zile pe săptămână”) și în modul în care s-a modificat timpul de muncă în timpul pandemiei de COVID-19. Determinarea duratei și a modului de programare a orelor de muncă au fost considerate aspecte importante deoarece acestea se reflectă asupra calității vieții, fiecare persoană având o cantitate finită de timp care trebuie repartizată între activitățile de muncă, familiale sau sociale, iar cercetările evidențiază faptul că alocarea pentru muncă a orelor destinate în mod normal activităților sociale creează provocări evidente pentru angajații care sunt nevoiți să gestioneze mai multe angajamente (Fein, Skinner și Machin, 2017). De asemenea, pentru a surprinde modificările intervenite asupra modului în care populația ocupată se raportează la investițiile masive în muncă ca urmare a COVID-19, chestionarul a fost împărțit în două părți. În prima parte, respondenților le-au fost adresate o serie de întrebări referitoare la „timpul excesiv de lucru”, „volumul de muncă”, „angajamentul în muncă”, „dependența de muncă” și „performanța în muncă” înaintea debutului COVID-19 (T1), aceleași întrebări fiind aplicate cu referire la ce simțeau respondenții în perioada completării chestionarului, după minimum 6 săptămâni petrecute în timpul COVID-19 (T2). Schema generală a chestionarului este prezentată în Figura nr. 4.

Variabilele utilizate au fost măsurate folosind o serie de modele consacrate din care au fost selectați acei itemi care se pliază la cultura și specificul pieței forței de muncă din România. În etapa de testare a chestionarului, itemii scalelor au fost traduși în limba română și verificați de specialiști care nu erau implicați în cercetare. Totodată, spre deosebire de alte cercetări în domeniu (Schaufeli, Shimazu și Taris, 2009), în această cercetare timpul de muncă a fost măsurat prin raportare la numărul de ore de muncă pe zi, exprimare mai apropiată de cultura populației cercetate.

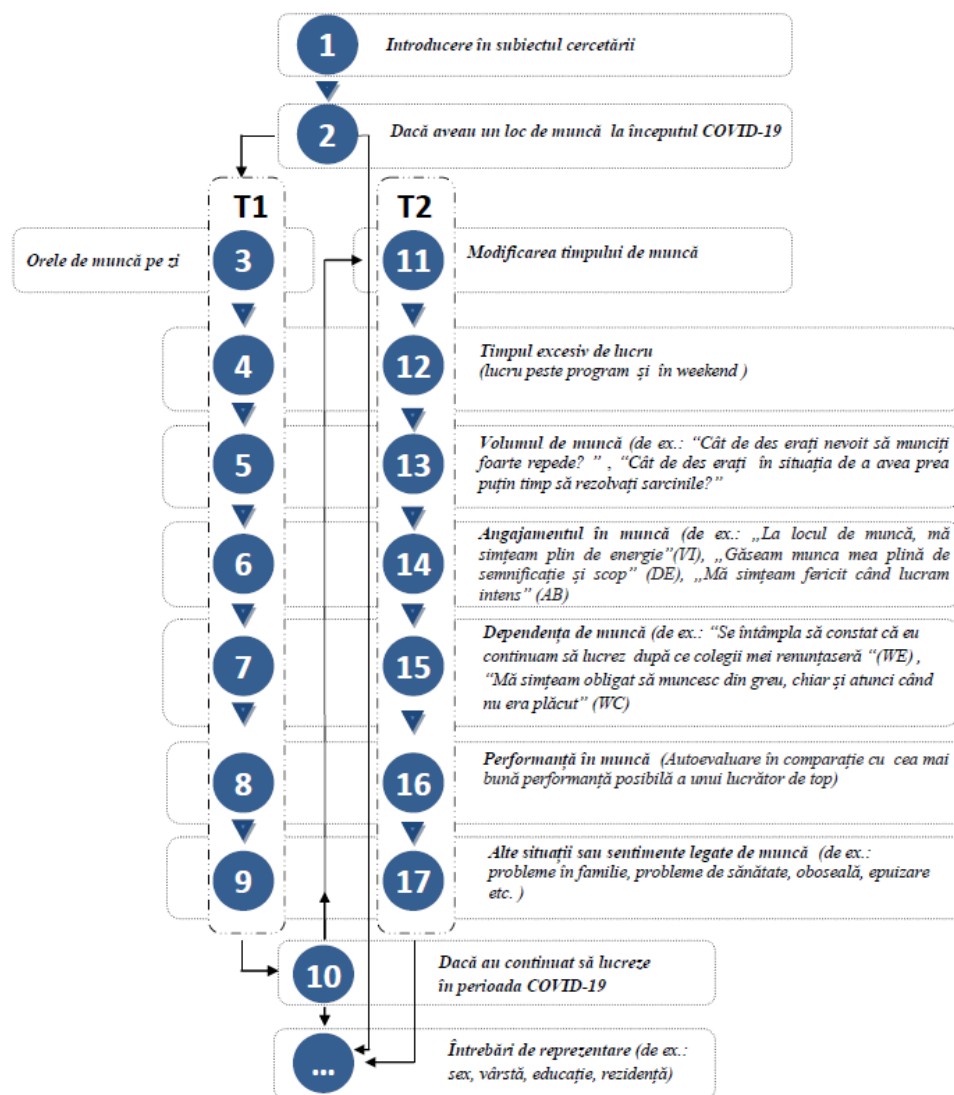


Figura 4. Schema generală a chestionarului

Timpul excesiv de lucru (suprasolicitarea) a fost măsurat prin două întrebări testate pe eșantioane din Olanda și Japonia (Schaufeli, Shimazu și Taris, 2009), după ce atât întrebările cât și scalele au fost adaptate pentru a răspunde necesităților studiului de față.

Volumul de muncă (cantitatea de muncă percepută, în ceea ce privește ritmul și volumul) a fost evaluat folosind trei întrebări măsurate cu scala Likert cu cinci trepte (1 - Mai rar de o dată pe lună sau niciodată, 5 - De mai multe ori pe zi din "Inventarul cantitativ al volumului de muncă (QWI)" (Spector și Jex, 1998).

Angajamentul în muncă a fost evaluat utilizând o formă scurtă a scalei de implicare - UWES (Schaufeli, Bakker și Salanova, 2006). Din cadrul acestei scale, validate în mai multe țări, fiind utilizați șase itemi.

Dependența de muncă a fost măsurată cu o formă simplificată a scalei olandeze de Workaholism (DUWAS) dezvoltată de Schaufeli. Scala este compusă din două subscale pentru

fiecare latură a dependenței de muncă: „muncind excesiv” și „muncind compulsiv”. În acest studiu au fost utilizate câte patru elemente pentru fiecare subscală, fiecare element fiind măsurat cu scala Likert în 5 trepte (1 - dezacord total, 5 - acord total) (Schaufeli, Shimazu și Taris, 2009).

Performanță în muncă a fost evaluată folosind un articol din chestionarul Organizației Mondiale a Sănătății privind performanța în muncă (HPQ) (Shimazu și Schaufeli, 2009). Respondenților li s-a solicitat să își evalueze pe o scală de la 0 la 10, unde 0 este cea mai slabă performanță în muncă pe care o poate avea cineva la locul de muncă și 10 este performanța unui lucrător de top, performanța generală de lucru în ultima lună dinaintea COVID-19 (T1) și performanța generală de lucru în ultima lună petrecută în timpul crizei (T2).

Datele obținute au fost prelucrate în SPSS (Statistical Package for Social Sciences), fiind generate următoarele rezultate: statistica descriptivă pentru variabilele analizate, testarea diferențelor dintre medii cu ajutorul testului t-Student pentru eșantioane perechi, precum și analiza dependențelor dintre variabile pe baza modelului regresiei multiple. Pentru scalele cu mai mulți itemi a fost testată consistența internă prin calcularea coeficientului Cronbach alpha.

Ulterior, datele au fost introduse într-o aplicație de analiză multidimensională a datelor creată pe baza tehnologiei OLAP, utilizând software-ul Tableau Public 2020.02, unde pot fi utilizate în propriile analize și de către alți cercetători. Procesarea analitică online (OLAP) este o tehnologie utilizată pentru a organiza baze de date de dimensiuni mari în vederea susținerii Business Intelligence. Bazele de date OLAP sunt împărțite în unul sau mai multe cuburi și fiecare cub este organizat și proiectat de un administrator pentru a se potrivi modului în care sunt regăsite și analizate datele, astfel încât să poată fi create și utilizate cu ușurință diferite rapoarte.

▪ **Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale**

În ceea ce privește obiectivul de identificare a influenței COVID-19 asupra timpului de muncă, rezultatele cercetării au indicat faptul că, înainte de pandemia de COVID-19, 42% dintre membrii eșantionului aveau un program standard de lucru de 8 ore/zi, 5 zile pe săptămână. Un program de lucru între 6 și 8 ore/zi a fost identificat la 35,5% dintre respondenți, în timp ce 12% lucrau sub 6 ore în medie pe zi. Doar 10,5% dintre membrii eșantionului lucrau mai mult de 8 ore pe zi, ceea ce semnifică o implicare destul de redusă a respondenților în muncă peste programul standard de lucru. Aceasta poate reprezenta un nivel redus al investiției masive în muncă, cel puțin din punct de vedere al timpului alocat muncii.

Având în vedere modificarea timpului dedicat muncii în timpul COVID-19, 57% dintre cei care au continuat să lucreze au afirmat că numărul orelor lucrate a rămas nemodificat, 16,8% au lucrat mai mult cu peste 2 ore/zi, în timp ce 26,1% au înregistrat o diminuare a timpului de lucru cu mai mult de 2 ore/zi. Este de remarcat faptul că 642 de respondenți (33,9%) dintre cei 1896 de membri ai eșantionului au menționat că nu și-au mai continuat activitatea în timpul

COVID-19. Prin urmare, se confirmă ipoteza H1, conform căreia pandemia de COVID-19 a avut un puternic impact negativ asupra timpului de lucru, deoarece la nivelul celor care și-au continuat activitatea, mai mult de un sfert au lucrat mai puțin comparativ cu perioada de dinaintea crizei, timpul de lucru fiind diminuat cu peste două ore pe zi. Totodată, peste o treime din persoanele intervievate și-a întrerupt activitatea după apariția crizei. Prin urmare, cel puțin temporar, aceste persoane nu au mai desfășurat activități lucrative, timpul dedicat muncii reducându-se substanțial față de perioada de dinaintea crizei.

Un alt obiectiv al cercetării a constat în identificarea impactului crizei declanșate de COVID-19 asupra investiției masive în muncă. Pentru fiecare dintre scalele utilizate în cadrul chestionarului au fost create variabile noi, obținute prin calcularea la nivelul fiecărui individ a scorului mediu pentru toți itemii scalei. Au rezultat următoarele variabile, care reprezintă componente ale investiției masive în muncă: „timpul excesiv de lucru” (Overwork), „volumul de muncă” (Workload), „angajamentul în muncă” (Work_eng) și „dependența de muncă” (Workaholism). În continuare, vor fi folosite abrevierile de mai sus ale variabilelor analizate.

În tabelul nr. 1 se poate observa că mediile obținute la nivelul eșantionului pentru cele 4 variabile independente sunt apropiate de nivelul neutru al scalei (3 puncte). Cea mai mare medie a fost obținută de variabila dependența de muncă, în timp ce munca în exces a obținut cea mai mică medie. În concluzie, s-a constatat o implicare destul de scăzută a membrilor eșantionului în realizarea unor investiții masive în muncă. Coeficienții de corelație Pearson indică o asocierie redusă între variabile. Este de remarcat corelația negativă între dependența de muncă și angajamentul în muncă, ceea ce confirmă rezultatele unor studii anterioare (Schaufeli, et al., 2002; Clark, Michel și Stevens, 2015; Harpaz și Snir, 2015). Coeficienții Alpha (prezenți pe diagonală), cu o singură excepție, au valori peste 0,8, ceea ce presupune niveluri de încredere ridicate pentru scalele utilizate. Pentru munca în exces, valoarea coeficientului este mai mică din cauza faptului că scala folosită are doar doi itemi.

Tabel nr. 1. Statistica descriptivă și corelația dintre variabile (n=1896)

Variabile	Media	Ab.Std	Overwork	Workload	Work_eng	Workaholism
Overwork	2,16	1,09	0,48			
Workload	2,63	1,05	0,35**	0,84		
Work_eng	3,07	1,01	0,24**	0,20**	0,92	
Workaholism	3,14	0,82	0,12**	0,12**	-0,30**	0,86

Notă: **Corelația este semnificativă la nivelul de semnificație de 0.01. Indicele Cronbach alpha pe diagonală

Pentru măsurarea influenței COVID-19 asupra investiției masive în muncă a fost testată diferența dintre mediile obținute pentru variabilele analizate având în vedere cele două momente

de timp: înaintea debutului COVID-19 (T1) și perioada crizei (T2). Testarea s-a făcut cu ajutorul testului t-Student pentru eșantioane perechi, fiind incluși în analiză doar respondenții care au continuat să lucreze și în timpul pandemiei (n=1254 persoane).

În tabelul nr. 2 sunt prezentate mediile variabilelor pentru cele două momente de timp analizate, precum și rezultatele testelor. Se poate constata că pentru toate cele patru variabile s-au înregistrat scăderi ale mediilor în timpul COVID-19, față de cele referitoare la activitatea dinaintea crizei. Cu excepția timpului excesiv de lucru (Overwork), toate celelalte diferențe sunt semnificative din punct de vedere statistic ($p < 0,01$). Aceste rezultate semnifică un impact negativ al COVID-19 asupra investiției masive în muncă, fiind confirmată cea de-a doua ipoteză a cercetării (H2), conform căreia pe timpul crizei a scăzut investiția în muncă. Analiza pentru fiecare item al scalelor analizate este prezentată în Anexa 2, de unde rezultă scăderi ale tuturor mediilor în T2 față de T1, cu excepția a doi itemi: „Îmi era greu să mă relaxez când nu munceam” ($p < 0,01$) și „Munca după orele de program”, dar respectiva diferență nu este semnificativă din punct de vedere statistic ($p > 0,05$).

Tabel nr. 2. Testul t-Student pentru diferențele dintre mediile variabilelor (T2 – T1)

Variabila	Media (Ab. Std.)		t	Sig.
	T1	T2		
Overwork	2,16 (1,09)	2,14 (1,05)	-0,78	0,44
Workload	2,63 (1,05)	2,53 (1,12)	-4,14	0,00
Work_eng	3,07 (1,01)	2,91 (1,01)	-7,35	0,00
Workaholism	3,14 (0,82)	3,09 (0,86)	-2,70	0,01

Atitudinea cu privire la performanța personală în muncă a fost evaluată cu ajutorul unei întrebări în care respondenții au fost rugați să se compare cu un lucrător de top. În acest sens, s-a utilizat o scală interval cu 10 niveluri (10 = performanța unui lucrător de top), membrii eșantionului fiind rugați să facă evaluarea atât înainte de criză (T1), cât și în timpul crizei (T2).

Media atitudinilor referitoare la performanța personală în muncă a fost de 7,80 puncte la momentul T1 și de 7,54 puncte la momentul T2. Și în acest caz, media înregistrată pentru situația din timpul crizei este mai mică față de perioada de dinaintea crizei, ceea ce confirmă impactul negativ al COVID-19 asupra atitudinii cu privire la performanța personală în muncă (H3). Diferența dintre medii este semnificativă din punct de vedere statistic pe baza rezultatelor testului t-Student ($t = 5,50$; $p < 0,01$).

Pentru atingerea celui de-al patrulea obiectiv referitor la identificarea factorilor care influențează atitudinile față de performanța personală în muncă (O4) a fost utilizat modelul regresiei liniare multiple. Variabila dependentă a fost „performanța în muncă” (Work_perf), iar

variabilele independente au fost principalele componente ale investiției masive în muncă analizate în cadrul acestei lucrări. Rezultatele obținute prin aplicarea modelului de regresie sunt prezentate în tabelul nr. 3. Variabilele independente explică un procent redus din variație, dar modelul este semnificativ din punct de vedere statistic ($F=28,66$, $Sig.=0,00$). Acest fapt poate fi explicabil în condițiile în care atitudinea față de performanța în muncă este influențată de foarte mulți factori, nu doar de cei considerați în analiză. Se observă că timpul excesiv de muncă (Overwork) și dependența de muncă (Workaholism) au un impact negativ asupra atitudinilor referitoare la performanța în muncă, în timp ce volumul de muncă (Workload) și angajamentul în muncă (Work_eng) au efecte pozitive asupra acestor atitudini. Totuși, efecte semnificative din punct de vedere statistic asupra variabilei dependente au doar munca în exces și angajamentul în muncă.

Tabel nr. 3. Rezultatele obținute prin modelul de regresie

Model	β	t	Sig	R ²
Constant	6,77	26,16	0,00	0,06
Overwork	-0,17	-3,80	0,00	
Workload	0,01	0,29	0,77	
Work_eng	0,44	9,28	0,00	
Workaholism	-0,06	-1,10	0,27	

Notă: β – coeficienții modelului (nestandardizați). Variabila dependentă: Work_perf

Având în vedere rezultatele obținute, cea de-a patra ipoteză a cercetării (H4), conform căreia atitudinea față de performanța personală în muncă este influențată de investiția masivă în muncă se confirmă doar parțial. Investiția masivă în muncă influențează atitudinile cu privire la performanța personală în muncă, în special prin două componente ale acesteia: angajamentul în muncă, care are un efect pozitiv asupra atitudinii privind performanța personală în muncă și munca în exces, care are un efect negativ. Prin urmare, performanța în muncă poate fi mai ridicată în cazul persoanelor care au un nivel înalt de angajament în muncă, acestea fiind dedicate muncii, pentru care depun energie și devotament. Astfel, ele obțin un nivel ridicat de satisfacție, care contribuie la creșterea performanței în muncă, în timp ce munca în exces conduce la o performanță mai scăzută. Rezultatele sunt în concordanță cu concluziile altor cercetări publicate în literatura de specialitate (Taris, Beek și Schaufeli, 2010, Harpaz și Snir, 2016; Stoeber și Damian, 2016, Tziner și alții, 2019; Rabenu și alții, 2019). Pe de altă parte, pentru volumul de muncă și dependența de muncă rezultatele cercetării nu indică o influență semnificativă din punct de vedere statistic asupra performanței în muncă. O astfel de situație poate fi generată de particularitățile comportamentale ale forței de muncă din România, unde procentul celor care lucrează peste 40 ore/săptămână este în scădere (INS, 2019). Totuși, pentru

explicarea atitudinilor privind performanța în muncă trebuie să fie luați în considerare mai mulți factori decât cei utilizați în modelul de mai sus.

▪ **Concluzii**

Informațiile obținute de autori în urma realizării cercetării confirmă rezultatele altor cercetări publicate în literatura de specialitate cu privire la corelația negativă între dependența de muncă și angajamentul în muncă și influența acestora asupra performanței la locul de muncă (Schaufeli și alții, 2002; Clark, Michel și Stevens, 2015; Harpaz și Snir, 2015; Shimazu și alții, 2015; Converso și alții, 2019). Ca răspuns la tema propusă de editori „*Investiția masivă în muncă: un fenomen bun sau rău?*” se poate constata că rezultatele cercetării au relevat faptul că investiția masivă în muncă poate fi un fenomen bun, atât pentru angajat, cât și pentru angajator cu condiția să fie direcționată către creșterea angajamentului în muncă și către utilizarea echilibrată a timpului de muncă, acestea conducând la sporirea performanței în muncă percepută de angajat. Satisfacția crescută cu privire la propria performanță în muncă poate conduce la creșterea efectivă a performanței în muncă cu efecte pozitive asupra angajatorului. Totuși, COVID-19 a avut un puternic impact negativ asupra timpului de muncă, chiar și la nivelul celor care și-au continuat activitatea, înregistrându-se o scădere a investiției în muncă.

Pornind de la rezultatele cercetării, principala propunere pentru mediul de afaceri o reprezintă stimularea corespunzătoare a angajaților pentru atingerea unui nivel superior al angajamentului în muncă. Aceasta poate fi realizată prin elaborarea unor programe de training pentru angajați, menite să contribuie la stimularea încrederii în organizație, precum și la generarea unui grad de satisfacție ridicat în rândul angajaților. Un astfel de climat poate conduce la un nivel înalt de angajament în muncă, atât pentru angajați, cât și pentru managerii firmei. De asemenea, o altă propunere se referă la adoptarea unor politici eficiente care vizează timpul de muncă, cu scopul diminuării timpului de muncă în exces, în condițiile în care acesta reduce performanța în muncă. Astfel de acțiuni devin foarte importante în contextul pandemic actual generat de COVID-19, în care există riscul creșterii semnificative a numărului de ore lucrate pe fondul lipsei de personal, restructurării activității firmelor, îndeplinirea sarcinilor în condiții noi, inclusiv prin telemuncă etc. Toate aceste politici pot contribui la dezvoltarea de cunoștințe în cadrul companiilor pe toate cele trei niveluri relevate în literatura de specialitate: rațional, emoțional și spiritual (Bratianu, 2019). Cunoștințele pot fi folosite pentru situații similare de criză posibil să apară în viitor, dar și pentru activitatea curentă a companiilor. Din punct de vedere al mediului academic, se recomandă utilizarea datelor cu ajutorul dashboard-ului online propus în vederea realizării unor noi analize de către cercetătorii interesați. Rezultatele analizelor pot contribui la dezvoltarea nivelului cunoașterii în domeniul investiției masive în muncă, dar și la surprinderea modificărilor comportamentale în situații de criză.

Cercetarea are ca principală limită modalitatea de selecție a eșantionului, care nu este realizată printr-o metodă aleatoare, ceea ce poate determina o reprezentativitate redusă pentru populația cercetată. Cu toate acestea, autorii consideră că numărul mare al respondenților și structura echilibrată pe gen și grupa de vârstă diminuează inconveniente semnalate. O altă limită are în vedere faptul că cea de-a patra ipoteză a cercetării (H4) se confirmă doar parțial. Investiția masivă în muncă influențează atitudinile cu privire la performanța personală în muncă, în special prin două componente ale acesteia: angajamentul în muncă, care are un efect pozitiv asupra atitudinii privind performanța personală în muncă și munca în exces, care are un efect negativ. Totuși, pentru explicarea acestor atitudini trebuie să fie considerați mai mulți factori.

Cercetările viitoare ar trebui să vizeze o mai puternică aprofundare a comportamentelor populației active cu privire la investiția masivă în muncă (de exemplu: telemunca, productivitatea în regim de telemuncă în anumite sectoare) inclusiv prin utilizarea unor metode calitative, care să surprindă alte motive care au determinat scăderea acesteia. De asemenea, autorii își propun să determine modul în care, în perioada COVID-19, s-au poziționat sentimentele legate de locul de muncă în comparație cu cele legate de alte aspecte importante care influențează calitatea vieții.

Direcția 3. Sustenabilitatea socială în turism. Cercetări de marketing asupra aspectelor ce favorizează accesul la servicii turistice

Pornind de la cele relatate de literatura de specialitate și vizând noutăți și aspecte mai puțin abordate de alți cercetători studiile realizate în această direcție au vizat: ● Integrarea familiilor cu copii cu dizabilități în destinațiile turistice, cercetare calitativă realizată cu scopul de a identifica câteva modalități de eliminare sau reducere a barierelor fizice și de atitudine, pentru o mai bună integrare a persoanelor cu dizabilități în locurile de destinație; ● Modul în care partajarea turismului poate contribui la dezvoltarea urbană durabilă, cercetare calitativă în rândul stakeholderilor din turismul colaborativ; ● Problema securității localnicilor și vizitatorilor, abordată printr-o varietate de metode de cercetare calitative și cantitative; ● Problema sustenabilității sociale din perspectiva accesului la instrumente moderne, sigure și accesibile pentru obținerea de informații din turism și al realizării rezervărilor prin intermediul platformelor web, realizându-se în acest sens o cercetare cantitativă realizată în rândul utilizatorilor de internet; ● Evidențierea ipostazelor și comportamentelor "actorilor" implicați în lanțul eco-valorii din domeniul turistic prin prisma conceptelor de permacultură, slow tourism și downshifting, prin intermediul unei cercetări de tip calitativ.

3.1. Sustenabilitatea socială oglindită prin modul în care familiile cu copii cu dizabilități sunt integrate în destinațiile turistice ⁹

Sustenabilitatea socială poate fi reflectată și de modul în care persoanelor cu dizabilități li se oferă șansa de a duce o viață cât mai apropiată de cea tipică. Eliminarea unor bariere fizice și de atitudine pot contribui la consolidarea sustenabilității sociale (UNWTO, 2016), turismul contribuind astfel la realizarea obiectivelor ONU pentru dezvoltarea durabilă. Persoanele cu dizabilități reprezintă 15% din populația lumii (WHO, 2018), iar din acestea cel puțin 10% sunt copii și 80% care locuiesc în țările în curs de dezvoltare (Global Partnership for Education, 2018).

Activitățile turistice le pot aduce acestor persoane o serie de avantaje precum îmbunătățirea dezvoltării personale, creșterea incluziunii sociale și creșterea calității vieții (Kastenholz, Eusébio și Figueiredo, 2015; Lehto și alții, 2018; Sedgley și alții, 2017; Bergier, Bergier și Kubinska, 2010; Pagan, 2019). Pentru copiii cu dizabilități și familiile lor participarea la activitățile turistice reprezintă o provocare într-un mediu conceput pentru persoanele fără dizabilități (Lehto, 2018; Yau, McKercher și Packer, 2004; Mactavish și alții, 2007).

Integrarea persoanelor cu dizabilități în activitățile turistice a devenit un subiect din ce în ce mai atractiv și pentru mediul academic (Tchetchik, Eichhorn și Biran, 2018; Scheyvens și Biddulph, 2018), dar legătura dintre turismul responsabil și procesul de integrare a persoanelor cu dizabilități în destinațiile turistice reprezintă încă o provocare, deoarece este un subiect care a fost rareori abordat.

▪ *Sumar al literaturii științifice*

Având în vedere scopul comun al stakeholderilor (care cuprind și turiștii) în dezvoltarea durabilă a destinațiilor turistice crearea unei strategii în acest sens trebuie luată în considerare la nivelul acestor destinații turistice (Shams, 2018; Byrd, 2007; WTO, 2005; Michopoulou și alții, 2015; Alegre și Berbegal-Mirabent, 2016; Loi și Kong, 2017). O astfel de strategie ar putea implica accesibilitatea persoanelor cu dizabilități, în măsura în care accesibilitatea ar putea deveni un avantaj competitiv în dezvoltarea durabilă a operatorilor din turism, dar și o provocare pentru acestea (Sarmiento, Brás și De Oliveira, 2016; Pagán, 2015). Avantajul competitiv poate apărea din înțelegerea nevoilor acestor oameni, creșterea responsabilității sociale și punerea în practică a unui management inovator (Zenko și Sardi, 2014). O familie cu un copil cu handicap are un comportament diferit în vacanțe (Mactavish și alții, 2007) iar multe destinații turistice sunt

⁹ Tecău A. S., Brătucu G., Tescașiu B., Chițu I. B., Constantin C. P., Foris D. (2019) Responsible Tourism—Integrating Families with Disabled Children in Tourist Destinations, *Sustainability*, 11(16), pp. 4420-4438, ISSN 2071-1050, WOS:000484472500164, DOI:10.3390/su11164420

indisponibile atât fizic cât și din punctul de vedere al mentalității angajaților pentru aceste familii (Nyman, Westin și Carson, 2018; Kong și Loi, 2017), iar eliminarea acestor bariere fizice și atitudinale reprezintă o provocare (Pagán, 2015).

Eichhorn și Buhalis (2011) au identificat trei tipuri de bariere în turism pentru persoanele cu dizabilități, bariere fizice, bariere de atitudine și lipsa de informații. În ceea ce privește barierele fizice se au în vedere accesibilitatea în camere, în zonele publice, în spațiile de agrement, în baie, în restaurante și baruri (Tutuncu, 2017; Lyu, 2017; Poria, Reichel și Brandt, 2011). Transportul reprezintă, de asemenea, o componentă importantă a experienței turistice și diferitele categorii de părți interesate - autorități locale, operatorii privați - trebuie să asigure condiții corespunzătoare pentru deplasarea persoanelor cu dizabilități (Ferrari și alții, 2014; Risser și alții, 2015; Zajac, 2016; Karacaoglu, Yolal și Gursoy, 2015; Park și Chowdhury, 2018; Darcy, 2016; Wang și Cole, 2016). Chiar dacă se remarcă unele progrese, nevoile persoanele cu dizabilități sunt încă insuficient înțelese; companiile de transport ar trebui să fie mai creative pentru a facilita accesul persoanelor cu dizabilități dar și pentru a reduce costul transportului pentru ei (Cole și alții, 2016).

Experiența turistică include și componente legate de interacțiunea cu personalul și alți vizitatori iar atitudinea acestora ar putea transforma experiența într-una neplăcută (Poria, Reichel și Brandt, 2009; Kim, Stonesifer și Han, 2012; Bizjak, Knežević și Cvetrežnik, 2011). Studiile arată că gradul de acceptare a acestor persoane de către ceilalți turiști este încă scăzut (Tchetchik, Eichhorn și Biran, 2018).

Un aspect important care a rezultat din studii diferite este lipsa comunicării de marketing, unitățile din turism prezentând deficiențe grave în comunicarea cu persoanele cu dizabilități; (Cloquet și alții, 2018; Rumetshofer și Wöß, 2004). În comunicarea cu persoanele cu dizabilități, informația nu este doar o componentă a comunicării de marketing, este, de asemenea, un „emițător de experiențe” (Vila, González și Darcy, 2018). Noile tehnologii de comunicare permit să extindă accesul persoanelor cu dizabilități la educație, comerț, ocuparea forței de muncă și divertisment (Foley și Ferri, 2012) și să le faciliteze o integrare socială mai ușoară (Gea și alții, 2016). Realitatea virtuală îi poate ajuta, de exemplu, să experimenteze un nou mediu digital ajutându-i în luarea deciziilor de cumpărare (Coxon, Kelly și Page, 2016; Nayyar, 2018; Barnes, 2016; Standen și Brown, 2005; Parsons și Cobb, 2011; Lorenzo și alții, 2016; Didehbani și alții, 2016; Tussyadiah și alții, 2018; Gibson și O’Rawe, 2018; Tussyadiah, Wang și Jia, 2017). Utilizarea realității virtuale în turism este încă insuficient studiată dar specialiștii îi recunosc importanța în furnizarea unei experiențe legate de o destinație turistică (Bogicevic și alții, 2019; Han și Dieck, 2019). Persoanele cu dizabilități, reprezintă, de asemenea, un segment atractiv pentru noi tipuri de turism ca turismul colaborativ (Olya și alții, 2018).

▪ *Aspecte metodologice*

În contextul prezentat anterior, scopul cercetării a fost identificarea barierelor cu care se confruntă familiile cu copii cu dizabilități în experiențele lor turistice și posibilitățile de diminuare a acestor bariere. Principalele întrebări de cercetare au fost concepute de autori pentru a atinge principalele obiective ale studiului, după cum urmează: (Q1) Care sunt principalele bariere cu care se confruntă familiile cu copii cu dizabilități în relația lor cu alte părți interesate din turism? (Q2) În ce mod ar putea fi îmbunătățit gradul de acceptare / integrare a acestor oameni în societate și, de asemenea, în comunitățile turistice? (Q3) Care sunt beneficiile percepute ale utilizării VR pentru a ajuta familiile cu copii cu dizabilități să evite barierele fizice în activitățile turistice?

Având în vedere și literatura de specialitate, obiectivele cercetării au fost stabilite, după cum urmează: (1) Evaluarea barierelor de atitudine cu care se confruntă familiile copiilor cu dizabilități în raport cu alți actori din turism (turiști, angajați ai unor companii de transport, angajați ai unităților turistice, autorități publice) în timpul călătoriilor pe care le-au efectuat ca turiști; (2) Identificarea principalelor bariere fizice care îngreunează participarea persoanelor cu dizabilități la activitățile turiștilor; (3) Identificarea unor idei cu privire la posibilitățile de diminuare a barierelor de atitudine pentru familiile cu copii cu dizabilități; (4) Găsirea oportunităților de utilizare a VR pentru a ajuta familiile cu copii cu dizabilități să identifice și să evite barierele fizice în activitățile turistice. Pentru a atinge obiectivele cercetării, au fost efectuate cercetări de marketing calitative bazate pe metoda focus grupului. Având în vedere faptul că aceasta este o temă delicată, autorii au apreciat că cercetarea calitativă aduce avantaje în atingerea obiectivelor stabilite (Malhotra, 2004) și, de asemenea, pentru că temele sunt noi pentru România - o țară în care concentrarea asupra nevoilor persoanelor cu dizabilități a devenit importantă doar în ultimii ani. Cercetarea a urmărit să identifice opiniile familiilor cu copii cu dizabilități și opiniile specialiștilor implicați în educația lor cu privire la facilitățile existente, nivelul de pregătire, comportamentul uman și atitudinile morale ale părților interesate implicate în procesul de furnizare a serviciilor de turism. Datele au fost colectate din februarie până în martie 2019 de la un eșantion de 32 de persoane din Transilvania, una dintre cele mai importante regiuni ale României. Selecția participanților s-a bazat pe lista oficială a școlilor din Transilvania specializate în educația copiilor cu dizabilități și a școlilor obișnuite în care acești copii studiază. Au fost selectate trei școli, iar managerii lor au fost contactați pentru a propune care specialiști ar trebui să participe la interviurile de grup. Acești specialiști au fost rugați să selecteze părinții care ar trebui să participe la cercetare (Fern, 2001). În acest fel s-au format patru grupuri relativ omogene cu 8 participanți pe grup (Guest și alții, 2017).

Două dintre aceste interviuri au fost realizate cu profesioniști care lucrează cu copii cu dizabilități în instituții de învățământ sau ca psiholog itinerant (care asistă copiii cu nevoi speciale de educație incluse în învățarea în masă cu copii tipici din diferite școli din regiunea Transilvaniei). Celelalte două grupuri au fost conduse cu părinți/ tutori de persoane cu dizabilități - numiți în continuare „părinți”.

În cadrul celor două categorii de grup, cercetătorii au încercat să asigure implicarea unor specialiști cu mari realizări profesionale și, de asemenea, părinți ai unor copii cu dizabilități diferite. Cercetătorii au urmărit să asigure eterogenitatea în interiorul celor două tipuri de grupuri, astfel încât grupurile au fost formate din cât mai multe tipuri de specialiști și părinți.

Pentru grupurile de specialiști, selecția s-a bazat pe următoarele criterii: specializare (pentru a asigura reprezentativitatea tuturor serviciilor educaționale specifice din România - fizioterapie, logopedie, psihodiagnostic, consiliere și terapie specifică, psihopedagogie specială, asistență socială), și experiență (pentru a selecta acei specialiști cu multă experiență în lucrul cu copii cu dizabilități).

Pentru grupurile de părinți, criteriile de selecție au fost: tipul deficienței copilului (deficiență mică, medie și ridicată), deficiențe fizice (tetrapareză spastică), deficiențe asociate (ASD - tulburare a spectrului autist, sindrom Down, tulburare hiperkinetică); vârsta copilului (de la 6 la 18 ani); tipul de școală pe care îl urmează copilul (unități de educație specifice pentru deficiențe grave, grave și asociate și școli obișnuite în care copiilor cu nevoi educaționale speciale li se permite să studieze pe un plan personalizat) .

Cele patru interviuri au fost realizate de un moderator calificat (autorul prezentei teze), folosind două ghiduri de interviu concepute pentru a asigura realizarea obiectivelor, cu elemente comune și aspecte specifice pentru fiecare categorie de participanți.

La efectuarea cercetării, s-au respectat liniile directoare etice. Participanților li s-au oferit informații despre contextul și scopul studiului. Participanții au fost informați că participarea lor este voluntară, că au libertatea de a-și retrage consimțământul în orice moment (Liamputtong, 2011). De asemenea, au oferite detalii despre modul în care pot afla despre rezultatele studiului. În timpul discuțiilor, participanții au avut ocazia să se exprime liber, să-și dezvăluie ideile și convingerile, fără niciun element de restricții privind interferența în conversație, dar numai după ce vorbitorul anterior și-a terminat expunerea. Participanții au fost încurajați să-și exprime propriul punct de vedere, așa cum au simțit, chiar dacă opiniile lor erau diferite de opiniile altora, având în vedere faptul că obiectivul cercetării nu era să se obțină un consens, ci dimpotrivă, să se afle exact care sunt opiniile fiecărui participant despre subiect; a fost considerat interesant să aflăm când cineva are o părere similară sau în dezacord cu ceilalți. Acest lucru a fost încurajat

prin asigurarea tuturor participanților că nu există restricții și prin specificarea clară a faptului că toate răspunsurile sunt la fel de valoroase în scopul cercetării.

Discuțiile au început prin furnizarea de informații despre necesitatea înregistrării audio și video și prin obținerea consimțământului lor de a utiliza informațiile obținute numai în scopuri de cercetare, fără nicio asociere cu numele lor. De asemenea, au fost informați cu privire la măsura în care confidențialitatea poate fi asigurată. După discuția introductivă, au fost furnizate câteva informații despre scopurile cercetării, urmate de solicitarea unei scurte prezentări a participanților. Pe lângă aceste informații, specialiștii au fost rugați să ofere un scurt argument al deciziei lor de a lucra cu acești copii cu nevoi speciale, iar părinților/ tutorilor li s-a cerut să ofere câteva informații despre statutul lor de angajare.

Primul obiectiv al acestei cercetări a constat în identificarea barierelor de atitudine cu care se confruntă familiile cu copii cu dizabilități în relația lor cu alte părți interesate din turism. În acest sens, s-a dorit identificarea opiniilor respondenților cu privire la modul în care comunitatea percepe persoanele cu dizabilități și familiile cu copii cu dizabilități ca turiști. S-a plecat de la presupunerea că o astfel de barieră implică modul în care turiștii cu nevoi speciale și familiile lor sunt percepuți de alți cetățeni, autorități publice, angajați din sistemul de transport urban, angajați din turism etc.

În primul ghid de interviu - ghidul specialiștilor - întrebarea „Considerați că elevii cu care lucrați au probleme de incluziune socială (percepție inadecvată) în spațiile publice atunci când călătoresc?” a fost introdusă pentru a afla modul în care acești copii au acces la incluziunea socială. De asemenea, li s-a cerut să identifice unele situații în care copiii cu dizabilități/ familiile lor, ca turiști, au avut parte de unele „tratamente inadecvate” și să încerce să explice cauzele acestor situații pentru a identifica modul în care specialiștii cred că sunt tratați copiii cu dizabilități.

În cazul părinților, cercetătorii au considerat că problema este delicată, așa că acest obiectiv a fost atins prin introducerea în ghidul interviului a unei cereri de a descrie în general experiențele pe care le-au avut atunci când au călătorit -atât pozitive cât și negative- constrângerile, limitările și problemele cu care s-au confruntat. Prin utilizarea acestei tehnici, cercetătorii au intenționat să determine măsura în care părinții, din proprie inițiativă, vorbesc despre probleme legate de incluziunea socială a copiilor lor atunci când sunt turiști. În același timp, părinților li s-a cerut să precizeze dacă se simt îngrijorați de siguranța lor sau siguranța copiilor lor și să descrie acele situații.

Utilizând tehnici specifice în cele două tipuri de ghiduri de interviu, cercetătorii au încercat, de asemenea, să identifice gradul de conștientizare a părților interesate (turiști, angajați

din sistemul de transport public, manageri și angajați din hoteluri, autorități publice) cu privire la nevoile specifice ale persoanelor cu dizabilități.

Pentru a identifica barierele/obstacolele fizice cu care se confruntă copiii cu dizabilități atunci când călătoresc, în ghidul de interviu pentru specialiști a fost introdusă întrebarea „În opinia dumneavoastră, care sunt principalele probleme cu care se confruntă familiile cu copii cu dizabilități atunci când călătoresc într-un domeniu turistic?”. Într-o secțiune suplimentară a ghidului de interviu, specialiștii au fost rugați să descrie propriile experiențe de călătorie cu copii cu dizabilități ca organizatori de excursii pentru acești copii.

În ambele tipuri de ghiduri de interviu, cercetătorii au fost interesați să găsească informații despre aceste bariere, așa că au introdus următoarele întrebări: „Ați fost vreodată beneficiari ai unor condiții speciale de acces la instituții, obiective turistice, unități de cazare, mijloace de transport?”, „Care sunt problemele pe care le informați înainte de a călători?”, „Care sunt măsurile de securitate pe care le luați în considerare atunci când planificați o călătorie?”, „Ce măsuri de siguranță luați în considerare pentru a vă asigura că copilul dumneavoastră se simte bine?”, „Cum aflați despre condițiile de accesibilitate pentru diferite obiective turistice?”.

Cercetarea s-a axat, de asemenea, pe identificarea unor posibilități pentru îmbunătățirea gradului de acceptare/ integrare în comunități/ grupuri turistice. Pentru a identifica modalități de a evita barierele existente, care nu permit persoanelor cu dizabilități să călătorească în condiții optime și sigure, au fost adresate următoarele întrebări ambelor categorii (specialiștilor și părinților): „În ce moduri considerați că oamenii, în special turiștii, ar trebui să fie informați despre nevoile speciale pe care le au unii copii? ”, „Ce ar trebui să știe oamenii pentru a-i ajuta să accepte acești copii?”. Mai mult, respondenții au fost rugați să adreseze un mesaj familiilor care nu se confruntă cu aceste tipuri de probleme pentru a vedea în ce măsură apreciază că este necesară o campanie de informare și conștientizare; către cine consideră că ar trebui să fie direcționat mesajul și care ar fi mijlocul media cel mai potrivit pentru transmiterea mesajului.

De asemenea, prin aplicarea tehnicii jocului de rol, experții au fost rugați să-și imagineze că sunt în poziția de a îmbunătăți calitatea vieții pentru copiii cu nevoi speciale și familiile lor, astfel încât să se simtă încurajați să practice mai multe activități turistice, cercetătorii au încercat să obțină câteva propuneri cu privire la deciziile și măsurile care ar trebui luate pentru a identifica părțile interesate din turism care ar trebui să fie implicate în acest pas.

La sfârșitul discuțiilor, conceptul de realitate virtuală (VR) a fost explicat participanților și aceștia au avut posibilitatea de a testa acest tip de tehnologie, de a avea o imagine clară despre potențialul său de a fi folosit de persoanele cu dizabilități în turism. Pentru a evidenția atitudinile subiecților cu privire la impactul pe care VR îl poate avea în îmbunătățirea activității turistice pentru persoanele cu dizabilități, specialiștii au fost rugați să răspundă la următoarele întrebări:

„S-ar putea folosi VR pentru a simula diverse contexte sociale, astfel încât copiii să învețe să se adapteze sau să imite comportamentul celorlalți copii, pentru ca diferențele să nu fie atât de evidente?” „Considerați că VR ar putea ajuta părinții în planificarea călătoriei lor?”.

În interviurile cu părinții, acestora li s-a cerut să răspundă în ce măsură consideră că VR ar putea ajuta copiii să se adapteze la situații noi și să înțeleagă mai bine ce se va întâmpla (de exemplu, ei pot vedea unde sunt, ce se așteaptă să facă etc.).

Cele patru interviuri au fost înregistrate audio, transcrise și analizate folosind analiza de conținut (Stewart și Shamdasani, 2014). Etapele acestei analize au inclus: familiarizarea, identificarea unui cadru tematic, indexare, cartografiere, interpretare. Familiarizarea cu datele a fost realizată prin ascultarea înregistrărilor, citirea transcrierilor în întregime de mai multe ori și citirea notelor observaționale luate în timpul interviului sau imediat după interviu (Rabiee, 2004). Pentru clarificarea unor răspunsuri contradictorii, unii dintre specialiști au fost contactați ulterior pentru a oferi detalii suplimentare. Abordarea analizei datelor a fost inductivă („analiză convențională”). Analiza conținutului a fost efectuată în mai multe etape (Nili, Tate și Johnstone, 2017). Informațiile redundante sau informațiile care nu erau pertinente pentru obiectivele și întrebările cercetării au fost eliminate. Următoarea etapă a fost revizuirea datelor brute pentru a obține un sentiment al întregului și a identifica conținutul. În această etapă au fost identificate subiectele primare și secundare. De exemplu, din tema barierei fizice, a fost trasată o temă secundară, referitoare la barierele fizice din transportul public, deoarece participanții au acordat o mare atenție acestei probleme. Apoi, datele au fost împărțite în categorii și subcategorii, conținutul a fost codificat și descris într-un mod concis, dar semnificativ. Fiecare temă a fost analizată în profunzime, au fost identificate principalele subteme și s-au atribuit citate semnificative fiecărei subteme. Pentru a crește rigurozitatea și pentru a depăși analiza comunicării verbale a participanților la focus grup, a fost efectuată o analiză micro-interlocutor (Onwuegbuzie și alții, 2009), inclusiv a comportamentului non-verbal (Knoesen și alții, 2017). Pentru a determina modul în care participanții folosesc diferite cuvinte și expresii pentru a explica experiențele, evenimentele etc. a fost utilizată analiza discursului (Knoesen și alții, 2017). Au fost integrate rezultatele obținute prin etapele anterioare pentru fiecare zonă de conținut. Toate subcategoriile și categoriile precum și toate subiectele și temele rezultate din analiza conținutului (Nili, Tate și Johnstone, 2017) au fost grupate în „subgrupuri” și „grupuri”. În cele din urmă, rezultatele tuturor domeniilor de conținut au fost integrate și au fost raportate toate rezultatele.

Validarea rezultatelor a fost făcută folosind „triangularea datelor” (Decrop, 1999). Pentru fiecare obiectiv, informațiile obținute de la grupul de părinți au fost comparate cu informațiile obținute de la grupul de specialiști, precum și cu rezultatele altor cercetări din literatura de

specialitate. Rezultatele au fost prezentate într-un mod integrat, astfel încât să prezinte toate grupurile și subgrupurile din toate domeniile de conținut într-un text scurt, într-un mod specific pentru studii calitative (Nili, Tate și Johnstone, 2017).

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Rezultatele cercetării au fost structurate luând în considerare fiecare obiectiv pe baza răspunsurilor la întrebările cercetării. Prima întrebare (Q1) a fost împărțită în 2 obiective (O1 și O2), în funcție de tipul barierei (de atitudine sau barieră fizică).

(1) Evaluarea barierelor de atitudine cu care se confruntă familiile copiilor cu dizabilități în raport cu alte părți interesate din turism (turiști, angajați ai companiilor de transport, angajați ai unităților turistice și autorități publice) în timpul călătoriilor pe care le-au efectuat ca turiști.

Toți participanții au considerat că nici alți turiști (turiști tipici), nici autoritățile și nici angajații care lucrează în turism nu sunt suficient pregătiți pentru un comportament ideal în ceea ce privește persoanele cu dizabilități sau familiile lor, ceea ce confirmă faptul că este necesară o sensibilitate mai mare pentru interacțiunile cu aceste grupuri (Kim, Stonesifer și Han, 2012), și necesitatea unei formări speciale pentru personal (Bizjak, Knežević și Cvetrežnik, 2011). După cum s-a menționat anterior (Mactavish și alții, 2007), familiile cu copii cu dizabilități au uneori o trăsătură specială - unii dintre copiii cu nevoi speciale, în ciuda faptului că au o fizionomie care nu prezintă boala lor medicală, au un comportament agresiv sau dimpotrivă sunt prea sensibili. Din cauza acestor caracteristici deseori sunt evitați de alți copii. Modelul acestui comportament este mai evident atunci când copiii cu dizabilități au și alte probleme de ordin fizic.

O problemă majoră dezvăluită și în alte studii este reprezentată de interacțiunile cu personalul unităților turistice sau cu alți turiști (Tchetchik, Eichhorn și Biran, 2018; Pagán, 2015; Poria, Reichel și Brandt, 2009; Kim, Stonesifer și Han, 2012). În ceea ce privește publicul larg (cei alți turiști tipici), concluziile răspunsurilor date de membrii eșantionului au arătat că doar o mică parte din publicul larg știe cu adevărat să se comporte atunci când o familie cu un copil cu dizabilități este în jur. Este evident că în România, în general, oamenii nu se comportă natural în jurul persoanelor cu dizabilități. Respondenții au considerat că principala cauză a acestui comportament rezultă din faptul că românii nu sunt obișnuiți să vadă persoanele cu dizabilități în spațiul public, o concluzie diferită de rezultatele altor studii din Europa de Nord (Vila, González și Darcy, 2019). Acest comportament este consecința a cel puțin doi factori: factori culturali și factori economici. În cultura românească, în trecut, în special în mediul rural, a avea un copil cu dizabilități era considerat o situație rușinoasă, iar întreaga familie reducea contactele sociale. Într-o familie cu un copil cu dizabilități, unul dintre părinți - de obicei mama - renunță la muncă, astfel încât venitul familiei este afectat (la fel ca în alte țări) (Karacaoğlu, Yolal și Gursoy, 2015;

Broach și Clements, 2016). În plus, o parte importantă din venitul familiei este cheltuită pe terapii sau medicamente. În aceste condiții, participarea membrilor familiei la activități publice - indiferent dacă sunt activități culturale sau turistice - este semnificativ redusă. *„Mi s-a întâmplat de multe ori ca părinții sau bunicii să nu-și lase copilul să se joace cu copilul meu sau să părăsească parcul când am ajuns la locul de joacă”*, a spus mama unui copil cu sindrom Down. O altă situație a fost descrisă de o mamă a unui copil cu multe dizabilități psihice și fizice: *„alți oameni ne priveau ca și cum ar fi privit un lucru ciudat”*. O mamă a unui copil cu dizabilități multiple a spus: *„Când eram într-un restaurant, unele dintre locuri au rămas libere în jurul nostru. În unele situații, a trebuit să evităm transportul public sau să părăsim teatrul”*.

Participanții la cercetare au fost de acord că familiile cu copii cu dizabilități nu se simt confortabil în spațiile publice, iar copiii lor sunt evitați de ceilalți copii, în concordanță cu modelele sociale de handicap legate de studiile anterioare (Broach și Clements, 2016; Shelton și Tucker, 2005; Shaw și Coles, 2004). Aceste rezultate confirmă rezultatele altor cercetări, potrivit cărora dorințele turiștilor de a împărți locurile publice cu persoanele cu dizabilități în vacanță sunt scăzute (Tchetchik, Eichhorn și Biran, 2018). Unul dintre psihologii care au însoțit un grup de astfel de familii într-o tabără la malul mării a declarat că *„în fiecare zi era un spațiu deschis între noi și ceilalți pe plajă”*. Când au fost întrebați despre modul în care au fost afectați copiii în această situație, psihologii au fost de acord că cei mai afectați sunt părinții. *„Majoritatea copiilor trăiesc în propria lor lume, nu înțeleg și nu sunt afectați. Cei care suferă sunt membrii familiei. Părinții înțeleg, văd și simt; uneori sunt prea epuizați ca să mai reacționeze sau să sufere, dar se străduiesc să profite la maximum de experiențele copiilor lor, încearcă să găsească explicații, să găsească scuze pentru comportamentul și ignoranța oamenilor”*. Constatările sunt în concordanță cu rezultatele altor studii (Sedgley, 2017).

Ambele categorii de participanți - părinți și specialiști - au încercat să explice acest comportament prin faptul că turiștii nu vor să se implice în astfel de probleme în timpul vacanței. Desigur, există câteva excepții. Una dintre participante a împărtășit o experiență pozitivă despre o vacanță în România, când a avut un sprijin real în îngrijirea copilului cu dizabilități de la un cuplu de turiști din același hotel. Acest părinte a descris această experiență oferind detalii despre bucuria, admirația și recunoștința pentru comportamentul acestui cuplu. O altă parte dintre părinți au declarat că s-ar simți mai fericiți dacă oamenii ar fi mai empatici și mai înțelegători. Participanții au fost de acord că este necesară îmbunătățirea atitudinilor oamenilor cu privire la familiile cu copii cu dizabilități, idee care se repetă cu consecvență și în alte studii (Bizjak, Knežević și Cvetrežnik, 2011; Shelton și Tucker, 2005; Shaw și Coles, 2004; Wolbring și Rybchinski, 2013). Participanții au considerat că o astfel de schimbare de atitudine ar putea fi realizată prin politici educaționale adecvate. Educația ar trebui să pornească de la ideea că aceste

familii au drepturi egale cu ceilalți, idee evidențiată de majoritatea specialiștilor care lucrează cu persoane cu dizabilități (Bizjak, Knežević și Cvetrežnik, 2011; Cloquet și alții, 2018). „*Auzim de multe ori - inclusiv pe mass-media - comentarii făcute de publicul larg sau de lideri spunând că în România doar copiii cu dizabilități primesc sprijin ... Dar copiii premiați?*”. „*Astfel de comentarii mă fac să sufăr foarte mult*” a spus o mamă și toți ceilalți părinți au fost de acord că în România, familiile cu copii cu dizabilități sunt dezavantajate. Unul dintre participanți a susținut, în consens cu ceilalți, că atitudinile publice și atitudinile autorităților pot fi văzute prin modul în care drepturile lor sunt respectate. Au existat și opinii conform cărora atitudinea de sprijin și protecție pentru familiile cu copii cu dizabilități are un impact negativ asupra vieții lor. În loc să lupte, așteaptă doar ajutor. Unul dintre specialiști consideră că persoanele cu dizabilități și familiile acestora trebuie să câștige respectul celorlalți în loc să aștepte un comportament protector de la ceilalți. În ceea ce privește personalul care lucrează în unitățile de cazare turistică sau în companiile de transport urban, respondenții au subliniat de mai multe ori, chiar și fără o întrebare directă în acest sens, că angajații nu sunt bine calificați pentru a gestiona relațiile cu persoanele cu dizabilități, constatare care este consecventă cu alte studii (Shelton și Ferrari, 2014; Bizjak, Knežević și Cvetrežnik, 2011; Kim, Stonesifer și Han, 2012; Cloquet și alții, 2018). Exemplele au evidențiat situația șoferilor de autobuz din Brașov, România, care nu ajută persoanele cu dizabilități sau persoanele însoțitoare și confirmă rezultatele unui studiu anterior, că atitudinile șoferului sunt o preocupare pentru aceste persoane (Park și Chowdhury, 2018). Un participant a comparat situația din România cu cea din alte state ale Uniunii Europene, unde șoferii de autobuz coboară din autobuz pentru a ajuta oamenii care au dificultăți să intre. Participanții consideră că în România, șoferii de autobuz ar trebui să fie instruiți pentru a ști care sunt nevoile speciale ale acestor persoane și de a-i ajuta să intre în mijloacele de transport în siguranță, ceea ce ar putea fi o problemă atât de atitudine, cât și o problemă de cunoaștere a nevoilor lor, după cum arată alte studii (Park și Chowdhury, 2018).

(2) Identificarea principalelor bariere fizice care îngreunează participarea la activități turistice pentru persoanele cu dizabilități.

Membrii eșantionului au considerat că în România legislația privind accesul fizic al persoanelor cu dizabilități în instituțiile publice a fost armonizată cu standardele internaționale. Cu toate acestea, există o mulțime de situații în care soluțiile găsite de instituțiile publice sau de unitățile de turism nu au rezolvat problemele de acces, ci au creat doar o infrastructură prin care să pară că respectă prevederile legale. Participanții la cercetare au subliniat exemple de situații în care, deși există infrastructură pentru un scaun cu rotile, este încă imposibil să o folosești. Acest tip de rezultate au fost identificate și prin alte studii (Nyman, Westin și Carson, 2018; Eichhorn și Buhalis, 2011; Poria, Reichel și Brandt, 2011; Cole, Hoback și Whiteneck, 2016). Încercând să

explice că reglementările nu au nicio valoare dacă nu sunt respectate, unul dintre participanți a prezentat situația locurilor de parcare pentru persoanele cu dizabilități în care, deși sunt marcate într-un mod vizibil, de cele mai multe ori sunt folosite de oameni care nu au dreptul să facă asta. „*Parcarea pentru persoanele cu dizabilități este folosită și de alte persoane fără consecințe din partea autorităților*”.

În ceea ce privește infrastructura de cazare, în conformitate cu studiile anterioare (Nyman, Westin și Carson, 2018; Tutuncu, 2017; Poria, Reichel și Brandt, 2011), participanții au considerat că în România există lanțuri hoteliere care au amenajate rampe de acces, camere și băi pentru persoanele cu dizabilități, pentru a elimina barierele fizice, dar de cele mai multe ori tarifele depășesc limitele financiare ale familiilor cu copii cu dizabilități. Doar câteva dintre hotelurile cu prețuri mici pot oferi condiții optime de acces și cazare pentru aceste familii. În opinia participanților, cea mai delicată problemă este posibilitatea de a oferi acces facil persoanelor cu dizabilități la atracțiile turistice. O mamă a unui copil cu boli multiple a dezvăluit o situație când a organizat o vacanță la malul mării. Chiar dacă hotelul a oferit condiții adecvate grupului, accesul la plajă a fost aproape imposibil, deoarece accesibilitatea era condiționată de parcurgerea unei distanțe de aproape 500 m, fără condiții pentru o deplasare adecvată. Drept urmare, majoritatea timpului și l-au petrecut la hotel. Pentru a preveni dificultățile din timpul călătoriei turistice, familiile cu copii cu dizabilități planifică în detaliu toate aspectele călătoriei. Cele mai solicitate informații includ natura accesului pentru persoane cu dizabilități, posibilitățile de parcare, precum și tipul camerei, dimensiunea, dotările și locația. Toți părinții au spus că preferă camere situate la parter pentru a avea acces ușor și sigur pentru copiii lor. De asemenea, ei caută informații despre siguranța și accesibilitatea atracțiilor turistice: „*Caut plaje sigure, fără pietre, unde apa este lină. Verific întotdeauna plaja împreună cu alte mame*”, a spus una dintre participantele intervievate. Necesitatea unui proces de comunicare mai bun a fost dezvăluită în studiile anterioare (Cloquet și alții, 2018, Rumetshofer și Wöß, 2004; Vila, González și Darcy, 2018; Broach, Clements și Read, 2016).

(3) *Identificarea unor idei cu privire la posibilitățile de diminuare a barierelor de atitudine pentru familiile cu copii cu dizabilități.*

Membrii eșantionului au considerat că gradul de civilizație al societății se reflectă în modul în care îi tratează pe cei care au nevoi speciale; procesul de incluziune depinde atât de mentalitatea celor aflați în dificultate, cât și de ceilalți. Astfel, mentalitatea și atitudinea negativă se pot schimba prin furnizarea de informații. Când au fost întrebați dacă cred că alții ar trebui să știe anumite lucruri pentru a accepta persoanele cu dizabilități, respondenții au oferit un număr impresionant de idei care ar putea fi grupate în trei categorii: mesaje raționale, mesaje emoționale și mesaje legate de drepturile omului. Unii dintre respondenți a considerat că ar

trebui apelat la argumentele raționale, având în vedere faptul că oamenii ar trebui să înțeleagă că faptul de a nu avea o problemă în prezent nu garantează aceeași situație în viitor, după cum urmează: „*Un copil tipic ar putea deveni un copil cu nevoi speciale în orice moment*”. „*Ai putea să visezi marea fără să o vezi, să o simți, să o auzi?*”, „*În orice moment, oricine ar putea deveni o persoană cu nevoi speciale, ca urmare a unui accident. Cum ți-ar plăcea să fii tratat dacă devii o altă persoană?*”. Mesajele emoționale s-au concentrat în special pe compasiune: „*Poartă-te așa cum ai vrea ca alții să se comporte cu tine*”, „*Încearcă să le înțelegi nevoile*”. A treia categorie exprimă ideea egalității, subliniind faptul că fiecare persoană este valoroasă într-un fel „*Să învățăm că fiecare persoană are ceva de arătat și că putem învăța ceva de la toată lumea*”, „*Nu este o greșală a fi diferit. Cu toții suntem diferiți*”.

Toți participanții au considerat că celelalte persoane ar trebui să înțeleagă problemele cu care se confruntă familiile cu copii cu dizabilități și au convenit că prin educație situația se poate schimba în bine. Această idee a fost evidențiată anterior în alte cercetări (Bizjak, Knežević și Cvetrežnik, 2011).

În timpul cercetării, unul dintre participanți - o mamă a unui copil cu sindrom Down - a explicat modul în care a reușit să rezolve problemele de integrare a școlii fiului său printr-un apel emoțional adresat celorlalți părinți. În timpul unei întâlniri le-a explicat toate problemele cu care se confruntă familia ei - nevoile speciale ale fiului ei, sacrificiile pe care le face toată familia în fiecare zi și nevoia de compasiune și respect pe care o simt. Părinții le-au explicat copiilor această situație specială, iar atitudinea acestora s-a schimbat. După ce au auzit această poveste, părinții din grupurile de interviu au sugerat că atitudinile turiștilor ar putea fi schimbate pozitiv într-un mod similar (prin educare și comunicare).

Din perspectiva participanților, cel mai de dorit mod în care publicul larg ar putea găsi informații despre nevoile speciale ale unor persoane (inclusiv copii) este implicarea tuturor oamenilor în activități comune, dezvăluindu-se astfel efectele benefice ale relației interumane (Kong și Loi, 2017; Broach, Clements și Read, 2016). De asemenea, au fost menționate metodele clasice de publicitate și informare, dar acestea sunt considerate a fi mai puțin eficiente.

(4) Identificarea oportunităților de utilizare a realității virtuale (VR) pentru a ajuta familiile cu copii cu dizabilități să identifice și să evite barierele fizice în activitățile turistice.

După ce au experimentat utilizarea VR, toți participanții au sugerat că această tehnologie este capabilă să ajute familiile cu copii cu dizabilități oferind informații mai bune înainte de a-și planifica călătoriile. Aceste idei sunt în concordanță cu rezultatele altor studii din literatură (Standen și Brown, 2005; Parsons și Cobb, 2011; Lorenzo și alții, 2016; Didehbani și alții, 2016; Bogicevic și alții, 2019).

Toți respondenții au menționat că își planifică călătoriile folosind internetul (hărți Google, forumuri turistice, site-uri). Unul dintre specialiști a declarat că de mai multe ori i-a sfătuit pe părinți să le arate copiilor imagini cu locurile unde vor să meargă, astfel încât copiii să se familiarizeze cu noile locații. Toți specialiștii au fost de acord că VR ar putea oferi detalii (vizuale) mai exacte despre locații, confirmând rezultatele obținute de la grupul de părinți. „*O astfel de platformă ar fi benefică pentru acești oameni și familiile lor, deoarece oferă date exacte despre o locație*”.

Au fost identificate mai multe posibilități de utilizare a acestei tehnologii în beneficiul copiilor cu nevoi speciale precum: simularea călătoriei cu mașina, trenul sau avionul pentru a-i obișnui cu senzațiile din aceste mijloace de transport și cu mulțimea înainte de a intra în ele; familiarizarea cu destinația turistică înainte de sosire, astfel încât copiii să poată reduce stresul cauzat de situații necunoscute. Din perspectiva respondenților, cele mai importante informații despre cazare care ar putea fi testate prin utilizarea VR sunt: modalitățile de acces la cazare, condițiile de cazare, accesul la baie și accesul la diferitele obiective turistice.

Toți participanții au considerat că unitatea de cazare care oferă posibilitatea testării condițiilor prin VR este de preferat. Toți specialiștii au declarat că, dacă se gândesc să organizeze o excursie pentru copiii cu dizabilități, ar putea folosi VR pentru a ajuta la acest lucru. În ceea ce privește utilizarea VR de către copii, majoritatea specialiștilor au apreciat că VR facilitează cunoașterea și prin stimularea sensibilă oferă un mediu care poate evita unele fobii. De asemenea, părinții intervievați au declarat că vor folosi VR pentru a planifica o călătorie. Singura persoană care nu a apreciat această tehnologie a fost o persoană ceva mai în vârstă care a dezvăluit că nu este obișnuită cu tehnologia modernă.

▪ **Concluzii**

Rezultatele cercetării au arătat că nevoile persoanelor cu dizabilități sunt foarte complexe, așa cum s-a observat în cercetările anterioare (Shelton și Tucker, 2005) și chiar și acum aceste nevoi nu sunt suficient dezbătute. Rezultatele menționate mai sus ne-au ajutat să găsim răspunsuri la întrebările cercetării. Ca răspuns la prima întrebare de cercetare (Q1) - care are legătură cu primul și al doilea obiectiv de cercetare - însoțitorii copiilor cu dizabilități au menționat toate barierele subliniate în literatură: bariere de atitudine, bariere fizice și lipsa comunicării (Eichhorn și Buhalis, 2011).

Principala concluzie a studiului este că, în România, autoritățile, turiștii și angajații nu sunt suficient de bine pregătiți pentru a include turiștii atipici, cum ar fi copiii cu dizabilități și familiile lor, în activitățile turistice. Comparativ cu rezultatele studiilor anterioare, această cercetare a relevat că, în România, participarea familiilor cu copii cu dizabilități la activitățile turistice este redusă, iar principalele cauze sunt factorii culturali și factorii economici (venitul

familiei este de obicei scăzut). În România, barierele de atitudine sunt puternice și provin atât de la persoanele cu dizabilități (mentalitate, un copil cu dizabilități reprezintă, chiar și acum, o rușine pentru multe familii), cât și de la societatea care nu este bine pregătită, educată sau empatică.

În ceea ce privește barierele fizice, rezultatele au relevat că, deși accesibilitatea a fost îmbunătățită, membrii eșantionului au considerat că aceste bariere sunt încă prezente pentru persoanele cu dizabilități.

În legătură cu a doua întrebare de cercetare (Q2), care este legată de cel de-al treilea obiectiv de cercetare), autorii au concluzionat că o schimbare reală a mentalității față de persoanele cu dizabilități se poate face numai prin educație. În acest sens, includerea subiectelor legate de îmbunătățirea atitudinilor față de persoanele cu dizabilități în programa școlii primare ar putea fi un stimulent pentru atingerea obiectivelor ONU de dezvoltare durabilă (UNWTO, 2016).

Tehnologia VR ar putea umple golul dintre percepțiile despre o destinație turistică înainte de vizită și experiența reală în această destinație. VR poate ajuta copiii și părinții să “înțeleagă” destinațiile, să găsească facilități și obstacole și să obțină o imagine mai bună a locurilor pe care urmează să le viziteze.

Luând în considerare faptul că persoanele cu dizabilități au și experiențe turistice, abolirea barierelor fizice și de atitudine reprezintă o provocare pentru toate părțile interesate. Având în vedere rezultatele studiului, autorii au concluzionat existența unei lipse de comunicare cu acești oameni care provoacă dificultăți semnificative atunci când încearcă să evite barierele specificate. În acest context, utilizarea VR ar putea facilita procesul decizional, oferind o modalitate de a experimenta unele produse turistice înainte de a călători.

3.2. Dezvoltarea urbană durabilă prin partajarea turismului ¹⁰

Economia colaborativă este un segment al pieței turistice în plină expansiune, mai ales pentru structurile de cazare, reprezentând atât o inovație, cât și o amenințare competitivă pentru companiile hoteliere, reprojecând modele tradiționale de afaceri (Van der Borg și alții, 2017; O’Regan și Choe, 2017; Salvioni, 2016).

Economia colaborativă în turism are impact asupra mediului de afaceri local și asupra industriilor conexe, dar nu toate influențele sunt pozitive (Sigala, 2018; Mahadevan, 2018). Totodată se remarcă impactul asupra sustenabilității, prin orientări către problemele de mediu și

¹⁰ Tescașiu, B, Epuran G., **Tecău A. S.**, Chițu I.B. and Mekinc J. (2018) Innovative Forms of Economy and Sustainable Urban Development—Sharing Tourism, *Sustainability*, 10(11), pp. 3919-3937, ISSN 2071-1050, WOS:000451531700093, DOI:10.3390/su10113919

spre creșterea responsabilității sociale a comunităților (Ključnikov, Krajčák și Vincúrová, 2018; Dabija și Babut, 2013 ; Țigu, Popescu și Hornoiu 2016).

▪ ***Sumar al literaturii științifice***

Economia colaborativă reprezintă „un model în creștere a comportamentului de consum care se bazează pe accesarea și reutilizarea produselor pentru a utiliza capacitatea inactivă și care prezintă atât posibilități extraordinare, cât și amenințări semnificative pentru dezvoltare, precum și pentru firme” (Kathan, Matzler și Veider, 2016). Potrivit specialiștilor, economia colaborativă poate schimba abordarea de afaceri conducând-o spre o abordare sustenabilă (Cohen și Kietzmann, 2014; Daunorienė și alții, 2015). Economia colaborativă are o serie de caracteristici, reprezintă o oportunitate economică, o formă de consum durabil, o cale către un sistem descentralizat, conduce la crearea de piețe nereglementate și reprezintă un domeniu incoerent al inovației (Martin, 2016). Datorită creșterii rapide, există specialiști care consideră că economia colaborativă va deveni un fenomen principal, nu o piață de nișă (Nguyen și Llosa, 2018). Economia colaborativă constă într-un model de afaceri bazat pe o caracteristică specială – persoanele fizice împart bunuri și servicii.

Conceptul de „economie colaborativă” (sharing economy) este considerat de un număr semnificativ de specialiști ca fiind similar cu alte concepte care definesc modele economice inovatoare, cum ar fi: „consum colaborativ” (Belk, 2014; Möhlmann, 2015; Hamari, Sjöklint și Ukkonen, 2016; Tussyadiah, 2015), „peer-to-peer economy” (Benjaafar, Kong și Li, 2018; Bellotti și alții, 2015), „gig economy” (Frenken și Schor, 2017), „on-demand economy” (Cockayne, 2016; Maselli, Lenaerts și Beblavy, 2016) și „crowd economies” (Nekaj, 2014, World Economic Forum, 2017).

În turism, economia colaborativă se construiește printr-o „prietenie online” între locuitori și turiști (Chung, 2017). În același timp, turiștii, în încercările lor de a obține experiențe autentice, sunt ajutați de interacțiunea cu localnicii, ceea ce aduce beneficii ambelor părți implicate (Paulauskaite și alții, 2017; Birinci, Berezina și Cobanoglu, 2018). Airbnb - considerat „cel mai proeminent exemplu al noilor rețele colaborative în turism” și „un exemplu notabil în domeniul turismului” - conectează oaspeții cu gazdele, permițând ambelor să facă schimb de experiențe culturale, pe lângă tranzacțiile economice (Volgger și alții, 2018; Gutiérrez și alții, 2017; Sanchez-Vazquez, Silva și Santos, 2017). Un caz similar este Uber, care s-a extins în 67 de țări în șapte ani (Evans și Gawer, 2016).

Tranzacțiile în acest tip de economie sunt facilitate de platforme online unde intră în contact furnizorii cu consumatorii, realizându-se astfel comunități virtuale cu valori comune (Bani, 2017) care partajează experiențe (Techopedia Definition, 2018). Mediul online este componenta principală a economiei colaborative denumită și ”economie de platformă” (Turnsek

și Ladkin, 2017; Kenney și, Zysman, 2016. Totuși acest model de afaceri se află într-o fază incipientă (Razli, Jamal și Zahari, 2017).

Conform „Studiului de monitorizare de reglementare a mediului de afaceri care afectează economia colaborativă în UE”, cele mai reprezentative modele de afaceri care afectează economia colaborativă în turism sunt închirierile pe termen scurt și schimburile de locuințe.

▪ **Aspecte metodologice**

Cercetarea calitativă – bazată pe organizarea a două focus-grupuri - a fost considerată potrivită pentru a obține informații despre partajarea turismului (dacă partajarea turismului există la Brașov și modalitatea în care este integrată în politica locală; pentru a explora modul în care administrația publică locală este implicată în măsurarea și cuantificarea contribuției acestui sector în statisticile locale și regionale; care sunt principalele lipsuri de legislație din sector și care ar trebui să fie actorii cheie în transpunerea legislației existente în practică; probleme tehnice privind partajarea turismului - sistem de autorizare, răspundere, protecția utilizatorului).

Variabilele din ghidul de interviu au fost introduse pe baza preocupării din Agenda europeană privind economia colaborativă (European Commission, 2016), pentru a afla cum sunt folosite instrumentele necesare de către administrația publică locală, care sunt principalele obstacole în reglementarea partajării turismului și cum autoritățile brașovene au construit o schemă specifică de integrare a partajării turismului în economia locală și regională. Folosirea acestei metode a presupus utilizarea unor discuții ample – de peste 120 de minute pentru fiecare focus grup - cu 14 persoane (opt persoane în primul focus grup și șase persoane în al doilea). Eșantionarea a luat în considerare criteriile, cum ar fi ocupația și poziția deținută în cadrul organizației reprezentate, și oferirea de răspunsuri implicite - în această etapă a cercetării - a fost considerată o limitare a exprimării opțiunilor lor.

Principalul motiv pentru care autorii au ales acest tip de cercetare a fost intenția lor de a obține informații despre starea actuală a partajării turismului în Brașov. În conformitate cu specificul calitativ al cercetării, selectarea eșantionului a fost efectuată luând în considerare importanța domeniului în cercetare și, în ciuda faptului că eșantionul nu are reprezentativitate statistică, este considerat relevant pentru cercetare. Pentru a stabili dimensiunea eșantionului, autorii au folosit conceptul de „putere informațională”, ceea ce înseamnă că „cu cât respondenții oferă mai multe informații, cu atât numărul lor poate fi mai mic” (Malterud, Siersma și Guassora, 2016) și luând în considerare scopul studiului, ocupația și poziția părților interesate, a fost considerat potrivit un număr de 14 persoane.

Tipul respondenților a fost ales ținând cont de organizațiile publice și private implicate în partajarea turismului - Ministerul Turismului, Consiliul municipal, Autoritatea fiscală, unele

unități de cazare turistică, agenții imobiliare, asociații de turism, experți în turism și persoanele implicate în promovarea turismului.

Discuțiile de grup au avut loc pe baza unui ghid de interviuri semi-structurat, oferind astfel participanților posibilitatea de a-și exprima opiniile în mod liber și de a iniția discuții spontane. Discuțiile au fost purtate de doi experți cu experiență (unul dintre aceștia fiind autorul acestei teze), cu scopul de a obține informațiile în cauză și de a acoperi toate subiectele propuse, dar fără a influența pozițiile participanților, exprimând judecăți de valoare personale.

Pentru a surprinde atitudinea subiecților față de impactul economiei colaborative, au fost evidențiate trei aspecte - economic, socio-cultural și de mediu - după cum urmează:

- Impactul economic - „Care sunt, în general, beneficiile economiei colaborative?”;
- Impactul socio-cultural - „Dacă și cât de importante sunt beneficiile partajării economiei în sfera socio-culturală?” și „Este necesar ca informațiile socio-culturale să fie furnizate turiștilor în conformitate cu strategiile de dezvoltare urbană?”.

De asemenea, pentru a analiza impactul socio-cultural, a fost utilizată tehnica de interpretare a unui rol - prin care subiecților li s-a cerut să-și imagineze că sunt persoana responsabilă pentru imaginea Brașovului. Participanții au fost rugați să descrie ce vor face pentru a încadra informațiile furnizate de gazde în spiritul unei strategii de dezvoltare urbană.

- Impactul asupra mediului - subiecților li s-a cerut să compare două situații: pe de o parte, un hotel cu 100 de apartamente și, pe de altă parte, 100 de apartamente închiriate de persoane în sistemul economiei comune. Subiecții au fost rugați să răspundă la întrebări, cum ar fi: „Care dintre cele două structuri afectează mai semnificativ mediul - consumul de resurse, colectarea deșeurilor?” și „Ce fel de reglementări ar fi necesare pentru a avea un consum rațional de resurse în economia comună?”

Un alt aspect discutat în cadrul focus grupurilor s-a referit la accesul pe piață. Întrebările adresate subiecților pentru a obține informații despre această problemă au fost: „Ar fi necesar să licențiați/ autorizați această activitate printr-o procedură mai ușoară, astfel încât această formă de economie să nu fie descurajată?”; „Care ar fi modalitatea corectă de a obține licența/ autorizația?”; „Care este limita după care o persoană ar trebui luată în considerare de la un participant la economia comună ca furnizor de servicii turistice?”; „Ar fi necesară o limită peste care ar trebui impozitată activitatea?” și „Platformele de colaborare ar trebui reglementate? Cum ar trebui făcută această reglementare?”. De asemenea, pentru a investiga aceste aspecte, s-au utilizat tehnici proiective. Spre exemplu, subiecții au fost rugați să completeze următoarea propoziție: „În ceea ce privește licențierea/ autorizarea furnizorilor de servicii în economia comună, consider că ...”

Un alt obiectiv de cercetare a constat în identificarea atitudinilor respondenților cu privire la regimul de răspundere aplicabil „actorilor” implicați în economia/ turismul partajat. Pentru aceasta, subiecții au fost întrebați despre responsabilitățile pe care furnizorii ar trebui să le aibă pentru a contribui la crearea unei imagini favorabile a orașului și cum ar trebui asigurată protecția consumatorilor în acest tip de economie.

Pentru a surprinde cele mai subtile aspecte ale modului în care participanții apreciază nevoia de a proteja consumatorii, a fost utilizată o tehnică proiectivă - tehnica de povestire - prin care subiecților li s-a cerut să-și imagineze un scenariu în care exista o divergență de opinii între o familie de turiști nemulțumiți și proprietarul unei proprietăți închiriate. Participanții au fost rugați să răspundă la o serie de întrebări cu privire la responsabilitatea situației, acțiunile pe care trebuie să le facă turistul, dacă este oportun ca autoritățile publice să se implice și dacă imaginea orașului trebuie să sufere din această situație; ca rezultat, au fost sugerate mai multe propuneri pentru rezolvarea acestei situații.

Rezultatele au fost analizate pe baza transcrierii înregistrărilor de discuții din focus grupuri, utilizând metoda de analiză a conținutului. Datele au fost analizate independent de doi specialiști și pentru subiectele asupra cărora nu au fost de acord, pasajele respective au fost discutate până la obținerea unui consens. Scopul analizei a fost de a identifica evaluările participanților cu privire la problemele relevante legate de tema cercetării, astfel încât, pe baza rezultatelor cercetării, să fie posibilă completarea agendei cu privire la reglementările economiei comune la nivel local al orașului Brașov, în raport cu situația europeană și națională existentă.

▪ **Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale**

După cum au apreciat participanții la focus-grupuri, se poate concluziona că în Brașov există o economie colaborativă (partajată) în turism. Cea mai mare parte a participanților au considerat că dezvoltarea unei economii colaborative este un fenomen normal, în întreaga lume. Participanții au folosit expresii precum „ne adaptăm cerințelor” și „suntem deschiși la noutate”. „Da, este o tendință actuală. Turiștii o iau înaintea legislației. O nouă formă care se manifestă mai ales în turism și nu ne putem opune”, a subliniat reprezentantul Ministerului Turismului. Încercând să înțeleagă amploarea economiei partajate din Brașov, participanții au realizat și au subliniat că există o lipsă a acestui fenomen în forma sa, așa cum afirmă teoria. În schimb, plecând de la ideea unei economii de colaborare în turismul brașovean, s-au dezvoltat afaceri de mari dimensiuni - dar nu înregistrate, fără licență și neimpozitate. „Da, avem acest gen de afaceri, dar unitățile nu sunt clasificate după standarde”, a subliniat reprezentantul Primăriei, de comun acord cu majoritatea participanților. În plus, un reprezentant al uneia dintre cele mai mari agenții imobiliare a spus: „Știu că proprietățile, chiar și pensiunile întregi sunt partajate. Colaborăm cu acești proprietari”. Pentru a susține această idee, reprezentanții agențiilor

imobiliare au prezentat mai multe exemple: dezvoltatori care construiesc zeci de imobile, chiar sute de apartamente, cu scopul de a le introduce în circuitele turistice „colaborative” sau persoane fizice, în special români, care locuiesc în străinătate în țări dezvoltate, precum și străini, care investesc în apartamente care sunt introduse în circuitul turistic.

Impactul partajării turismului în Brașov a fost apreciat ca unul semnificativ, deși impactul real este necunoscut. Motivul principal al acestei situații constă în faptul că mulți dintre furnizorii de servicii nu sunt înregistrați, astfel încât autoritățile au acces la date minime referitoare la acest aspect.

La o primă impresie, partajarea turismului este asociată cu un tip de concurență neloială, dar care oferă beneficii economice, sociale și de mediu furnizorilor de servicii, turiștilor și orașului.

O problemă care a fost apreciată ca fiind importantă afectând economia partajată în Brașov este înregistrarea activității turistice. După cum au subliniat reprezentanții agențiilor imobiliare, în Brașov există mari afaceri dezvoltate pe ideea închirierii pe termen scurt (respondentul însuși fiind implicat în astfel de afaceri), fără a obține licențe/ autorizații. Studiile europene afirmă faptul că România este una dintre țările cu cea mai mare deschidere către o economie colaborativă. În ceea ce privește legislația națională, există o procedură simplă pentru obținerea licenței. Problemele (pentru autorități) apar în legătură cu fiscalizarea, aceasta fiind foarte greu de realizat. Autoritățile locale nu au instrumente de urmărire a furnizorilor neînregistrați, găsindu-i greu pe cei care nu plătesc două taxe locale - o taxă pentru promovarea orașului și o taxă pentru salvamont. Ar trebui planificată o strategie de identificare și informare a furnizorilor de servicii turistice, având în vedere faptul că, așa cum s-a menționat, mulți dintre ei probabil nu știu că au anumite obligații fiscale atunci când închiriază apartamente/ camere pentru turiști. Problema este mai complexă decât atât, având în vedere faptul că starea fiscală a proprietății se modifică la înregistrarea în activitatea turistică, astfel încât furnizorul de servicii turistice nu este încurajat să se înregistreze. Deși aceste taxe sunt în conformitate cu prevederile Codului fiscal, autoritățile publice locale nu au suficiente instrumente pentru a preveni sau combate fraudarea. Chiar și compararea nivelului taxelor plătite de economia colaborativă cu taxele plătite de unitățile de cazare tradiționale arată că sectorul colaborativ este încă favorizat.

În ceea ce privește limita de la care partajarea în scop turistic este considerată “afacere”, legea română face precizări clare, astfel încât autoritățile locale, cu implicarea directă a Direcției fiscale, sunt capabile să identifice persoanele care desfășoară acest tip de afaceri. Însă, cercetarea a relevat și faptul că starea ocupării forței de muncă este aproape imposibil de controlat, majoritatea proprietarilor fiind nu numai beneficiarii, ci și angajați în propria afacere.

Una dintre cele mai relevante discuții a făcut referire la problemele fiscale. În primul rând, a fost subliniat faptul că există unele dificultăți în ceea ce privește procedurile de înregistrare la autoritățile fiscale. Procedura implică prea mulți actori - furnizori, autorități locale, experți în drept și evaluare (NB - toate categoriile de părți interesate au subliniat acest aspect). Facilitarea procedurii ar încuraja furnizorii de servicii să se înregistreze. De asemenea, în ciuda faptului că taxele locale sunt scăzute, alte taxe pot descuraja furnizorii. Dar există o altă problemă de remarcat - faptul că amenzile sunt „accesibile”, astfel încât furnizorii își asumă cu ușurință riscul de a nu plăti impozite.

În opinia participanților la cercetare, partajarea turismului are două tipuri de impact asupra vieții urbane: impact pozitiv - contribuie la dezvoltarea orașului, ca generator de venituri (atât prin impozite plătite, cât și prin dezvoltarea altor industrii din Brașov) și ca promotor al orașului (recenziile de pe platforme sunt urmate de alți potențiali turiști); impact negativ - sectorul tradițional are un nou concurent, care nu este întotdeauna apreciat ca unul corect.

▪ **Concluzii**

După analiza datelor secundare, se pare că economia partajată, chiar dacă se află încă într-un stadiu incipient, datorită naturii sale în creștere rapidă, a devenit, în ultimii ani, o preocupare serioasă pentru economia mondială. La nivel global și european, există un cadru care asigură orientări generale, reglementări, obiective și strategii, pentru a încuraja dezvoltarea durabilă a acestui tip de economie, cu accent pe menținerea unui echilibru între economia partajată - ca reprezentativă pentru noile tipuri de economii inovatoare - și pentru formele tradiționale de economie.

Principala concluzie a analizei datelor secundare este că, în ciuda reglementărilor generale asigurate de cadrul internațional și, punctual la nivel național, la nivel regional și local, această problemă devine o chestiune de administrare locală. Desigur, sub jurisdicția dreptului național și prin respectarea dispozițiilor europene/ globale despre economia comună, la nivel regional, pot fi identificați unii „actori cheie”.

Cercetarea aduce valoare atât din perspectivele teoretice, cât și din cele practice. În ceea ce privește implicațiile teoretice, autorii subliniază faptul că partajarea turismului contribuie la dezvoltarea durabilă a unui oraș, reprezintă un generator de venituri și are o contribuție importantă la promovarea orașului. Cu toate acestea, partajarea turismului este adesea privită ca o concurență neloială, iar administrația publică locală are un rol important în rezolvarea acestei sarcini. Implicațiile practice ale acestei lucrări constau în prezentarea cadrului de partajare a turismului în Brașov, din perspectiva specialiștilor și a reprezentanților părților interesate implicate în acest domeniu. Fiecare parte a acestui cadru a fost analizată și detaliată în capitolul anterior al acestei lucrări.

3.3. Dezvoltarea sustenabilă a destinațiilor turistice din perspectiva asigurării securității localnicilor și vizitatorilor¹¹

Siguranța turiștilor și a rezidenților reprezintă un aspect important al sustenabilității sociale. Incertitudinea în ceea ce privește securitatea poate determina fluctuații semnificative ale fluxurilor turistice, motiv pentru care siguranța rezidenților și a turiștilor devine o problemă globală pentru un turism durabil (United Nations, 2005). Indiferent de eforturile făcute, o destinație turistică nu se poate dezvolta dacă nu oferă un nivel ridicat de securitate (Hassan, 2000).

Necesitatea de a aborda problemele asociate cu criminalitatea și securitatea în orașele turistice este recunoscută în inițiativa Forumului european pentru securitate urbană (EFUS) privind „Securitatea și turismul”, din care fac parte cercetările discutate în această secțiune. Acesta este primul proiect european de acest gen care abordează turismul și criminalitatea și se distinge prin concentrarea asupra orașelor în care turismul este o trăsătură importantă a economiei, mai degrabă decât stațiunile turistice în general. Șapte orașe partenere au fost înscrise în proiect: Alba (Italia), Barcelona (Spania), Brașov (România), Bruxelles (Belgia), München (Germania), Roma (Italia) și Saint-Denis la Paris (Franța). Acest articol abordează securitatea și turismul într-unul dintre aceste orașe, și anume Brașov. Brașovul este un exemplu ideal pentru că, în ciuda unei istorii îndelungate ca centru turistic, poate fi caracterizat, în termenii lui Prideaux (1996), ca aflându-se în primele etape ale dezvoltării turistice. Cu toate acestea, extinderea turismului a fost prioritizată la nivel de județ ceea ce înseamnă că există o proprietate clară și un angajament pentru un turism mai sigur. Inițiativa EFUS se caracterizează printr-un angajament către parteneriate multi-agenții, care implică atât sectoarele public și privat (hotelier), cât și sectoarele turismului și securității și încorporând dorința de a include populația locală în discuțiile despre planurile viitoare.

Incertitudinea privind securitatea poate determina fluctuații semnificative ale fluxurilor turistice, astfel încât siguranța rezidenților și a turiștilor devine o problemă globală pentru un turism durabil (UNEP, 2005). Chiar și cu cele mai bune eforturi, o destinație turistică nu poate fi dezvoltată sau reînviată decât dacă oferă un nivel ridicat de siguranță și securitate (Hassan, 2000).

Obiectivele principale ale cercetării prezentate în acest capitol au constat în identificarea problemelor de securitate în destinația turistică Brașov, atât din punct de vedere al turiștilor care vizitează această destinație, cât și din cel al rezidenților.

¹¹ Mawby R.I., Tecău A.S., Constantin C.P., Chițu I.B., Tescașiu B. (2016) Addressing the Security Concerns of Locals and Visitors for the Sustainable Development of Tourist Destinations, *Sustainability*, 8(6), pp. 524-536, ISSN 2071-1050, WOS:000378776800021, DOI:10.3390/su8060524

▪ *Sumar al literaturii științifice*

Relația dintre turism și criminalitate a fost deseori abordată în literatura de specialitate (Mawby, 2014), activitățile turistice fiind adesea asociate cu infracțiunile și tulburări ale liniștii publice, aspecte care lezează de multe ori interesele populației gazdă (Barton și James, 2003; Cohen, 1980; Homel, R. și alții, 1997; Mawby, 2012; Chesney-Lind și Lind, 1986; Mawby, Brunt, P. și Hambly, 1999; Stangeland, 1998). Destinațiile turistice, mai ales cele care practică turismul de masă, prezintă frecvent rate mari de criminalitate (Albuquerque și McElroy, 1999; Kelly, 1993; Pelfrey, 1998; Prideaux, 1996; Walmsley, Boskovic, și Pigram, 1983).

Încă din 1991 a fost pusă în discuție necesitatea adoptării unor politici pentru prevenirea criminalității generate de activitatea turistică, dar nu s-au făcut decât puține lucruri în acest sens (Bach, 1996; Botterill și alții, 2013; Crotts, 1996; Jones, 2010; Pizam, Tarlow și Bloom, 1997; Prideaux și Dunn, 1995; Schiebler, Crotts și Hollinger, 1996).

Populația gazdă acuză activitățile turistice pentru problemele de infraționalitate și tulburarea liniștii publice considerând că le sunt amenințate valorile tradiționale și calitatea vieții (Davis, Allen și Cosenza, 1988; Haralambopoulos și Pizam, 1996; King, Pizam și Milman, 1993; Ross, 1992; Teye, Sönmez și Sirakaya, 2002).

Cu toate acestea, pe o piață turistică în expansiune (UNTWO, 2012) și cu o recesiune care are impact asupra industriilor tradiționale, turismul este văzut din ce în ce mai mult ca un panaceu pentru economiile urbane aflate în dificultate. Întrebarea cheie, deci, este modul în care centrele își pot extinde baza turistică fără creșterea corespunzătoare a criminalității și a tulburărilor care afectează rezidenții locali și / sau turiștii. În consecință, se caută soluții pentru a reglementa această piață, astfel încât localnicii și vizitatorii să beneficieze de o securitate sporită.

▪ *Aspecte metodologice*

Obiectivele generale ale cercetării au fost: (O1) Identificarea opiniilor cu privire la influența turiștilor asupra securității destinației turistice; (O2) Măsurarea atitudinilor turiștilor cu privire la siguranța destinației turistice Brașov; (O3) Identificarea unor măsuri care să îmbunătățească imaginea destinației turistice Brașov, ca destinație cu un grad de siguranță mare pentru turiști.

Pentru atingerea obiectivelor generale a fost efectuată o cercetare amplă, care a avut 6 componente, cu obiective și metodologii distincte. Acestea au fost:

- O analiză a evoluției criminalității în destinația turistică Brașov în ultimii ani, realizată pe baza datelor secundare existente în statistici oficiale sau furnizate de organele de poliție;
- O anchetă în rândul a 444 de turiști efectuată în cadrul unităților de cazare din Brașov, cu scopul identificării problemelor de siguranță percepute de turiști pe timpul vizitei și a unor

posibile soluții de îmbunătățire. Eșantionul a fost format din 30% turiști străini și 70% turiști români;

- O dezbateră publică on-line pe tema siguranței în turism, utilizând un forum de discuții la care au participat 100 de rezidenți;

- O cercetare calitativă de marketing utilizând două interviuri de tip focus-group, cu câte 10 persoane fiecare, selectate din rândul rezidenților, cu scopul studierii relațiilor dintre localnici și turiști și al identificării atitudinilor față de impactul socio-economic al activității de turism asupra comunității locale.

- O cercetare calitativă de marketing utilizând interviul de tip focus-group în rândul reprezentanților entităților interesate în activitatea de turism din Brașov. Au fost intervievate 10 persoane, reprezentând operatorii de turism, administrația publică locală, instituțiile de ordine publică locală. Scopul acesteia a fost acela de a identifica metode de reducere a fenomenului de criminalitate și posibile strategii pentru perioadele viitoare.

- O dezbateră publică pe tema securității în turism adresată publicului larg, cu scopul discutării rezultatelor cercetărilor efectuate și al identificării unor sugestii de îmbunătățire.

Rezultatele au fost prelucrate cu metode și mijloace specifice cercetărilor cantitative și calitative, făcând obiectul unor rapoarte ample de care au beneficiat coordonatorii proiectului.

În cele ce urmează va fi prezentată o sinteză a celor mai importante rezultate.

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Impactul turismului asupra criminalității este un fenomen recunoscut ca având o influență semnificativă în dezvoltarea durabilă a destinațiilor turistice, dar, cu toate acestea, un număr destul de redus de cercetări au fost efectuate la nivel local în vederea îmbunătățirii procesului de elaborare a politicilor privind turismul. Inițiativa EFUS este o inovație majoră în acest sens. Turismul este în general asociat cu infracționalitatea și dezordinea crescute, dar modelul variază între diferite orașe și stațiuni. În Brașov, percepția turiștilor și a localnicilor deopotrivă era că infracțiunile și dezordinea nu erau legate de turism. Totuși, acest lucru se poate schimba pe măsură ce se schimbă cantitatea și calitatea turismului. Din perspectiva siguranței comunității, este un moment ideal pentru a evalua situația actuală și pentru a planifica viitorul. Brașovul a făcut acest lucru într-un mod sistematic care încorporează punctele de vedere ale localnicilor, oferindu-le sentimentul ca pot contribui la dezvoltarea viitoare. Experiențele locuitorilor din alte stațiuni turistice, unde localnicii se simt lipsiți de drepturi și amenințați de turismul de masă pot fi astfel evitate.

Cercetările efectuate în cadrul studiului au relevat faptul că securitatea a fost percepută mai larg decât prin spectrul infracționalității, încorporând, de exemplu, accesul la servicii de sănătate bune sau la facilități de schimb valutar.

S-a constatat, de asemenea, o colaborare bună la nivel local, mai ales datorită faptului că primăria coordonează atât dezvoltarea turismului cât și organele de ordine publică, dar acest parteneriat trebuie îmbunătățit, prin includerea tuturor entităților interesate în dezvoltarea turismului. Astfel, pot fi inițiate proiecte de dezvoltare a infrastructurii, de protejare a mediului, dar pot fi rezolvate și o serie de probleme care-i afectează în mod direct pe turiști, cum ar fi furturile și alte fenomene sociale și situaționale care au contribuit la nașterea unor sentimente de anxietate și lipsă de securitate la nivelul turiștilor (cerșitul, teama de a fi înșelat de către șoferii de taxi, condițiile din jurul stației de cale ferată Brașov etc.). Aceste constatări confirmă rezultatele din literatura de specialitate, care evidențiază faptul că turiștii sunt expuși în principal la furturi din cauza unui stil de viață diferit adoptat în timpul vacanței și a lipsei de integrare a acestora în comunitatea locală.

Pornind de la constatările de mai sus, pentru dezvoltarea turismului ca parte a strategiei locale de dezvoltare durabilă a municipiului Brașov, au fost identificate următoarele trei direcții strategice pentru îmbunătățirea gradului de siguranță și diminuare a infracționalității precum: • O mai bună informare turistică. Autoritățile trebuie să fie implicate în deschiderea unor centre de informare turistică și în crearea unui sistem de orientare turistică pentru a facilita accesul turiștilor la diferite obiective sau atracții turistice. Acest demers se poate baza pe o utilizare pe scară largă a Internetului. • O mai bună consiliere în probleme de siguranță. Conștientizarea turiștilor cu privire la diferitele riscuri la care sunt expuși, inclusiv prin oferirea de informații și recomandări referitoare la unitățile de cazare și masă, unități sanitare, companii de taxi, mijloace de transport, rute etc. Aceste programe de informare trebuie aplicate cu prudență, pentru că abundența de informații cu privire la problemele de securitate poate induce un sentiment de teamă în rândul turiștilor. • O mai bună consiliere a entităților interesate în turism. Aceasta ar putea consta în elaborarea unui ghid de bune practici care poate conduce la crearea unui climat de încredere, în care turiștii pot coexista cu rezidenții fără a se simți amenințați unii de alții.

▪ **Concluzii**

Pentru ca aceste eforturi să-și atingă scopul, este nevoie de o colaborare strânsă între autoritățile publice, operatorii din sectorul privat, locuitorii din Brașov, precum și toate celelalte entități interesate de activitatea turistică. Orașul a creat deja un mediu în care turiștii se simt în siguranță și localnicii nu-i consideră pe turiști ca pe o amenințare, motiv pentru care această colaborare este esențială pentru a obține un nivel al costurilor de dezvoltare durabilă a turismului care să nu depășească beneficiile obținute de entitățile interesate. În cazul destinațiilor turistice,

dezvoltarea durabilă presupune abordarea globală a nevoilor, atât cele ale turiștilor cât și ale localnicilor. Toate aceste obiective trebuie să fie incluse în strategia locală pentru dezvoltare durabilă, în care o parte semnificativă să fie dedicată dezvoltării și siguranței turismului.

Pe lângă implicațiile manageriale, rezultatele cercetării au implicații majore și pentru mediul academic, contribuind la dezvoltarea teoriei prin necesitatea abordării globale și integrate a problemelor de securitate, fără limitarea la aspectele de infraționalitate. În acest sens pot fi deschise noi direcții de cercetare care să contribuie la îmbogățirea literaturii de specialitate în domeniul securității în turism.

3.4. Sustenabilitatea socială în turism din perspectiva accesului la informare prin intermediul platformelor web¹²

În societatea contemporană, turiștii preferă din ce în ce mai mult să își planifice călătoriile folosind motoare de căutare online, în detrimentul agențiilor de turism clasice. Un site de rezervare bine conceput și bine gestionat poate satisface nevoile turiștilor, în timp ce unul mai puțin intuitiv îi poate face să fie nemulțumiți. Dezvoltatorii de motoare de căutare trebuie să înțeleagă nevoile utilizatorilor cu privire la atributele și caracteristicile motoarelor de căutare pentru a dezvolta site-uri de rezervări care să faciliteze accesul la informații și să creeze o experiență favorabilă utilizatorilor. Acest studiu folosește o cercetare cantitativă, colectează date primare și investighează modul în care rezervarea site-urilor web poate trece de la o prezență online, de bază, la una sofisticată. Scopul analizei este de a oferi o perspectivă privind preferințele turiștilor și nevoile lor cu privire la interfața platformelor de căutare, precum și filtrele și opțiunile care îi pot ajuta să găsească cele mai relevante rezultate pentru destinațiile alese. Studiul dezvoltă un model cuprinzător de evaluare a performanței pentru rezervare a website-urilor utilizând atribute și caracteristici specifice industriei turismului. Rezultatele furnizate de această cercetare contribuie la îmbogățirea cunoștințelor dezvoltatorilor de website-uri și pot fi folosite de aceștia pentru a-și adapta interfețele de utilizator, crescându-le performanțele și făcându-le mult mai ușor de utilizat.

▪ ***Sumar al literaturii științifice***

Turismul este una dintre cele mai mari industrii din lume și, în ultimul timp, s-a dezvoltat într-un ritm record. Introducerea tehnologiei Internet în mediul de afaceri general a dus la aplicarea sa pe scară largă în industria turismului. Motoarele de căutare au devenit unul dintre instrumentele principale pentru planificarea călătoriilor (Fesenmaier și alții, 2010). Consumatorii au folosit din ce în ce mai mult internetul pentru planificarea călătoriilor prin motoarele de

¹¹Foris, D., Tecău, A. S., Hartescu, M., Foris T. (2020) Relevance of the features regarding the performance of booking websites, *Tourism Economics*, 26(6), pp. 1021-1041, SI, eISSN: 2044-0375, WOS:000558559600009, DOI: 10.1177/1354816619845790

căutare. Planificarea călătoriei ca tip specific de proces de căutare a informațiilor pentru consumatori poate fi considerată unul dintre aspectele comportamentale centrale ale călătoriilor. Pentru a înțelege modul în care călătorii s-au adaptat la Internet, activitățile online care cuprind planificarea călătoriilor servesc drept fereastră către o gamă largă de comportamente de călătorie (Kim și alții, 2015). Motoarele de căutare sunt surse semnificative de informații pentru turiști și pentru deciziile lor de cumpărare (Fesenmaier și alții, 2010). Dezvoltatorii site-urilor de rezervări investesc sume considerabile de bani în dezvoltarea acestor platforme web, ca parte a unei strategii de marketing. Deși s-au alocat sume mari pentru dezvoltarea platformelor, nu s-a acordat suficientă atenție utilității și eficacității site-urilor de rezervare. În contextul acestui tip specific de afaceri, conținutul informațiilor și ușurința utilizării diferitelor site-uri web de rezervare este una dintre cele mai importante modalități de comunicare de marketing. Prin urmare, aplicațiile dezvoltate și utilizate pe site-ul de rezervare sunt extrem de importante. În cadrul acestor termeni, evaluarea web a devenit un proces critic în rezervarea eforturilor de măsurare a performanței site-ului web.

Cercetările privind aplicarea tehnologiei motoarelor de căutare în industria turismului sunt încă într-un stadiu incipient. Majoritatea studiilor se concentrează pe analiza site-urilor de rezervare a hotelurilor (Dickinger și alții, 2008; Murphy și Chen, 2014; Ali, 2016; Hahn și alții, 2017; Gao și alții, 2018; Legea, 2019), privind analiza agențiilor de turism online (Fu Tsang și alții, 2010; Wen, 2012; Mohseni și alții, 2018), asupra analizei site-urilor web reprezentând diferite segmente ale industriei hoteliere și ale turismului (Phelan și alții, 2013, Cao și Yang, 2016) sau pe site-urile de destinații turistice (Miguéns și alții, 2008; Kim și Fesenmaier, 2008; Fernández-Cavia și alții, 2014). Cu toate acestea, studiile privind motoarele de căutare pentru industria turismului rămân limitate și au nevoie de îmbunătățiri semnificative.

Studiul încearcă să ofere informații cuprinzătoare și să identifice elemente importante pentru evaluarea site-urilor de rezervări. Se așteaptă ca rezultatele să ofere cercetătorilor o mai bună înțelegere a divergenței investigațiilor. Acest lucru indică necesitatea unor cercetări viitoare cu privire la evaluarea site-urilor și a algoritmilor de evaluare utilizați în analiza performanțelor platformelor de rezervări în comparație cu concurenții. Acest lucru ar oferi informații utile pentru a facilita îmbunătățirile continue în această privință.

▪ *Aspecte metodologice*

Având în vedere problema de cercetare și anume identificarea elementelor din cadrul site-urilor de rezervare considerate importante de către utilizatori și care pot sta la baza sistemelor de clasificare și evaluare a acestora, pornind de la analiza literaturii de specialitate au fost formulate obiectivele care au ghidat demersul de cercetare, după cum urmează: (O1) Analiza principalelor tipuri de site-uri de rezervări existente pe piață; (O2) Identificarea tipurilor de site-

uri de rezervări preferate de utilizatori; (O3) Stabilirea gradului în care utilizatorii apreciază și consideră utile facilitățile și opțiunile speciale oferite de site-urile de rezervări. Totodată, au fost formulate ipotezele generale ale cercetării: (I1) O mare parte dintre românii utilizatori de internet apelează la site-uri de rezervări atunci când doresc să facă rezervări în scop turistic, iar cele mai utilizate site-uri de rezervări sunt cele complexe care pun la dispoziția utilizatorilor o ofertă extinsă și un număr mare de instrumente. (I2) Majoritatea facilităților puse la dispoziție de către platformele de rezervări online sunt considerate importante și sunt utilizate de către populația cercetată.

Pentru a implementa primul obiectiv O1- Analiza principalelor tipuri de site-uri de rezervări disponibile pe piață, a fost realizată o cercetare utilizând metoda observării. Astfel, pentru a surprinde opțiunile oferite de site-urile de rezervări, în conformitate cu tendințele actuale, a fost creat un cadru cuprinzător de evaluare a performanței pentru site-urile de rezervări, utilizând atributele și caracteristicile specifice industriei turismului. Acest model include dimensiuni de măsurare a utilității și funcționalității care au fost identificate printr-o analiză comparativă pe șase site-uri de rezervări, trei utilizate la nivel internațional și trei utilizate doar în România, corelate cu nevoile clienților în ceea ce privește site-urile de rezervări și evaluarea site-urilor hoteliere.

Pentru a continua evaluarea site-urilor de rezervări turistice selectate a fost dezvoltat setul de criterii de evaluare. Au fost luate în considerare modelele de evaluare a performanței site-ului (Ramos și alții, 2016; Hahn și alții, 2017; Tsang și alții, 2010; Ali, 2016; Saw și alții, 2015), atribute și caracteristici identificate din analiza de inventar a caracteristicilor specifice găsite pe site-urile de rezervare selectate pentru acest studiu, în corelație cu tendințele actuale și preferințele utilizatorilor pentru conținut bogat, informații, filtre și opțiuni, precum și interfața de utilizat. Aceste categorii de caracteristici au fost corelate cu pașii parcurși de utilizatori pentru a finaliza o căutare care s-ar putea încheia cu o rezervare, o experiență plăcută de cercetare și oferte speciale online și servicii complementare. Caracteristicile și atributele identificate au fost validate de un grup de agenți de turism, experți în tehnologia informației și utilizatori ai site-urilor de rezervare, care au verificat caracteristicile care pot măsura gradul de utilizare și funcționalitatea site-urilor de rezervare.

Au fost identificate 10 caracteristici și 30 de atribute, ce au fost grupate în următorul set de criterii de analiză: (a) accesibilitate: (1) căutare cu date flexibile, (2) filtre, (3) interfață ușor de utilizat, (4) oferte de cazare, (5) oferte de bilete de avion, (6) oferte complete de pachete, (7) oferte de închirieri auto, (8) oferte de croazieră, (9) oferte de apartamente, (10) oferte de city break, (11) oferte tematice, (12) oferte speciale (rezervare anticipată, last minute); (b) metoda de plată: (13) la destinație, (14) online, (15) transfer; (c) tipuri de unități de cazare turistică cu

funcții de cazare: (16) hoteluri, (17) pensiuni, (18) stațiuni, (19) case de oaspeți, (20) cabane, (21) apartamente; (d) tipul procesului de rezervare: (22) automat, (23) cu confirmare; (e) opțiuni speciale: (24) căutare bazată pe activități, (25) negociere tarifară, (26) cerere de ofertă personalizată, (27) sugestii pentru destinații cu tarife favorabile, (28) sistem de revizuire; (f) tipul motorului de căutare: (29) site web, (30) platformă; (g) politica de anulare (anulare gratuită); (h) căutare în funcție de scopul călătoriei; (i) buletine informative; (j) aplicație mobilă. Au fost evaluate cele șase site-uri de rezervare selectate în ceea ce privește setul de criterii dezvoltate în acest studiu luând în considerare în ce măsură îndeplinesc cerințele celor 10 caracteristici și 30 de atribute propuse.

Metoda de cercetare utilizată pentru îndeplinirea obiectivelor de cercetare O2, O3 și validarea ipotezelor formulate (I1, I2) a fost ancheta prin sondaj în rândul utilizatorilor de internet din România cu vârsta peste 18 ani. Datorită avantajelor oferite, comparativ cu alte metode de colectare a unui sondaj și costurile reduse, colectarea datelor a fost făcută printr-un chestionar electronic folosind metoda de asistare computerizată a interviurilor web (CAWI), care presupune colectarea datelor prin încărcarea chestionarului online pe Internet și completarea acestuia de către respondent direct în browser. Chestionarul a fost conceput de autori, după studierea conținutului sondajelor utilizate în alte cercetări de acest gen (Kim și Fesenmaier, 2008; Ramos și alții, 2016) și după efectuarea unei cercetări exploratorii pe site-urile selectate pentru analiză. Chestionarul a fost distribuit prin e-mail, grupuri, site-uri de socializare, principala platformă fiind Facebook. De asemenea, a fost utilizată metoda „bulgărelui de zapadă”, respondenții fiind rugați să transmită invitația de completare a chestionarului către alte persoane interesate de călătorii. Dezavantajul indus de selecția nealeatoare a membrilor eșantionului, metodă ce nu oferă garanția unei bune reprezentativități, a fost diminuat prin redresare astfel încât eșantionul utilizat să aibă cu o structură care să nu fie diferită din punct de vedere statistic de distribuția populației României utilizatoare de internet din perspectiva celor mai importante caracteristici socio demografice (Institutul Național de Statistică, 2017).

A fost obținut un eșantion format din 490 de persoane din România cu vârste cuprinse între 18 și 77 de ani, validat pe baza testului t-Student. (Lefter, 2004, p.150). Eșantionul a avut următoarea structură pe grupe de vârstă și sex: bărbați (49,2%), femei (50,8%), persoane cu vârsta cuprinsă între 18 și 34 ani (40%), persoane cu vârsta cuprinsă între 35 și 54 ani (39%), persoane cu vârsta de peste 55 ani (21%).

Prima întrebare din cadrul chestionarului a avut scopul de a delimita respondenții care preferă metoda clasică, cea a agențiilor de turism fizice, de cei care își planifică călătoriile folosind instrumentele din mediul online. Pentru a elimina respondenții care nu folosesc motoarele de rezervări din mediul online a fost adresată o întrebare filtru aceștia fiind

redirecționați către întrebările de natură demografică. Următoarele 12 întrebări au avut ca scop principal analiza site-urilor de rezervări din industria turismului, iar ultimele 4 au fost de natură demografică. Pentru a spori acuratețea datelor obținute a fost testat gradul de înțelegere a întrebărilor de către respondenți prin realizarea unui studiu pilot cu cincisprezece participanți în urma căruia au fost ajustate câteva întrebări.

Prelucarea datelor a fost realizată cu ajutorul programului SPSS utilizând metode de analiză a datelor univariate și bivariate, pentru identificarea legăturilor dintre variabilele cercetării fiind aplicate teste statistice.

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Pentru prezentarea informațiilor relevante într-un mod structurat, rezultatele au fost grupate pe principalele obiective de cercetare.

(O1) Analiza principalelor tipuri de site-uri de rezervare disponibile pe piață: Booking, Priceline și Hotwire și, la nivel național, Vola, Infoturism și Charter.

Din evaluarea motoarelor de booking online a rezultat faptul că website-urile internaționale s-au adaptat rapid și corespund tendințelor actuale, pe când cele existente la nivel autohton întârzie să facă implementările necesare. Unul dintre cele mai importante aspecte este reprezentat de modalitatea în care se efectuează procesul de rezervare, toate website-urile de rezervări internaționale oferind confirmare automată, dar nici măcar unul dintre cele românești nu oferă această posibilitate, fiind necesară intervenția unui operator pentru finalizarea rezervării.

În cadrul motoarelor de rezervare românești este disponibilă o largă gamă de produse turistice (pachete de vacanță, city-break-uri, oferte tematice), pentru care cererea în momentul de față urmează un trend descrescător, însă niciunul dintre website-uri nu oferă o aplicație mobilă. În momentul actual utilizatorul dorește să aibă posibilitatea de a-și planifica călătoria rapid și în mod independent, de aceea este recomandată investirea resurselor în diversificarea ofertelor de cazare individuale și de transport și în aplicații pentru telefoanele mobile.

De asemenea, două dintre cele trei site-uri web autohtone analizate oferă posibilitatea de a transmite cereri pentru oferte personalizate către operatorii din turism, proces de lungă durată care poate să fie înlocuit de opțiunea reprezentată de căutarea în funcție de activitățile pe care clientul dorește să le desfășoare și aplicarea filtrelor pentru o sortare eficientă în ceea ce privește tarifele, regimul de masă, categoria unității de cazare, ș.a.

Toate site-urile evaluate au un real succes și un număr impresionant de utilizatori care crește de la o zi la alta, dar unele sunt mai performante decât altele. Fiecare dintre acestea prezintă avantaje și dezavantaje, important este a identifica acele caracteristici în contextul tendințelor actuale și al preferințelor utilizatorilor.

(O2) Identificarea tipurilor de site-uri de rezervare preferate de utilizatori

Cea mai mare parte dintre respondenți (93,3%) au declarat că utilizează site-uri de rezervări pentru rezervările realizate în scop turistic. Site-urile preferate de către respondenți sunt: Booking, amintit de 93,7% dintre participanții la cercetare și Vola, precizat de 22,2% dintre participanții la cercetare. Pe locul trei în preferințele turiștilor a fost website-ul local Infoturism cu 19,1%, cunoscut și pentru colaborarea sa cu agențiile de turism clasice, utilizatorii acestuia având posibilitatea de a solicita oferte personalizate, ulterior aceștia fiind contactați pe email sau telefonic. Exceptând opțiunile deja menționate, printre preferințele turiștilor s-au clasat și site-urile Momondo (14,4%) și Airbnb (6,7%) o platformă care le permite localnicilor să își închirieze locuințele turiștilor pe perioade scurte de timp. Au fost amintite de către participanții la cercetare și alte site-uri precum Direct booking, Expedia și Trivago.

Rezultatele au confirmat ipoteza cercetării, conform căreia o mare parte dintre românii utilizatori de internet apelează la site-uri de rezervări atunci când doresc să facă rezervări în scop turistic, iar cele mai utilizate site-uri sunt cele complexe care pun la dispoziția utilizatorilor o ofertă extinsă și un număr mare de instrumente, site-ul www.booking.com fiind cel mai complex site dintre cele analizate.

(O3) Determinarea măsurii în care utilizatorii apreciază și iau în considerare facilitățile și opțiunile speciale oferite de site-urile de rezervare.

Pentru cuantificarea măsurii în care participanții la cercetare consideră importante diversele facilități puse la dispoziție de platformele de rezervări online, întreaga paletă de facilități regăsite au fost evaluate pe baza importanței acordate în timpul utilizării platformelor de rezervări online. Rezultatele au arătat că pe primul loc se situează „Oferte de cazare”, cu o medie de 4,68 puncte, pe o scală cu 5 niveluri. Următoarele facilități în ordinea mediilor obținute au fost: „Filtre” (4,52 puncte); „Interfață accesibilă” (4,43 puncte); „Oferte pentru bilete de avion” (4,20 puncte); „Oferte speciale/ Early Booking/ Last minute” (4,16 puncte); „Oferte pentru pachete de vacanță complete” (3,96 puncte); „Oferte pentru city break-uri” (3,93 puncte); “Oferte pentru apartamente” (3,55 puncte); “Oferte tematice (Disneyland, turism gastronomic, etc.)” (3,32 puncte); “Oferte pentru rent-a-car” (3,08 puncte); “Newsletter” (3,06 puncte); “Oferte pentru croazieră” (2,98 puncte). Se poate aprecia că, dacă ne raportăm la conceptul de niveluri ale produselor din perspectiva marketingului, cea mai importantă facilitate se situează în sfera produsului de bază.

Acest rezultat confirmă rezultatele altor cercetări, care subliniază importanța produsului de bază în luarea deciziei de a achiziționa unele produse, în cazul de față, pentru a utiliza unele site-uri web.

Pentru a afla dacă tinerii, persoanele de vârstă mijlocie sau persoanele în vârstă apreciază în același mod caracteristicile evaluate incluse în categoria „accesibilitate”, pentru fiecare dintre

cele trei categorii de vârstă, a fost calculată media evaluărilor lor și apoi comparat printr-un test ANOVA (Constantin, 2012). Rezultatele au indicat faptul că, statistic, cu excepția a două caracteristici, nu există nicio relație între vârstă și scorul cu care sunt evaluate. O relație semnificativă se găsește în ceea ce privește caracteristica „Oferte bilete de avion”. Pentru această variabilă, mediile obținute au fost: 4,11 pentru respondenții sub 34 de ani, 4,14 pentru cei cu vârsta cuprinsă între 35 și 54 de ani și 4,55 pentru cei cu vârsta peste 55 de ani. Grupurile de persoane mai în vârstă sunt mai sensibile la aceste oferte decât tinerii, ceea ce confirmă cercetările făcute de alți autori. (Kim și alții, 2015). În același timp, conform rezultatelor, „oferțele City Break” sunt mai apreciate de tineri în comparație cu celelalte grupe de vârstă. Scorurile medii au fost: 4,08 pentru respondenții sub 34 de ani, 3,73 pentru cei cu vârste cuprinse între 35 și 54 de ani și 3,96 pentru cei peste 55 de ani.

Pentru serviciile turistice, metoda de plată a fost considerată un aspect important, având în vedere că există platforme care permit rezervări numai după plata în avans. În urma răspunsurilor înregistrate, s-a putut constata că turiștii români preferă metoda clasică de plată la destinație. Aceasta a fost desemnată drept metoda preferată de 64% dintre respondenți. Plata online a fost aleasă ca metodă de plată preferată de 38,5% dintre respondenți, iar 11,6% au ales plata prin transfer bancar.

Pentru a determina care sunt cele mai căutate tipuri de unități de cazare, respondenții au fost rugați să precizeze tipurile de structuri de primire turistică pe care le-ar dori ofertate de platforma de rezervări online utilizată. Cei mai mulți dintre respondenți au optat pentru hoteluri (60,9%) și pensiuni (55%). Un procent destul de mare dintre respondenți (36%) au desemnat printre preferințe varianta “apartamente” și cabane (31,3%). Totodată 28,7 % dintre respondenți au ales varianta “orice tip de cazare” ceea ce ar putea fi, de asemenea, o informație importantă pentru dezvoltatorii de platforme de rezervări online. Formele de cazare care suscită un interes mai scăzut pentru respondenți sunt hostelurile, vasele de croazieră și cazările speciale.

În conformitate cu alte studii care determină importanța recenziilor online (Sainaghi și alții, 2018), rezultatele cercetărilor confirmă faptul că aproape toți respondenții (99%) citesc recenziile online lăsate de turiștii care au fost deja cazați în acea locație. În ceea ce privește frecvența examinării acestor recenzii, 73% dintre respondenți spun că verifică întotdeauna recenziile lăsate de alți turiști înainte de a face o rezervare. În consecință, administratorii platformei de rezervare trebuie să trateze secțiunile de revizuire cu prioritate și atenție. Sistemul “Peer-to-peer” și “economia comună” reprezintă tendințe (Bakker și Twining-Ward, 2018). Prezența unui sistem de analiză la nivelul site-urilor de rezervare este unul dintre subiectele importante actuale și viitoare (Fernandes și Fernandes, 2017; Kim și Park, 2017; Schuckert și alții, 2015; Xiang și alții, 2017). Călătorii au învățat să își împărtășească recenziile și alte

materiale de-a lungul anilor, iar consumatorii potențiali sunt extrem de interesați de opiniile și experiențele celor care au fost deja acolo. În ceea ce privește tipurile de unități de cazare, constatăm că apartamentele sunt din ce în ce mai căutate de consumatori.

O altă problemă monitorizată a fost măsura în care respondenții au considerat utile o serie de opțiuni speciale care au fost puse la dispoziție de platformele de rezervare online, făcând o ierarhie în funcție de atractivitatea acestora pentru respondenți pe o scară de 5 niveluri (5 reprezentând foarte utile). Scorul mediu obținut a fost ridicat, aproape de nivelul superior al scalei, ceea ce înseamnă o atractivitate ridicată pentru mai multe dintre aceste instrumente. Pe primul loc s-au situat „Sistemele de recenzii” (4,58 puncte), urmate de „Sugestii pentru destinații cu tarife avantajoase” (4,40 puncte) și „Cerere pentru ofertă personalizată” (4,19 puncte). O atractivitate puțin mai mică a fost înregistrată de către „Negocierea tarifului” (4,06 puncte), urmate de „Căutare în funcție de activități” (3,97 puncte). O altă caracteristică analizată a fost „Newsletter”, evaluată cu o medie de 3,06 puncte.

Cuantificarea măsurii în care utilizatorii de internet români sunt influențați în procesul de alegere de posibilitatea de a anula o rezervare fără cost, a arătat clar că majoritatea respondenților consideră că această opțiune este de mare importanță. Scorul mediu (8,42) pe o scară de la 1 la 10 în care 10 ilustrează faptul că utilizatorii sunt foarte influențați de posibilitatea de anulare gratuită. Mediana este reprezentată de 9, ceea ce arată că cel puțin 50% dintre respondenți au acordat cel puțin scorul 9 acestei facilități. Un alt aspect important de care orice site web ar trebui să fie conștient este interfața, care trebuie să fie compatibilă cu dispozitivele mobile. Un procent foarte mare de respondenți (74,1%) au spus că „telefonul mobil” este dispozitivul preferat pentru navigarea pe platformele online. De asemenea, 75,3% dintre respondenți au numit PC/ Laptop printre favorite, iar 15,3% au nominalizat „Tableta”. Există, de asemenea, utilizatori, deși într-un număr foarte mic (1,1%) care au spus că ar dori să poată accesa site-urile de rezervare prin Smartwatch. Din analiza comportamentului consumatorilor, se poate constata că aceștia utilizează mai multe ecrane secvențial sau simultan: telefoane inteligente, PC, tabletă sau Smartwatch. Companiile care gestionează site-urile de rezervare trebuie să construiască o arhitectură tehnologică flexibilă pentru a ajunge la consumatori pe toate dispozitivele. Este extrem de necesar să se ia în considerare impactul tehnologiilor portabile și inteligente în construirea arhitecturii site-urilor de rezervare, astfel încât să poată fi utilizate tehnologii portabile astfel încât consumatorii să rămână conectați pentru alerte și servicii personalizate.

Pentru a afla dacă preferințele pentru diferite browsere de pe platformele online sunt influențate de caracteristicile socio-demografice ale utilizatorilor, s-a folosit testul Pearson Chi-Square. Rezultatele au relevat faptul că între vârstă și preferința pentru anumite dispozitive de

navigație există o conexiune. Preferințele tinerilor pentru utilizarea telefonului sunt mai puternice decât cele ale celorlalte grupe de vârstă, ceea ce confirmă rezultatele altor cercetători (Kim și alții, 2015). Rezultatele generate de testul Pearson Chi-Square, aplicat pentru a măsura legătura dintre alte caracteristici socio-demografice (sex, educație, venit) și preferința pentru anumite dispozitive de navigație, conduc la concluzia că nu există nicio legătură între aceste variabile.

Rezultatele au confirmat a doua ipoteză a cercetării conform căreia majoritatea facilităților puse la dispoziție de platformele de rezervare online sunt considerate importante și sunt utilizate de către populația chestionată. Scorurile obținute de toate caracteristicile și opțiunile speciale sunt mari sau foarte mari.

▪ *Concluzii*

În acest studiu, s-a încercat dezvoltarea unui model cuprinzător de evaluare a performanțelor site-urilor web de rezervări turistice cu scopul de a oferi informații care să poată conduce la îmbunătățirea dimensiunilor de utilizare și funcționalitate. Cadrul creat a identificat un set de atribute și caracteristici specifice industriei turismului, identificate în corelație cu tendințele actuale și preferințele utilizatorilor cu privire la conținut, informații, filtre și opțiuni, precum și interfața cu utilizatorul. Rezultatele îi ajută pe dezvoltatori să își analizeze site-ul de rezervare și să reflecteze asupra posibilelor îmbunătățiri ale funcționalității și designului site-ului web pe care le pot aduce variantelor viitoare ale motoare de rezervare. Cele 10 caracteristici și 30 de atribute ajută managementul să înțeleagă aspecte importante pentru utilizatori. Companiile care gestionează site-urile de rezervare trebuie să adopte o abordare holistică care să le permită să rămână aproape de consumatorii lor în toate etapele procesului de rezervare: căutare, informare, alegere, rezervare, asistență, schimb de experiențe ale consumatorilor, inspirație a altor clienți potențiali etc. Dezvoltatorii din industrie pot implementa și prioritiza mai ușor afișarea anumitor filtre, caracteristici sau opțiuni pentru a îmbunătăți experiența utilizatorului, dar, de asemenea, pot determina turiștii să petreacă mai mult timp pe site-urile de profil și, în același timp, să aducă distribuitorilor o creștere a profitului din produsele turistice. Din punct de vedere academic, acest cadru ajută la consolidarea studiilor existente privind evaluarea site-urilor de rezervare și oferă baza pentru cercetările viitoare. Până acum, studiile de evaluare privind site-urile web de rezervări nu au reușit încă să identifice dimensiunile “ratingului” de performanță. Acest studiu este un mic pas înainte în propunerea unui cadru pentru evaluarea site-urilor de rezervare și a unei game de caracteristici și atribute adecvate. Acest studiu prezintă unele limitări. Principala limită a acestei cercetări este generată de modul în care este selectat eșantionul. Metoda de selecție non-aleatorie duce la o reprezentativitate slabă pentru populația cercetată, cea a utilizatorilor de internet din România. Deși se încearcă compensarea acestui

dezavantaj folosind un eșantion care a fost validat în raport cu cele mai importante caracteristici socio-demografice ale populației chestionate, rezultatele trebuie interpretate cu prudență. Efectuarea unor cercetări de marketing cantitative reprezentative la nivel național, pe baza metodelor de eșantionare aleatorii, reprezintă o provocare pentru autori.

Cercetările viitoare ar putea fi extinse pentru a completa acest studiu prin includerea unor studii cantitative mai detaliate și investigarea prezenței altor variabile în aceste studii, cum ar fi relația dintre aceste caracteristici, atribute, caracteristici manageriale și preferințele consumatorilor din alte state. Cu siguranță, cercetarea poate fi extinsă la alte site-uri de rezervări, pentru a identifica alte probleme importante referitoare la eficiența și optimizarea acestora. În același timp, autorii propun noi cercetări calitative pentru a surprinde motivațiile utilizatorilor în alegerea unui site de rezervare, pentru a aprofunda opiniile consumatorilor cu privire la platforma site-ului existent și pentru a obține un număr mai mare de propuneri cu privire la modul de îmbunătățire a acestuia.

3.5. Permacultură și Downshifting – Surse ale dezvoltării sustenabile a turismului în zonele rurale¹³

Această cercetare și-a propus să identifice măsura în care permacultura și downshifting-ul sunt percepute de părțile interesate locale ca modalități de dezvoltare ale turismului rural din județul Brașov, România. Prin urmare, cercetătorii au efectuat o cercetare calitativă cu scopul de a răspunde la următoarele întrebări: Cum sunt percepute permacultura și downshifting-ul ca instrumente în turismul rural?; În ce mod permacultura și downshifting-ul au impact asupra activităților turistice din turismul rural din județul Brașov?; Care este importanța altor elemente care ar putea influența turismul rural, în special în legătură cu permacultura și downshifting?; Care sunt elementele specifice în organizarea rețelelor de turism rural?.

▪ Sumar al literaturii științifice

Abordările conceptuale și practica din domeniul turistic evidențiază un aspect esențial, care constă în existența unei relații armonioase între mediul ambiant și toți actorii implicați în lanțul valoric, relație necesară în conceperea serviciilor turistice, inclusiv a elementelor tangibile aferente, cu efecte directe asupra menținerii și îmbogățirii experienței turiștilor. În prezent, cunoscuta expresie “destinație frumoasă și prietenoasă”, caracteristică turismului de masă, tradițional, nu mai este suficientă, turiștii dorind din ce în ce mai mult să viziteze locuri care să îi deconecteze de la ritmul de viață obișnuit, să le trezească interesul și pasiunea, să îi captiveze, să

¹³ Epuran G., Tescașiu B., Tecău A.-S., Ivasciuc I.-S., Candrea A.-N. (2021) Permaculture and Downshifting-Sources of Sustainable Tourism Development in Rural Areas. *Sustainability*, 13(1):230. <https://doi.org/10.3390/su13010230>

îi distreze, să le ofere amintiri de durată, toate în contextul grijii față de mediul înconjurător și al respectului pentru populația rezidentă din zona vizitată.

În literatura de specialitate (Babou și alții, 2009; Dickinson și alții, 2010; Heitmann, 2011; Nistoreanu și alții, 2011; Fullagar, 2012; Khan, 2015; Slow Movement, 2015; Vainikka, 2015; Slow Tourism Italia, 2016; Slow Tourism Project, 2016; Moira și alții, 2018) aceste tendințe evidente sunt abordate ca replici la stilul de viață rapid, concretizat în fast touring/travel, fast food etc., unul dintre conceptele avansate fiind cel de slow tourism, care presupune experiențe turistice de calitate, menținerea unui mediu sănătos pe termen lung, minimizarea consumului de masă și căutarea a tot ceea ce este autentic și rar. Turismul lent, considerat un „antidot al turismului de masă” (Moira și alții, 2018), un „contraatac la adresa culturii în viteză” (Osbaldiston, 2013), privilegiază consumul minimalist, stimulând stagnarea sau creșterea lentă (Hall, 2009; Lorek și Fuchs, 2011) și realizarea călătoriilor sau vacanțelor într-un manieră simplă, lipsită de stres, care „abandonează” confortul obișnuit, tipic și favorizează implicarea directă în anumite activități la locul vizitat (Khan, 2015). Comportamentul turistului lent este similar cu cel al exploratorului, identificat cu peste 50 de ani în urmă (Cohen, 1972) sau cu cel al turistului cu rucsacul în spate (Sorensen, 2003; Cohen, 2003; Hannam și Ateljevic, 2008), care pune accent pe timpul liber, pe spontaneitate, pe libertatea de mișcare, dorind să se integreze armonios, să se ”scufunde” în cultura locală (Pop și Dabija, 2013) și să obțină astfel o valoare experiențială unică pentru el (De Salvo și Calzati, 2018). Din această perspectivă, turistul apare ca fiind „co-creator de valoare socială și participant activ la crearea unor idealuri sociale” (Paltrinieri, 2008).

Una dintre fațetele “turismului lent” este cunoscută sub denumirea de downshifting, concept apărut pe fondul refuzului oamenilor din societățile occidentale de a considera valorile materiale, poziția ierarhică și banii drept elemente definitorii ale existenței lor, preferând în schimb ideea de calitate a vieții, de petrecere inteligentă a timpului, fără a deveni sclavi ai muncii (Liiceanu, 2012). Simplitatea voluntară, concept cu origini religioase apărut în secolul al XIX-lea (Thoreau, 1854), se referea inițial la viața idilică, fiind perfecționat peste un secol și popularizat pe scară mai largă ca simplitate exterioară și bogăție interioară (Elgin, 1981). Prima utilizare a termenului „downshifting” a fost atribuită lui Gerald Celente de la Institutul de Cercetări Trenduri din New York în 1994, care a calificat-o drept cea mai fundamentală schimbare în modul de viață de la criza economică (Schreurs, 2010).

Sub influența tendinței de „încetinire a ritmului, de găsim a unui echilibru între muncă și viața personală, folosind mai puține resurse financiare și optând pentru o viață mai simplă, mai verde și mai fericită” (Downshifting Week, 2019), tot mai mulți turiști din întreaga lume se orientează în prezent către destinații verzi, sprijină comunitățile locale și încearcă să-și reducă

influența negativă asupra mediului, context în care turismul verde, sau turismul ecologic, în care oamenii sunt încurajați să desfășoare activități de agrement rural într-o manieră care să ajute, mai degrabă decât să dăuneze mediul rural, câștigă tot mai multă popularitate (Meler și Ham, 2012).

Etica și principiile permaculturii se constituie într-o declarație concisă și globală, iar modalitățile prin care se transmit aceste principii diferă în funcție de zone și țări (Holmgren, 2002). În absența unei strategii etice globale privind mediul, permacultura oferă o relație convingătoare între etică și bunăstarea mediului (Burnett, 2008; Bellacasa, 2010) prin cele trei principii sau orientări etice (Akhtar și alții, 2016) cu importante funcții morale și cu fundament în mare măsură similar: îngrijirea pământului, îngrijirea oamenilor, acțiuni echitabile prin stabilirea unor limite ale consumului, principii pe care în acest articol le-am reformulat adaptându-le contextului cercetării, astfel: curat, onest și bun/ sănătos.

„Îngrijirea Pământului” (Curat) are legătură cu toate aspectele permaculturii și se concentrează asupra faptului că toate ecosistemele trebuie să fie menținute curate, deoarece fără un pământ sănătos, ființele umane nu se pot dezvolta armonios. Cea de-a doua orientare etică „Îngrijirea oamenilor” (Oonest) presupune îndeplinirea cerințelor esențiale pentru existența oamenilor, astfel încât viața oamenilor să poată fi de bună calitate, fără a dăuna pământului. A treia, și ultima orientare etică, „Acțiune echitabilă” (Bun/ Sănătos) reprezintă o combinație a primelor două orientări etice. Potrivit acesteia, ființa umană trebuie să împărtășească toate resursele regenerabile și neregenerabile cu toate celelalte organisme vii și să economisească resursele pentru generațiile viitoare (Mollison și Slay, 1991; Dabija și Băbuț, 2013).

Atât în mod explicit, cât mai ales implicit, constatăm că cele trei principii etice ale permaculturii joacă un rol esențial în managementul lanțurilor de aprovizionare ecologică, concept cu puternice rezonanțe în marketingul verde (Dabija și Pop, 2013), fără însă a se ajunge la dezvoltarea unui cadru de referință pentru gestionarea lanțului de aprovizionare ecologic, sau a lanțului de aprovizionare verde, așa cum se regăsesc denumite într-o serie de lucrări (Font și colab, 2008; Srivastava, 2007; Tseng și alții, 2019). Academicienii și practicienii au propus conceptul de management al lanțului de achiziție verde (GSCM - green supply chain management), ca soluție potențială pentru îmbunătățirea performanței de mediu. Având rădăcini atât în managementul mediului, cât și în managementul lanțului de aprovizionare, conceptul de GSCM a apărut în anii '90 (Seuring și Müller, 2008), iar cercetările la nivel academic arată că acesta a evoluat prin aplicarea principiilor de gestionare a mediului pe tot parcursul ciclului de aprovizionare a clienților (Handfield și alții, 1997). După anul 2000, acest concept a câștigat popularitate (Srivastava, 2007; Seuring și Müller, 2008; Fahimnia și alții, 2015), definițiile devenind mai elaborate, fără a putea cuprinde, însă, întreaga complexitate a conceptului (Ahi și Searcy, 2013). Astfel, a fost adăugată componenta „verde” în gestionarea lanțului de

aprovizionare, ceea ce implică abordarea relațiilor dintre managementul lanțului de aprovizionare și mediul natural (Srivastava, 2007), iar GSCM a fost definit ca integrare a preocupărilor de mediu în practicile inter-organizaționale de gestionare a lanțului de aprovizionare durabilă, inclusiv a proceselor de logistică inversă (Sarkis și alții, 2011).

O configurație rurală se ocupă de setul semi-coerent de reguli care orientează și coordonează activitățile părților interesate din mediul rural. Pe de o parte, părțile interesate adoptă, instituie și se bazează pe reguli și acțiuni concrete în practicile locale; pe de altă parte, regulile configurează acțiunile părților interesate (Giddens, 1984).

▪ *Aspecte metodologice*

Metoda de cercetare aleasă a fost interviul, iar tehnicile de investigație au fost interviul și observația în profunzime. Procedura utilizată a fost interviul semi-structurat, respectiv analiza datelor din surse secundare, iar ghidul de interviu a fost folosit ca instrument de investigație. Baza de eșantionare a constat din 383 de pensiuni agroturistice și 236 de restaurante clasice și tradiționale din zonele cu potențial ecologic din județul Brașov precum și 345 de ghiduri cu certificat de turism montan, ecoturism și habitat natural selectat din listele oficiale publicate pe site-ul web al Autorității Naționale a Turismului, în cadrul Ministerului Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri (Romanian Tourism Authority, 2020). Cercetătorii au optat pentru metoda cotei în procesul de eșantionare, deoarece are mai multe avantaje în metoda calitativă (Golafshani, 2003). Eșantionul a inclus 33 de subiecți aleși de echipa de cercetare, pe baza unei analize a caracteristicilor și compatibilității acestora cu scopul general și obiectivele cercetării. După stabilirea aleatorie a furnizorilor de servicii turistice ecologice (5 pensiuni agroturistice, 3 restaurante și 5 ghizi) care vor face parte din eșantion, a fost utilizată metoda „bulgărelui de zăpadă” pentru a completa eșantionul cu alte categorii de participanți. Reprezentanții companiilor de turism au fost rugați să recomande furnizori de produse ecologice (producători primari de bunuri ecologice), precum și turiști cu orientare ecologică. În acest fel, eșantionul a fost structurat în trei categorii de persoane intervievate (P - producători primari, B - furnizori de servicii din „categoria de afaceri” și T - turiști) din Brașov și din zonele rurale înconjurătoare.

A fost elaborat un ghid de interviu, luând în considerare principalele aspecte care definesc cele două fenomene și impactul lor în turismul rural din zona considerată - îngrijirea pământului, partajarea echitabilă, îngrijirea oamenilor, echilibrul dintre valorile materiale și spirituale, integrarea în natură și stil de viață ecologic, valoarea culturii locale, certificarea și comunicarea ecologică. Pentru a permite persoanelor intervievate să se exprime într-un mod liber, cercetătorii au stabilit, de asemenea, o secțiune în care participanților li s-a permis să identifice și să explice alte elemente pe care le consideră importante în opinia lor. Ghidul de interviu a fost conceput astfel încât întrebările au fost puse într-o succesiune logică care

epuizează toate aspectele apropiate legate de subiectul investigat (Malhotra, 2004). Durata interviurilor a variat între 50 și 60 de minute. Interviurile au început cu o discuție introductivă în care au fost prezentate aspectele legate de confidențialitate, modul în care vor fi înregistrate interviurile, de la fiecare participant s-a obținut verbal consimțământul informat și a fost menționat scopul cercetării. În timpul interviurilor, participanții la cercetare au fost îndemnați să furnizeze informații detaliate despre toate subiectele discutate (Boyce și Neale, 2006) până când cercetătorii au considerat că s-a ajuns la o înțelegere aprofundată a subiectului.

Pentru analiza și interpretarea datelor, s-a folosit analiza conținutului, rezumând răspunsurile prin cuvinte cheie. Analiza pe verticală a ajutat la determinarea modului în care fiecare participant abordează aspectele legate de ecologie, oferind o imagine clară a fiecărei entități. Analiza pe orizontală a oferit posibilitatea de a analiza răspunsurile pe fiecare subiect și de a trage concluzii importante cu privire la proiectarea profilelor în cadrul cărora pot fi incluși „actorii” implicați în lanțul de eco-valoare în domeniul turismului.

▪ ***Rezultate ale cercetării ce ating spectrul sustenabilității sociale***

Prin cercetarea calitativă realizată s-au identificat mai multe elemente specifice rețelelor de distribuție din turismul ecologic, care conduc către conturarea unor modele de rețele ecologice. Rețelele analizate în cadrul acestei cercetări sunt unice, având structuri și caracteristici distincte, clar definite chiar dacă sunt într-o continuă transformare, dar printr-o analiză detaliată a incidenței, intensității și integrării măsurilor specifice, insuflă de valori precum bun, curat, etic, se pot evidenția trei tipuri de rețele. Acestea „evoluează” de la rețele de tip „permacultură” la rețele de tip „downshifting” până la rețele de tip „lanț ecologic”.

Rețele de tip permacultură se caracterizează prin grija pentru pământ, împărțirea echitabilă și grija față de oameni. În cadrul acestor rețele, dacă ne referim la localnici în calitate de ofertanți (P), grija pentru pământ a fost evidențiată în special prin: renunțarea la fertilizatori și produse chimice, integrarea producției în natură, minimizarea cantității de deșeuri nedegradabile, asigurarea complementarității culturilor, minimizarea consumului de apă și energie, utilizarea materialelor ecologice în construcții și amenajări, utilizarea energiei regenerabile (prin metode tradiționale), valorificarea producției locale. Împărțirea echitabilă este reflectată de implicarea în proiecte locale și achitarea datoriilor fiscale. Grija față de oameni se manifestă prin: sprijinirea altor membri ai comunității și utilizarea forței de muncă locală.

Privind către intermediari (B)- agenții și organizații specializate în turismul ecologic, ghizi, prestatori de servicii de alimentație publică și cazare, grija pentru pământ s-a făcut simțită prin modul de alegere a furnizorilor ecologici, manifestarea interesului pentru certificarea ecologică, implementarea unor măsuri ecologice, oferirea de produse ecologice. Împărțirea echitabilă a fost oglindită de modul în care intermediarii se implică și desfășoară campanii CSR

și prin achitarea datoriilor fiscale. Grija față de oameni a fost cuantificată prin gradul în care oferă sprijin altor membri ai comunității și utilizarea forței de muncă locală. Turiștii (C), priviți ca verigi în cadrul acestor rețele au fost evaluați cu privire la grija pentru pământ în funcție de modul în care respectă valorile ecologice, realizează achiziții ecologice, colectează selectiv deșeurile, dau dovadă de disponibilitate de a plăti în plus pentru produse/ servicii/ ambalaje ecologice, sprijină cauze ecologice, raportează către autorități probleme ecologice observate. Participarea la împărțirea echitabilă a fost exprimată prin măsura în care oferă donații pentru cauze ecologice sau participă la acțiuni de voluntariat. Grija față de oameni a fost evidențiată atunci când își declară apartenența la asociații sau organizații ecologice sau devin vectori de opinie pe teme ecologice.

Rețelele de tip downshifting-permacultură înglobează caracteristicile rețelilor de tip permacultură, dar, se află pe o treaptă superioară pe scara evoluției către lanțul eco-valoric, având, în plus, caracteristici precum: minimizarea importanței valorilor materiale și orientarea spre valori spirituale exprimate prin abordarea unui stil minimalist de amenajare; reutilizarea obiectelor; acordarea de donații; practicarea unor prețuri echitabile; sprijinirea unor campanii CSR; preocupare pentru viața spirituală; integrarea în natură și practicarea unui stil de viață ecologic exprimat prin: localizarea în mediul rural sau în apropierea ariilor naturale, utilizarea materialelor naturale, colectarea selectivă a deșeurilor, alegerea furnizorilor integrați în natură, achiziționarea produselor din materiale naturale, achiziționarea produselor și serviciilor furnizate de ofertanți integrați în natură; valorificarea culturii locale exprimate prin: conservarea obiceiurilor și tradițiilor locale, conservarea stilului de viață tradițional, utilizarea și promovarea metodelor tradiționale/ locale de producție (rețete gastronomice, meșteșuguri, teme artisanale etc.), alegerea și promovarea furnizorilor care conservă obiceiurile și tradițiile locale și stilul de viață tradițional, utilizarea metodelor tradiționale de producție, manifestarea interesului pentru obiceiurile și tradițiile locale și pentru stilul de viață tradițional. Aceste caracteristici sunt prezente la nivelul fiecărei verigi ale rețelei de distribuție (P,B,C).

Lanțul eco-valoric reprezintă cea mai evoluată formă a rețelei ecologice de aprovizionare. Membrii rețelei de tip lanț eco-valoric (P,B,C), în afara faptului că fac dovada deținerii caracteristicilor prezente în cadrul rețelilor de tip downshifting- permacultură, îndeplinesc și alte condiții precum: orientarea către certificarea ecologică demonstrată prin deținerea unui certificări ecologice, apartenența la organizații ecologice, dezvoltarea de parteneriate alături de alte organizații orientate ecologic, utilizarea/ achiziționarea cu preponderență a produselor ecologice și comunicarea sau împărtășirea experienței probată prin: valorificarea producției ecologice în mediul virtual, asumarea rolului de influencer sau vlogger, realizarea de postări tematice în mediul virtual.

Relațiile ce se formează între membrii unei asemenea structuri de distribuție sunt semnificativ diferite de cele din turismul clasic dictate, în primul rând, de dorința de a obține profit. Cele trei elemente esențiale specifice permaculturii și downshifting-ului: bun, curat, cinstit se regăsesc între valorile de bază ale membrilor unei rețele de distribuție ecologice și întregul comportament al acestora este influențat de aceste principii.

De asemenea, participanții la cercetare fac parte din categoria celor care se consideră responsabili de implementarea unor măsuri ecologice precum: educarea turiștilor în privința conduitei în natură, în special în ariile naturale protejate sau în tururile de observare a animalelor sălbatice în habitatul lor natural; reducerea numărului de participanți la tururile în mediul natural, pentru a perturba cât mai puțin mediul natural, colectarea deșeurilor de pe trasee în timpul tururilor și utilizarea responsabilă a resurselor naturale. Ofertanții de servicii de cazare, în afara faptului că în cadrul propriilor organizații implementează sisteme de colectare selectivă și reciclare a deșeurilor, fac posibilă și pentru turiști colectarea selectivă a deșeurilor, aceștia fiind, de altfel, persoane cu spirit ecologic pronunțat pentru care nu mai este necesară educarea în acest sens. Totodată, aceștia conștientizează impactul activității lor asupra mediului vizitat și iau măsuri de minimizare a acestuia.

▪ **Concluzii**

Conceptele de permacultură și downshifting au apărut - așa cum este detaliat în articol - pe baza refuzului oamenilor de a considera valorile materiale ca elemente definitorii ale existenței lor, preferând în schimb ideea calității vieții și protecția naturii. Persoanele atașate de aceste valori se exprimă atât prin comportamentul în producția de bunuri și servicii în general, cât și în sfera consumului de bunuri și servicii turistice ecologice. Stilul lor de viață, exprimat atât în sfera profesională cât și în cea personală, a contribuit, de-a lungul timpului, la schimbări ale cererii turistice. Din ce în ce mai mulți oameni își alocă timp pentru a vizita zonele rurale, pentru a înțelege localnicii și tradițiile locale, pentru a consuma produse organice produse în comunitate, pentru a se integra cu natura și pentru a avea un stil de viață ecologic.

Au fost identificate mai multe elemente specifice distribuției în turismul rural, ducând la modelarea rețelelor ecologice, bazate pe concepte specifice, cum ar fi bun, curat, etic, integrarea naturii, cultura locală și comunicarea. Aceste concluzii sunt în concordanță cu studiile anterioare (Burnett, 2008; Bellacasa, 2010; Dabija și Băbuț, 2013; Liiceanu, 2012), dar cercetarea a adus în atenție o perspectivă mai detaliată, deoarece a subliniat aceste aspecte asupra diferitelor categorii de părți interesate implicate în turismul rural (producători locali și furnizori de servicii; intermediari și turiști). Acest lucru ar putea fi considerat nu numai un element de noutate, ci și un element cu valoare adăugată.

Rezultatele prezentului studiu oferă o serie de implicații practice pentru diferite categorii de părți interesate din destinații rurale. Autoritățile publice de la nivel local, regional (județean) și național, în cooperare cu reprezentanți ai organizațiilor neguvernamentale, pot lua în considerare promovarea decalării și permaculturii drept bune practici în implementarea turismului rural durabil. Mai multe campanii (online și offline) pot fi organizate pentru a sensibiliza diferitele categorii de părți interesate din turismul rural cu privire la perspectivele abordării acestor bune practici în activitățile lor de turism rural. Conectarea diferitelor categorii de părți interesate din turismul rural interesate de downshifting și permacultură în comunitățile și grupurile online poate sprijini, de asemenea, implementarea acestor concepte în destinațiile rurale.

B.II. Planul de evoluție și dezvoltare a carierei

Câteva gânduri

Din perspectiva mea sunt o persoană adaptabilă, curioasă, deschisă spre tot ce este nou, necunoscut. Lumea academică se schimbă, iar această schimbare mi se pare provocatoare. Vreau să fiu printre primii care o îmbrățișează. În cercetare, în predare, în sudarea relațiilor dintre universitate și mediul de afaceri, în efortul de a contribui la clădirea unei societăți sustenabile am încercat mereu să fiu inovare și curajoasă. Acum, aflată în acest punct al carierei universitare, mă afund în trecut pentru a mă autoevalua și apoi îmi ridic privirea îndrăznind să privesc spre viitor. În mintea mea apare o întrebare. Întâi o ignor, pentru că se strecoară timid printre multitudinea de idei și sentimente animate de acest moment, dar mai apoi revine cu obsesivitate. *Oare va putea experiența să înlocuiască ceea ce timpul a estompat nemilos din energie, entuziasm și optimism?* Și iată cum, o frântură de gând a destrămat armonia dintre cognitiv și afectiv. Așa că voi face un plan, planul de carieră, care să mă ghideze astfel încât să nu mă rătăcesc în numărul nelimitat al circumstanțelor sau să mă risipesc prin fapte minore.

1. Experiența profesională

Mi-am clădit cariera universitară la Facultatea de Științe economice și administrarea afacerilor din cadrul Universității Transilvania din Brașov pe cele două direcții dictate de viziunea și misiunea universității: activitatea didactică și cercetarea științifică. În timp, odată cu noile tendințe ale lumii academice, mi-am lărgit orizontul spre alte două direcții menite să aducă suport activității didactice: apropierea de mediul de afaceri și implicarea în acțiuni sociale.

▪ **Activitatea didactică**

În anul 1998 am obținut prin concurs titularizarea în învățământul superior. Am ocupat la început postul de preparator, iar din 2001 postul de asistent universitar desfășurând activități de seminar la disciplinele *Marketing, Cercetări de marketing, Comerț și Marketing social politic* predate de iluștrii profesori universitari precum prof. dr. Lefter Constantin, prof. dr. Patriche Dumitru și prof. dr. Brătucu Gabriel. Încurajată de aceștia am urmat cursul firesc al dezvoltării profesionale și, în anul 2003, am candidat pe postul de lector universitar preluând și o parte din cursurile la disciplinele *Cercetări de marketing și Comportamentul consumatorului*. Avansarea pe treapta superioară a carierei universitare, la gradul didactic de conferențiar, am realizat-o în 2013 după obținerea în 2007 a titlului de doctor în economie.

Dezvoltarea abilităților didactice a reprezentat pentru mine o prioritate în toată această perioadă. Din dorința de formare continuă am participat la stagii de pregătire și am obținut

certificate de specializare recunoscute de piața muncii din România, respectiv *Manager de proiect și Formator*.

Am îndrumat un număr mare de studenți și masteranzi în realizarea lucrărilor de licență și disertație căutând totdeauna să propun teme cu grad ridicat de noutate. Totodată, am îndrumat mai mulți studenți în realizarea lucrărilor pentru concursurile și sesiunile de comunicări științifice studentești, o parte dintre aceștia obținând premii la competițiile științifice locale și naționale. Cea mai mare realizare este câștigarea marelui premiu la faza națională a Olimpiadei de marketing în anul 2017 de către studentele Andra Tudor și Floretina Stamate. De asemenea, menționez participarea, în ultimii ani, în calitate de membru la comisii de licență, la programul de studii Marketing (licență) precum și participarea în comisiile de îndrumare pentru doi doctoranzi.

În scopul perfecționării activității didactice și de cercetare, prin programul Erasmus sau prin alte programe finanțate de universitate, am participat la mai multe schimburi de experiență, am susținut activități didactice și de cercetare la universități de prestigiu din Italia și Belgia și am participat la conferințe științifice internaționale organizate în Grecia și Spania.

▪ **Activitatea științifică**

Activitățile în vederea obținerii titlului de doctor le-am demarat în anul 2000 când am fost acceptată la Academia de Studii Economice din București, Facultatea de Comerț, pentru desfășurarea studiilor doctorale, sub îndrumarea prof. univ. dr. Dumitru Patriche. În perioada 2000-2005, am susținut cele trei examene și trei referate prevăzute din planul activității de doctorat, obținând la toate calificativul ”Foarte bine”. În anul 2007 am susținut teza de doctorat intitulată ”*Aspecte privind integrarea structurilor comerciale românești în cadrul sistemului vertical de distribuție*”, obținând titlul de *doctor în domeniul Economie*. Am continuat colaborarea foarte bună cu coordonatorul științific al tezei de doctorat, activitate finalizată prin publicarea a două cărți scrise sub coordonarea domnului prof. univ. dr. Dumitru Patriche.

Am făcut parte din cadrul mai multor colective de cercetare alături de colegi din Universitatea Transilvania, Facultatea de Științe economice din București și Facultatea de Economie și administrarea afacerilor din Galați.

Cele mai importante proiecte de cercetare științifică la care am participat sunt:

- manager de proiect în cadrul proiectului ”*Studiu cu privire la securitatea în turism la nivelul municipiului Brașov*”, având ca beneficiar Primăria municipiului Brașov;
- director de proiect în cadrul proiectului ”*Măsurarea oportunității realizării unei aplicații în realitate virtuală de sugestie a traseelor turistice sigure pentru persoanele cu dizabilități*”, finanțat de Universitatea Transilvania din Brașov;

- membru în echipa de cercetare a proiectului ”*E-biz Research*”, finanțat de Universitatea Transilvania din Brașov;
- membru în echipa de cercetare a proiectului *FutureWeb* „*Modelarea empirică și dezvoltarea experimentală a instrumentelor asociate tehnologiilor emergente din domeniul rețelelor sociale online*”, 86/PCCDI/2018, finanțat de UEFISCDI;

Diseminarea către mediul academic, economic și social a rezultatelor obținute în cadrul acestor cercetări a fost realizată prin: participări la conferințe naționale și internaționale desfășurate în centre universitare din țară, participări la conferințe internaționale desfășurate în străinătate, publicarea de articole în reviste indexate în baze de date internaționale, publicarea de cărți sau capitole în volume colective prin edituri naționale sau internaționale, publicarea de articole în reviste indexate în ISI Web of Science cu scor de influență (AIS) nenul.

Activitatea științifică la care am participat a fost apreciată de comunitatea științifică, aspect dovedit prin acceptarea spre publicare a rezultatelor în cadrul unor reviste indexate în baze de date internaționale și în volumele unor conferințe internaționale, o parte indexate ISI (42 articole), în reviste indexate ISI Web of Science cu scor de influență (AIS) nenul (9 articole), sau în cărți ale unor edituri de prestigiu (7 cărți). O parte dintre articolele publicate au fost citate de alți cercetători, de asemenea, în articole apărute în reviste indexate în baze de date internaționale, în ISI Web of Sciences cu scor de influență (AIS).

Am încercat să învăț prin schimburi de experiență realizate la universități de prestigiu din Portugalia și Slovenia în cadrul unor proiecte de cercetare finanțate de universitate.

- ***Contribuții la dezvoltarea universității antreprenoriale prin crearea unor legături cu mediul de afaceri***

Când am înțeles că învățământul superior se transformă impulsiv fiind de nevoile unei societăți de afaceri din ce în ce mai pragmatice și începe să se contureze o nouă dimensiune, cea a universității antreprenoriale, m-am implicat în implementarea unor proiecte destinate dezvoltării personale a studenților în acest sens. Astfel, am făcut parte din echipele de management sau implementare ale unor proiecte precum: Antreprenoriat și Supply chain management (2010 - 2012); Studentul consiliat-excelent viitor angajat! (2014 - 2015); Suport universitar pentru calitate, competitivitate și echitate studentă - SUCCES (2018 - 2021); Facilitarea inserției pe piața muncii a viitorilor absolvenți de Științe Economice și Administrarea Afacerilor (2014 - 2015); De la teorie la practică în medicină (2010 - 2012).

Totodată, cu scopul îmbunătățirii activității didactice, am dezvoltat legături cu mediul de afaceri pentru a putea realiza împreună cu studenții vizite de lucru la diverse companii din

Brașov și din țară și pentru a putea invita la cursuri reprezentanți ai mediului de afaceri sau experți din cadrul unor agenții specializate în realizarea studiilor de piață.

▪ ***Contribuții la dezvoltarea sustenabilății sociale în cadrul universității***

La dezvoltarea mea personală și profesională au contribuit și alte activități pe care le-am organizat sau la care am participat împreună cu studenți și alți colegi din facultate vizând nu numai dezvoltarea profesională a studenților ci și dezvoltarea personală a acestora, ca membri responsabili ai unei societăți incluzive și echitabile, precum: implicarea în activități caritabile realizate împreună cu studenți și colegi din cadrul facultății noastre, organizarea de excursii de studii, participarea la târguri de profil. Prin aceste activități studenții au avut posibilitatea de a îmbina teoria cu practica dar și de a-și forma o serie de deprinderi utile în dezvoltarea lor personală precum altruismul, empatia sau voluntariatul.

Activitatea mea profesională a fost apreciată de către colegi, aceștia propunându-mă pentru a face parte din diverse organisme administrative din facultate: membru în consiliul departamentului Marketing, turism, servicii și afaceri internaționale (2008-prezent), membru în Consiliul facultății (2020-prezent), membru în Senatul Universității Transilvania din Brașov (2012-2016).

2. Planul de carieră

Sper că experiența acumulată începând din 1998, când am îmbrățișat cu inima plină de dăruire cariera universitară, și aspirația spre performanță mă vor conduce spre îmbunătățirea performanțelor profesionale. În anii următori doresc să-mi clădesc cariera universitară pe două direcții principale: activitatea didactică și cercetarea științifică și două secundare: apropierea de mediul de afaceri și implicarea în acțiuni sociale, în corelație cu strategia de dezvoltare a departamentului, a facultății de care aparțin și cu misiunea și valorile Universității Transilvania din Brașov.

În sfera activității didactice:

Obiectivele pe care mi le-am stabilit pentru îmbunătățirea continuă a activității didactice sunt:

- Perfecționarea continuă a stilului de predare prin participarea la work-shopuri, traininguri, schimburi de experiență în țară și în străinătate (la universități partenere ale facultății noastre în cadrul programului Erasmus și în cadrul altor programe) și prin utilizarea tehnologiei moderne inclusiv aplicații de VR și AR;

- Conceperea de materiale didactice noi în care să integrez studii de caz și aplicații bazate pe rezultatele unor cercetări de marketing facilitând astfel înțelegerea modului în care se pot pune în practică noțiunile teoretice. Printre materialele pe care doresc să le redactez se regăsesc: o colecție de cercetări cantitative de marketing, un ghid de redactare a instrumentelor de culegere a datelor specifice cercetărilor de marketing calitative, un ghid de utilizare a aplicațiilor software de analiză a datelor calitative. Doresc ca aceste cărți de specialitate să fie publicate de editura Universității Transilvania sau alte edituri de prestigiu din țară.
- Voi încuraja și îndruma studenții să-și demonstreze și evalueze performanțele prin participarea la sesiuni de comunicări științifice studentești și alte concursuri sau manifestări științifice.

Cercetarea științifică

Activitatea de cercetare științifică va fi orientată și în viitor spre explorarea diverselor fațete ale sustenabilității sociale. Având în vedere importanța diseminării rezultatelor obținute, îmi propun să public cercetările realizate astfel încât să depășesc cerințele impuse la nivel de universitate prin FRACS (Fișa de raportare a activității de cercetare științifică) aducându-mi astfel contribuția la îmbunătățirea clasificării programelor de studii la care predau (Marketing, Economia comerțului, turismului și serviciilor, Management), dar și la o mai bună poziționare a facultății în clasamentele internaționale.

Printre principalele jurnale în care doresc să public se regăsesc: International Journal of Educational Research (<https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-educational-research>, factor de impact: 1.794), The Journal of Educational Computing Research (<https://journals.sagepub.com/metrics/JEC>, factor de impact: 2.180), Educational Technology & Society (ET&S) (<https://www.j-ets.net/home>, factor de impact 2,086), International Journal of Behavioral Medicine (IJBM), (<https://www.springer.com/journal/12529> factor de impact 2,133) Human Resource Management Review (<https://www.sciencedirect.com/journal/human-resource-management-review/about/aims-and-scope>, factor de impact 4.922), Tourism Economics (<https://journals.sagepub.com/home/teu>, factor de impact 1,819). Pe plan national, am în vedere revista Amfiteatru Economic (https://www.amfiteatruconomic.ro/Home_Ro.aspx, factor de impact 1,625), dar și alte reviste indexate în baze de date internaționale, printre care: Buletinul Universității Transilvania, Analele Universității din Oradea - Științe Economice etc.

Un alt aspect important pe care mi l-am propus prin acest plan al carierei este participarea la conferințe internaționale și publicarea de articole în volumele acestora. Pentru viitor îmi propun să particip la cel puțin două conferințe internaționale pe an. Vizez în special

conferințele anuale EDULEARN (International Conference on Education and New Learning Technologies), organizate de International Academy of Technology, Education and Development (IATED), Spania ce abordează diverse aspecte ale educației și ISEG (Inclusive and sustainable economic growth), conferință organizată de Universitatea Transilvania din Brașov în colaborare cu Institutul de Prognoză Economică din cadrul Academiei Române.

În ceea ce privește implicarea în calitate de membru în proiecte de cercetare, intenționez să colaborez și în continuare cu colegii mei și să mă implic în inițierea și implementarea unor noi proiecte de cercetare științifică. Îmi doresc ca prin aceasta să atragem fonduri pentru dezvoltarea infrastructurii de cercetare și să putem înființa un laborator pentru cercetări calitative de marketing dotat cu tehnologie VR, AR, “eye tracking”, și diverse alte aparate cu senzori biometrici.

Un alt deziderat pentru anii următori este afilierea la Școala Doctorală Interdisciplinară a Universității Transilvania din Brașov, domeniul Marketing și coordonarea de teze de doctorat în domeniul marketingului. Temele pe care le voi propune vor viza diverse aspecte ale sustenabilității sociale din perspectiva marketingului, întrucât consider că acesta este un subiect de actualitate, insuficient explorat de literatura de specialitate.

Prin activitatea de cercetare pe care o voi realiza doresc să contribui la creșterea reputației științifice a universității din care fac parte și, totodată, să îndeplinesc cerințele impuse la nivel național și de către universitate pentru îndeplinirea criteriilor de avansare spre gradul didactic superior, de profesor universitar.

În perioada viitoare îmi propun să cresc numărul de colaborări cu firme care activează în domeniul cercetărilor de marketing pentru a putea oferi studenților cât mai multe experiențe din zona de afaceri a acestui domeniu.

Totodată, în spiritul dezvoltării sustenabilității sociale în universitate mă voi implica în organizarea de activități cu specific umanitar și voi forma echipe de studenți voluntari pentru a participa la evenimente și activități comunitare încercând continuu să creștem calitatea intervențiilor noastre.

Experiența acumulată până în acest moment și dorința de a progresa pe plan profesional mă fac să sper că sunt pregătită pentru viitoarea etapă a carierei. Îndeplinind cu multă muncă și dedicare obiectivele pe care mi le-am stabilit voi contribui la creșterea prestigiului facultății și a universității din care fac parte.

B.III. Bibliografie

1. Acs, Z., Audretsch, D.B. (2005) Entrepreneurship, Innovation and Technological Change. *Found. Trends Entrep.*, 1, 149–195.
2. Akhtar, F., Lodhi, S.A., Khan, S.S., Sarwar, F. (2016) Incorporating permaculture and strategic management for sustainable ecological resource management. *J. Environ. Manag.* 179, 31–37.
3. Akinade, E.A., (2005). *Dictionary of Guidance and Counselling (Counselling Psychology)*. Lagos: Olu-Akin.
4. Al-Atabi, M., DeBoer, J. (2014) Teaching entrepreneurship using Massive Open Online Course (MOOC). *Technovation* 34, 261–264.
5. Albuquerque, K., McElroy, J. (1999) Tourism and crime in the Caribbean. *Ann. Tour. Res.* 26, pp. 968–984.
6. Alegre, I., Berbegal-Mirabent, J. (2016) Social innovation success factors: Hospitality and tourism social enterprises. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 28, 1155–1176.
7. Aleixo, A.M., Leal, S., Azeiteiro, U.M. (2018) Conceptualization of sustainable higher education institutions, roles, barriers, and challenges for sustainability: An exploratory study in Portugal. *J. Clean. Prod.* 172, 1664–1673.
8. Alexandri, C., Luca, L. (2016) Food and nutrition security in Romania in the post-accession period. *Food Nutr.*, 16, 11–18.
9. Ali, F. (2016) Hotel website quality, perceived flow, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 7(2), pp. 213–228.
10. Amaral, L., Martins, N., Gouveia, J. (2015) Quest for a sustainable university: A review. *Int. J. Sustain. High. Educ.* 16, 155–172.
11. Audretsch, D.B. (2014) From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *J. Technol. Transf.*, 39, 313–321.
12. Avramescu, T.C., Popescu, R.F. (2008) *Tourism-Part of Sustainable Local Development*; Institutul National de Cercetări Economice: Chişinău, Moldova
13. Aziz, S., Burke, R. J. (2015) *Personality factors, workaholism, and heavy work investment*. In: I. Harpaz and R. Snir eds., 2015. Applied psychology series. Heavy work investment: Its nature, sources, outcomes, and future directions. S.l: Routledge/Taylor & Francis Group, pp. 31–46.
14. Babic, A., Stinglhamber, F., Barbier, M. and Hansez, I. (2019) Work environment and workto-family conflict: Examining the mediating role of heavy work investment. *Journal of Management & Organization*, pp.1-24, <https://doi.org/10.1017/jmo.2019.40>.

15. Bach, S. (1996) Tourist-related crime and the hotel industry: A review of the literature and related materials. In *Tourism, Crime and International Security Issues*; Pizam, A., Mansfeld, V., Eds.; Wiley: Chichester, UK, 1996; pp. 281–296.
16. Baker, R. (2016) Challenges and Benefits Big Data: A Survey Research Perspective. In *Proceedings of the Statistics Canada Symposium 2016 Growth in Statistical Information*, Ottawa, ON, Canada, 22–24 March 2016.
17. Bakker, A.B., Shimazu, A., Demerouti, E., Shimada, K. and Kawakami, N. (2014) Work engagement versus workaholism: a test of the spillover-crossover model. *Journal of Managerial Psychology*, 29(1), pp. 63-80. <https://doi.org/10.1108/JMP-05-2013-0148>.
18. Bakker, M.H.E., Twining-Ward, L.D. (2018) *Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation*. World Bank Group Report. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/161471537537641836/Tourism-and-the-Sharing-Economy-Policy-Potentialof-Sustainable-Peer-to-Peer-Accommodation> (accessed 22 March 2018).
19. Bani, S. (2017) Airbnb Neighbourhoods: Tourism Discourse in the Sharing Economy. *Circ. Linguist. Apl. Comun.*, 72, 15–28.
20. Barbu, A., Isaic-Maniu, A. (2011) Data collection in Romanian market research: A comparison between prices of PAPI, CATI and CAWI. *Manag. Mark.* 6, 349–364.
21. Barnes, S. (2016) Understanding Virtual reality in Marketing: Nature, Implications and Potential. *SSRN Electron. J.*, 25.
22. Barton, A., James, Z. (2003) Run to the sun: Policing contested perceptions of risk. *Polic. Soc.*, 13, pp. 259–270.
23. Bărbulescu, O., Constantin, C. (2019) Sustainable Growth Approaches: The potential of Brasov to turn into a startup city. *Sustainability*, 11, 6154.
24. Béland, L.P., Brodeur and Wright, T. (2020) The Short-Term Economic Consequences of COVID-19: Exposure to Disease, Remote Work and Government Response. *IZA Discussion Paper* No. 13159.
25. Belk, R. (2014) You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *J. Bus. Res.*, 67, 1595–1600.
26. Bell, E., Bryman, A., Harley, B. (2018) *Business Research Methods*, 5th ed.; Oxford University Press: Oxford, UK.
27. Bellacasa, M.P. (2010) Ethical doings in nature cultures. *Ethics Place Environ.* 13, 151–169.
28. Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossman, C., Demkova, K., Carroll, J. (2015) A Muddle of Models of Motivation for Using Peer-to-Peer Economy Systems. In *Proceedings of the*

- 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems 2015, Seoul, Korea, 18–23 April 2015; pp. 1085–1094.
29. Bellucci, A., Pennacchio, L. (2016) University knowledge and firm innovation: Evidence from European countries. *J. Technol. Transf.*, 41, 730–752.
30. Benjaafar, S., Kong, G., Li, X., Courcoubetis, C. (2018) Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy. *Manag. Sci.*
31. Bergier, B., Bergier, J., Kubinska, Z. (2010) Environmental Determinants of Participation in Tourism and Recreation of People Withvarying Degrees of Disability. *J. Toxicol. Environ. Health Part A*, 73, 1134–1140.
32. Birinci, H., Berezina, K., Cobanoglu, C. (2018) Comparing customer perceptions of hotel and peer-to-peer accommodation advantages and disadvantages. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 30, 1190–1210.
33. Birkeland, I.K, Buch, R. (2015) The dualistic model of passion for work: Discriminate and predictive validity with work engagement and workaholism. *Motivation and Emotion*, 39, pp. 392–408. <https://doi.org/10.1007/s11031-014-9462-x>.
34. Bizjak, B., Knežević, M., Cvetrežnik, S. (2011) Attitude change towards guests with disabilities: Reflections From Tourism Students. *Ann. Tour. Res.* 38, 842–857.
35. Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J.A., Liu, S.Q., Rudd, N.A. (2019) Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. *Tour. Manag.*, 74, 55–64.
36. Bondoc, I. (2016) European regulation in the veterinary sanitary and food safety area, a component of the European policies on the safety of food products and the protection of consumer interests: A 2007 retrospective. part one: The role of european institutions in laying down and passing laws specific to the veterinary sanitary and food safety area. *Universul Jurid. Suplim*, 1, 12–15.
37. Bondoc, I. (2016) European regulation in the veterinary sanitary and food safety area, a component of the European policies on the safety of food products and the protection of consumer interests: A 2007 retrospective. part three: Directives. *Universul Jurid. Suplim* , 1, 20–23.
38. Bondoc, I. (2016) European regulation in the veterinary sanitary and food safety area, a component of the European policies on the safety of food products and the protection of consumer interests: A 2007 retrospective. part four: Decisions. *Universul Jurid. Suplim* , 1, 24–27.

39. Bondoc, I. (2016) regulation in the veterinary sanitary and food safety area, a component of the European policies on the safety of food products and the protection of consumer interests: A 2007 retrospective. part two: Regulations. *Universul Jurid. Suplim 1*, 16–19.
40. Bonk, C.J, Kim, K.J. (2004) *Future directions of blended learning in higher education and workplace learning settings*. In: Bonk, C. J., Graham, C. R. (Eds.) (2004). *Handbook of blended learning: Global Perspectives, local designs*. San Francisco, CA: Pfeiffer Publishing.
41. Bordeianu, G.-D., Radu, F. (2020) COVID-19 - The Impact on the Labour Market. Technical Unemployment in Romania. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 23(1), pp.17-21.
42. Botterill, D., Pointing, S., Hayes-Jonkers, C., Clough, A., Jones, T., Rodriguez, C. (2013) Violence, backpackers, security and critical realism. *Ann. Tour. Res.* 42, 311–333.
43. Boyce, C., Neale, P. (2006) *Conducting in-Depth interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input*; Pathfinder International Tool Series: Watertown, WA, USA.
44. Boyer, R.H.W., Peterson, N.D., Arora, P., Caldwell, K. (2016) Five Approaches to Social Sustainability and an Integrated Way Forward. *Sustainability*, 8, pp.878-896. <https://doi.org/10.3390/su8090878>.
45. Brance, I. (2018) *Questionnaire design, how to plan, structure and write survey material for effective market research*. London: Kogan Page Limited.
46. Brătianu, C. (2019) Exploring Knowledge Entropy in Organizations. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(3), pp.353-366. <https://doi.org/10.25019/mdke/7.3.05>.
47. Brătianu, C., Bejinaru, R. (2019) The Theory of Knowledge Fields: A Thermodynamics Approach, *Systems*, 7(2), p.20. <https://doi.org/10.3390/systems7020020>.
48. Brătianu, C., Stanciu, S. (2010) An overview of present research related to entrepreneurial university. *Manag. Mark.*, 5, 117–134.
49. Broach, S., Clements, L., Read, J. (2016) *Disable Children: A Legal Handbook*, 2nd ed.; Council for Disabled children: London, UK; Available online: <https://councilfordisabledchildren.org.uk/help-resources/resources/disabled-children-legal-handbook-2nd-edition> (accessed on 1 July 2019).
50. Brown, R. Mission impossible? (2016) Entrepreneurial universities and peripheral regional innovation systems. *Ind. Innov.*, 23, 189–205.
51. Brynjolfsson, E., Horton, J., Ozimek, A., Rock, D., Sharma, G., Tuye, H.-Y. (2020) COVID-19 and Remote Work: An Early Look at US Data. NBER Working Papers 27344. National Bureau of Economic Research, Inc.
52. Burnett, G. (2008) *Permaculture. A Beginners' Guide*; Spiralseed: Westcliff on Sea, UK

53. Butucescu, A., Uscătescu, L. C. (2019) What does the Romanian workaholic look like? A first glimpse into the links between workaholism and employee characteristics; a validation attempt of DUWAS scale. *Psihologia Resurselor Umane*, 11(1), pp.17-32.
54. Byrd, E.T. (2007) Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tour. Rev.*, 62, 6–13.
55. Caesens, G., Stinglhamber, F., Luypaert, G. (2014) The impact of work engagement and workaholism on well-being: The role of work-related social support. *Career Development International* 19(7), pp. 813-835. <https://doi.org/10.1108/CDI-09-2013-0114>.
56. Camilleri, M.A. (2016) Responsible tourism that creates shared value among stakeholders. *Tour. Plan. Dev.* 13, 219–235.
57. Cao, Z., Yang, Z. (2016) A study of e-commerce adoption by tourism websites in China. *Journal of Destination Marketing & Management* 5(3), pp. 283–289.
58. Carree, M.A., Thurik, A.R. (2003) *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*; Springer: Boston, MA, USA; pp. 437–471.
59. Carson, D., Gilmore, A., Perry, C., Gronhaug, K. (2001) *Qualitative Marketing Research*; Sage Publications Inc.: Thousand Oaks, CA, USA.
60. CE (Comisia Europeană), 2020. Locurile de muncă și economia în timpul pandemiei de coronavirus. Available at: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/jobs-and-economy-during-coronavirus-pandemic_ro (Accessed 26 June 2020).
61. Ceccagnoli, M., Forman, C., Huang, P., Wu, D.J. (2012) Co-creation of value in a platform ecosystem: The case of enterprise software. *MIS Q.*, 36, 263–290.
62. Chesney-Lind, M., Lind, I.Y. (1986) Visitors as victims: Crimes against tourists in Hawaii. *Ann. Tour. Res.*, 13, pp. 167–191.
63. Chivu, L., Georgescu, G. (2020) Labor market vulnerabilities under the COVID-19 impact in Romania. *MPRA Paper* 101676.
64. Cho, J., Trent, A. (2006) Validity in qualitative research revisited. *Qual. Res.*, 6, 319–340
65. Chung, J.Y. (2017) Online friendships in a hospitality exchange network: A sharing economy perspective. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 29, 3177–3190.
66. Ciaian, P., Cupák, A., Pokrivčák, J., Rizov, M. (2018) Food consumption and diet quality choices of Roma in Romania: A counterfactual analysis. *Food Secur.*, 10, 437–456.
67. Clark, D. (2003). *Blended learning. Epic white paper*. Available at: <http://www.alapitvany.oktopusz.hu/domain9/files/modules/module15/261489EC2324A25.pdf> (accessed at 6.05. 2016).
68. Clark, M. A., Michel, J. S., Stevens, G. W. (2015) Affective reactions and subsequent consequences of heavy work investments. In: I. Harpaz and R. Snir eds., 2015. Applied

- psychology series. Heavy work investment: Its nature, sources, outcomes, and future directions. S.I: Routledge/Taylor & Francis Group, pp. 187–203.
69. Clark, M.A., Michel, J.S, Zhdanova, L., Pui, S.Y, Baltes, B.B. (2016) All Work and No Play? A Meta-Analytic Examination of the Correlates and Outcomes of Workaholism. *Journal of Management* 42(7), pp. 1836-187, <https://doi.org/10.1177/014920631452230>.
70. Clay, E. (2002) *Food Security: Concepts and Measurement. Paper for FAO Expert Consultation on Trade and Food Security: Conceptualizing the Linkages*; FAO: Rome, Italy
71. Cloquet, I., Palomino, M., Shaw, G., Stephen, G, Taylor, T. (2018) Disability, social inclusion and the marketing of tourist attractions. *J. Sustain. Tour.*, 26, 221–237.
72. Cockayne, D.G. (2016) Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy. *Geoforum*, 77, 73–82.
73. Cohen, B., Kietzmann, J. (2014) Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organ. Environ.* 27, 279–296.
74. Cohen, S. (1980) *Folk Devils and Moral Panics*; Martin Robertson: Oxford, UK.
75. Cole, S., Hoback, N., Whiteneck, G. (2016) Travel Service Gaps for Wheelchair Users. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally: Amherst, MA, USA. Available online: http://scholarworks.umass.edu/ttra/2016/Qualitative_Research_Workshop/11 (accessed on 7 September 2018).
76. Constantin, C. (2012) *Marketing Data Analysis—Applications in SPSS [Analiza datelor de marketing—Aplicatii in SPSS]*. Bucharest: C.H. Beck.
77. Converso, D., Sottimano, I., Molinengo, G, Loera, B. (2019) The Unbearable Lightness of the Academic Work: The Positive and Negative Sides of Heavy Work Investment in a Sample of Italian University Professors and Researchers. *Sustainability* 11(8), pp. 2439-2455. <https://doi.org/10.3390/su11082439>.
78. Cornea, R. (2020) Începe adevărata criză: Jumătate dintre angajații aflați în șomaj tehnic vor rămâne fără loc de muncă. Bilanțul pieței muncii: 596.000 de angajați aveau contractele de muncă suspendate, iar 430.000 de persoane au rămas fără un loc de muncă. Available at <https://www.zf.ro/eveniment/incepe-adevarata-criza-jumatate-dintre-angajatii-aflati-somaj-tehnic-19227576> (Accessed 26 June 2020)
79. Coroș, M.M. (2020) Rural tourism, and its dimension: A case of Transylvania, Romania. In *New Trends and Opportunities for Central and Eastern European Tourism*; IGI Global: Hershey, PA, USA; pp. 246–272.
80. Coxon, M., Kelly, N., Page, S. (2016) Individual Differences in Virtual reality: Are Spatial Presence and Spatial Ability Linked? *Virtual Real.* 20, 203–212.

81. Crețan, R., Light, D. (2020) COVID-19 in Romania: transnational labour, geopolitics, and the Roma ‘outsiders’. *Eurasian Geography and Economics* p.61. <https://doi.org/10.1080/15387216.2020.1780929>.
82. Crotts, J.C. (1996) Theoretical perspectives on tourist criminal victimization. *J. Tour. Stud*, 7, pp. 2–9.
83. Cumming, D.J., Schwienbacher, A. (2018) Fintech Venture Capital. *Corp. Gov.*, 26, 374–389.
84. Dabija, D., Postelnicu, C, Dinu, V., Mihăilă, A. (2017) Stakeholders’ perception of sustainability orientation within a major Romanian University. *Int. J. Sustain. High. Educ.*, 18, 533–553.
85. Dabija, D.C., Babut, R. (2013) An approach to sustainable development from tourists’ perspective. Empirical evidence in Romania. *Amfiteatru Econ.* 7, 617–633.
86. Darcy, S. (2016) Flying with Impairments: Improving Airline Practices by Understanding the Experiences of People with Disabilities. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally.p. 47. Available online: http://scholarworks.umass.edu/ttra/2007/Presented_Papers/47 (accessed on 7 September 2018).
87. Daunorienė, A., Drakšaitė, A., Snieška, V., Valodkienė, G. (2015) Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models. *Procedia—Soc. Behav. Sci.* 213, 836–841.
88. Davidson, E., Vaast, E. (2010) Digital Entrepreneurship and Its Sociomaterial Enactment. In Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, Koloa, Kauai, HI, USA, 5–8 January 2010; pp. 1–10.
89. Davis, D., Allen, J., Cosenza, R.M. (1988) Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism. *J. Travel Res.*, 27, pp. 2–8.
90. Decrop, A. (1999) Triangulation in qualitative tourism research. *Tour. Manag.*, 20, 157–161.
91. Dempsey, N., Bramley, G., Power, S., Brown, C. (2011) The Social Dimension of Sustainable Development: Defining Urban Social Sustainability. *Sustainability Development*, 19, 289–300. DOI: 10.1002/sd.417.
92. Di Stefano, G., Gaudiino, M. (2019) Workaholism and work engagement: how are they similar? How are they different? A systematic review and meta-analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(3), pp.329-347. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1590337>.
93. Dickinger, A., Mazanec, J. (2008) Consumers’ preferred criteria for hotel online booking. In: O’Connor P, Ho’pken W and Gretzel U (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism*. Vienna: Springer, pp. 244–254.
94. Didehbani, N., Allen, T., Kandalaf, M., Chapman, S. (2016) Virtual reality Social Cognition Training for children with high functioning autism. *Comput. Hum. Behav.* 62, 703–711.

95. Diffenbaugh, N., Field, C.B., Appel, E.A., Azevedo, I.L., Baldocchi, D.D., Burke, M., Burney, J., Ciais, P., Davis, S.J., Fiore, A.M., et al. (2020) The COVID-19 lockdowns: A window into the Earth System. *Nat. Rev. Earth Environ.*, 1, 470–481.
96. Donoghue, S. (2000) Projective Techniques in Consumer Research. *J. Fam. Ecol. Consumer Sci.*, 28, 47–53.
97. Downshifting Week (2019) Downshifting Perceptions: Leaving Well-Paid Jobs for Personal Fulfilment. Available online: <http://www.downshiftingweek.com> (accessed on 20 September 2019).
98. Dubey, A.D., Tripathi, S. (2020) Analysing the Sentiments towards Work-From-Home Experience during COVID-19 Pandemic. *Journal of Innovation Management* 8(1), pp. 13-19. https://doi.org/10.24840/2183-0606_008.001_0003.
99. Economica (2020) În România există multă competitivitate pe piața muncii. Available at: https://www.economica.net/in-romania-exista-multa-competitivitate-pe-piata-muncii_185811.html (accessed 26 June 2020).
100. Eggers, F., Hansen, D.J., Davis, A.E. (2012) Examining the relationship between customer and entrepreneurial orientation on nascent firms' marketing strategy. *Int. Entrep. Manag. J.* 8, 203–222.
101. Eichhorn, V., Buhalis, D. (2011) Accessibility a Key Objectives for the Tourism Industrie. In *Accessible Tourism: Concepts and Issues*; Buhalis, D., Darcy, S., Eds.; Channel View Publication: Bristol, UK, p. 50.
102. Eizenberg, E., Jabareen, Y. (2017) Social Sustainability: A New Conceptual Framework. *Sustainability*, 9, 68-94. <https://doi.org/10.3390/su9010068>
103. Elkington, J. (1997). Cannibals with forks. The triple bottom line of 21st century, p. 73. Available online: <http://www.trentglobal.edu.sg/wp-content/uploads/2017/01/Triple-Bottom-Line.pdf>
104. Ene, C., Matei, M. (2012) New dimensions of food security in Romania from the European perspective. In *Proceedings of the 3rd International Symposium on Agrarian Economy and Rural Development*, Bucharest, Romania.
105. Etzkowitz, H. (2003) The European Entrepreneurial University: An Alternative to the US Model. *Ind. High. Educ.*, 17, 325–335.
106. Etzkowitz, H. (2013) Anatomy of the entrepreneurial university. *Soc. Sci. Inf.*, 52, 486–511.
107. Etzkowitz, H. (2017) Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge firmament. *Technol. Forecast Soc.*, 123, 122–129.

108. Etzkowitz, H., Ranga, M., Benner, M., Guarany, L., Maculan, A.M., Kneller, R. (2008) Pathways to the entrepreneurial university: Towards a global convergence. *Sci. Public Policy*, 35, 681–695.
109. European Forum for Urban Security. (2015) *Security and Tourism: Concerted Local Policies*; EFUS: Paris, France.
110. Evans, D.S., Jovanovic, B. (1989) An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints. *J. Polit. Econ.*, 97, 808–827.
111. Evans, P.S., Gawer, A. (2016) The Rise of the Platform Enterprise A Global Survey. The Center for Global Enterprise. 2016. Available online: https://www.thecge.net/app/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf (accessed on 30 August 2018).
112. FAO. (1947) *Report of the World Food Conference*; FAO: Rome, Italy
113. FAO. (1983) *World Food Security: A Reappraisal of the Concepts and Approaches*; FAO: Rome, Italy.
114. Fein, E., Skinner, N., Machin, M. (2017) Work Intensification, Work–Life Interference, Stress, and Well-Being in Australian Workers. *International Studies of Management & Organization*, 47, pp. 360-371. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1382271>.
115. Fern, E.F. (2001) *Advanced Focus Group Research*; Sage Publications: London, UK, p. 181.
116. Fernandez-Cavia, J., Rovira, C., Diaz-Luque, P., et al. (2014) Web Quality Index (WQI) for official tourist destination websites. Proposal for an assessment system. *Tourism Management Perspectives* 9, pp. 5–13.
117. Ferrari, L., Berlingiero, M., Calabrese, F., Reades, J. (2014) Improving the accessibility of urban transportation networks for people with disabilities. *Transp. Res. Part C Technol.* 45, 27–40.
118. Fesenmaier DR, Xiang Z, Pan B, et al. (2010) A framework of search engine use for travel planning. *Journal of Travel Research* 50(6), pp. 587–601.
119. Fichter, K., Tiemann, I. (2018) Actors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *J. Clean. Prod.*, 175, 512–524.
120. Fielding, N. (2012) Triangulation and Mixed Methods Designs. *J. Mix. Methods Res.*, 6, 124–136
121. Fischer, D., Jenssen, S., Tappeser, V. (2015) Getting an empirical hold of the sustainable university: A comparative analysis of evaluation frameworks across 12 contemporary sustainability assessment tools. *Assess. Eval. High. Educ.* , 40, 785–800.

122. Foley, A., Ferri, B.A. (2012) Technology for people, not disabilities: Ensuring access and inclusion. *JORSEN*, 12, 192–200.
123. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2020) Family Farming Knowledge Platform—Romania. Available online: <http://www.fao.org/family-farming/countries/rou/en/> (accessed on 21 December 2020).
124. Forbes, 2020. Organizația Internațională a Muncii: Jumătate din forța de muncă la nivel global este amenințată de COVID-19. [online] Available at: <https://www.zf.ro/business-international/organizatia-internationala-a-muncii-jumatate-din-forta-de-munca-la-19113859> (Accessed 26 June 2020).
125. Foris, D., Tecău A.S., și alții, (2015) Ghid de bune practici privind organizarea stagiilor de pregătire practică și desfășurarea activităților de consiliere și orientare profesională a studenților, Editura Universității Transilvania din Brașov.
126. Forster, P.M., Forster, H.I., Evans, M.J., Gidden, M.J., Jones, C.D., Keller, C.A., Lambolli, R.D., le Quéré, C., Rogelj, J., Rosen, D., et al. (2020) Current and future global climate impacts resulting from COVID-19. *Nat. Clim. Chang.*, 10, 913–919.
127. Fossen, F., Sorgner, A. (2019) Digitalization of work and entry into entrepreneurship. *J. Bus. Res.*
128. Freeman, J., Carroll, G.R., Hannan, M.T. (1983) The Liability of Newness: Age Dependence in Organizational Death Rates. *Am. Sociol. Rev.*, 48, 692–710.
129. Frenken, K., Schor, J. (2017) Putting the sharing economy into perspective. *Environ. Innov. Soc. Trans.*, 23, 3–10.
130. Friel, S., Lichacz, W. (2010) Unequal food systems, unhealthy diets. In *Food Security, Nutrition and Sustainability*; Lawrence, G., Lyons, K., Wallington, T., Eds.; Earthscan: London, UK, pp. 115–129.
131. Fu Tsang, N.K., Lai, M.T.H., Law, R. (2010) Measuring e-service quality for online travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 27(3), pp. 306–323.
132. Gao, B., Li, S., Liu, S. et al. (2018). How power distance affects online hotel ratings: the positive moderating roles of hotel chain and reviewers' travel experience. *Tourism Management* 65, pp. 176–186.
133. Garrison, D. R., Vaughan, N.D. (2008) *Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles, and Guidelines*, Wiley.
134. Garrison, D.R., Kanuka, H. (2004). *Blended learning: Uncovering its transformative potential in higher education. Internet and Higher Education.*, pp 95–105.

135. Gavrilă, V., Kruzslıca, M., Chiriteşcu, V. (2014) Food consumption in Romania—quantitative and qualitative aspects of food security. *Bull. Univ. Agric. Sci. Vet. Medicine Cluj-Napoca. Agric.*, 71, 57–64.
136. Gea, M., Alaman, X., Rodriguez, P., Martinez, V. (2016) Towards Smart & Inclusive Society: Building 3d Immersive Museum By Children With Cognitive Disabilities. In Proceedings of the EDULEARN16: 8th International Conference on Education and New Learning Technologies, Barcelona, Spain, 4–6 July 2016; Chova, L.G., Martinez, A.L., Torres, I.C., Eds.; EDULEARN Proceedings: Barcelona, Spain, 2016; pp. 5260–5268.
137. Gianiodis, P.T., Meek, W.R. (2019) Entrepreneurial education for the entrepreneurial university: A stakeholder perspective. *J. Technol. Transf.*, 1–29.
138. Gibb, A., Haskins, G., Hannon, P., Robertson, I. (2012) *Leading the Entrepreneurial University: Meeting the Entrepreneurial Development Needs of Higher Education (2009, Updated 2012)*; National Centre for Entrepreneurship in Education: Coventry, UK
139. Gibson, A., O’Rawe, M. (2018) Virtual reality as a Travel Promotional Tool: Insights from a Consumer Travel Fair. In *Augmented Reality and Virtual reality. Progress in IS*; Jung, T., Tom Dieck, M., Eds.; Springer International Publishing: London, UK
140. Giddens, A. (1984) *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*; University of California Press: Berkeley, CA, USA
141. Giones, F., Brem, A. (2017) Digital technology entrepreneurship: A definition and research. *Tech. Innov. Manag. Rev.*, 7, 44–51.
142. Global Partnership for Education (2018) Available online: <https://www.globalpartnership.org/focus-areas/children-with-disabilities> (accessed on 11 September 2018).
143. Golafshani, N. (2003) Understanding reliability and validity in qualitative research. *Qual. Rep.*, 8, 597–606. Available online: <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol8/iss4/6> (accessed on 13 December 2020).
144. Grace, E., Ihuoma, H. (2013). Relationship Between Counseling And Entrepreneurship Development Skills Of Nigerian Final Year Undergraduates. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 84, pp120-127.
145. Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D.S., Wright, M. (2011) 30 years after Bayh–Dole: Reassessing academic entrepreneurship. *Res. Policy*, 40, 1045–1057.
146. Groves, R.M., Lyberg, L. (2010) Total Survey Error: Past, Present, and Future. *Public Opin. Q.* 74, 849–879.

147. Guerrero, M., Urbano, D., Alain, F., Klofsten, M., Mian, S. (2016) Entrepreneurial Universities: Emerging Models in the New Social and Economic Landscape. *Small Bus. Econ.*, 1–13.
148. Guerrero, M., Urbano, D.J. (2012) The development of an entrepreneurial university. *J. Technol. Transf.*, 37, 43–77.
149. Guest, G., Namey, E., McKenna, K. (2017) How Many Focus Groups Are Enough? Building an Evidence Base for Nonprobability Sample Sizes. *Field Methods*, 29, 3–22.
150. Gutiérrez, J., García-Palomares, J.C., Romanillos, G., Salas-Olmedo, M.H. (2017) The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tour. Manag.*, 62, 278–291.
151. Guvernul României (2019) Department for Sustainable Development. Available at: <http://dezvoltaredurabila.gov.ro/web/about/>
152. Haddad, C., Hornuf, L. (2018) The emergence of the global fintech market: Economic and technological determinants. *Small Bus. Econ.*, 53, 81–105.
153. Hahn, S.E., Sparks, B., Wilkins, H. et al. (2017) E-service quality management of a hotel website: a scale and implications for management. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 26(7), pp. 694–716.
154. Hakanen, J., Peeters, M. (2015) How Do Work Engagement, Workaholism, and the Work-to-Family Interface Affect Each Other? A 7-Year Follow-Up Study. *Journal of Occupational and Environmental Medicine* 57(6), pp. 601-609. <https://doi.org/10.1097/JOM.0000000000000457>.
155. Hamari, J., Sjöklint, M., Ukkonen, A. (2016) The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *J. Assoc. Inf. Sci. Technol.* 67, 2047–2059.
156. Hanafiah, M.H., Azman, I., Jamaluddin, M.R., Aminuddin, N. (2016) Responsible Tourism Practices and Quality of Life: Perspective of Langkawi Island communities. *Procedia-Soc. Behav. Sci.*, 222, 406–413.
157. Haralambopoulos, N., Pizam, A. (1996) Perceived impact of tourism: The case of Samos. *Ann. Tour. Res.* 23, pp. 503–526.
158. Harpaz, I., Snir, R. (2016) Heavy work investment and its impact on the welfare and health: Preliminary study results. *The Study of Organizations and Human Resource Management Quarterly*, 1, pp. 6-24.
159. Harpaz, I., Snir, R. eds. (2015) Applied psychology series. Heavy work investment: Its nature, sources, outcomes, and future directions. S.I: Routledge/Taylor & Francis Group.
160. Hassan, S.S. (2000) Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *J. Travel Res.* doi:10.1177/004728750003800305.

161. Hayter, C.S. (2016) A trajectory of early-stage spinoff success: The role of knowledge intermediaries within an entrepreneurial university ecosystem. *Small Bus. Econ.*, 47, 633–656.
162. Hesketh, A.J. (2000). Recruiting an Elite? Employers' Perceptions of Graduate Education and Training, *Journal of Education and Work*, 13(3), 245–272
163. Holmgren, D. (2002) *Permaculture: Principles and Pathways beyond Sustainability*; Holmgren Design Services: Hepburn Springs, NW, Australia
164. Homel, R., Hauritz, R., McIlwain, G., Wortley, R., Carvolth, R. (1997) Preventing drunkenness and violence around nightclubs in a tourist resort. In *Situational Crime Prevention: Successful Case Studies (second edition)*; Clarke, R.V., Ed.; Harrow and Heston: Guilderland, NY, USA; pp. 263–282.
165. Houliort, N.L., Philippe, F. J., Vallerand, R., Ménard, J. (2014) On passion and heavy work investment: personal and organizational outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 29(1), pp. 25-45. <https://doi.org/10.1108/JMP-06-2013-0155>.
166. Hupkau, C., Petrongolo, B. (2020) Work, care and gender during the COVID-19 crisis. CEP COVID-19 Analysis (002). [pdf] London, UK: London School of Economics and Political Science.
167. Huyghe, A., Knockaert, M. (2015) The influence of organizational culture and climate on entrepreneurial intentions among research scientists. *J. Technol. Transf.*, 40, 138–160.
168. ICDT, Research and Development Institute Transilvania University of Brasov (2020) Available online: <https://icdt.unitbv.ro/> (accessed on 20 November 2019).
169. Jacob, M., Lundqvist, M., Hellsmark, H. (2003) Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: The case of Chalmers University of Technology. *Res. Policy*, 32, 1555–1568.
170. Jones, T. (2010) Governing security in tourist spaces. In *Tourism and Crime: Key Themes*; Botterill, D., Jones, T., Eds.; Goodfellow Publishers: Oxford, UK, pp. 167–186.
171. Kaklauskas, A., Banaitis, A., Ferreira, F.A.F., Ferreira, J.J.M., Amaratunga, D., Lepkova, N., Ubartė, I., Banaitienė, N. (2018) An Evaluation System for University—Industry Partnership Sustainability: Enhancing Options for Entrepreneurial Universities. *Sustainability*, 10, 119.
172. Karacaoglu, S., Yolal, M., Gursoy, D. (2015) Examining the Perceptions of Mobility-Impaired Travelers: An Analysis of Service Expectations, Evaluations, and Travel Barriers. *Tour. Rev. Int.*, 19, 19–30.
173. Kastenholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E. (2015) Contributions of tourism to social inclusion of persons with disability. *Disabil. Soc.* 30, 1259–1281.

174. Kathan, W., Matzler, K., Veider, V. (2016) The sharing economy: Your business model's friend or foe? *Bus. Horiz.* 59, 663–672.
175. Keeter, S., Hatley, N., Kennedy, C., Lau, A. (2017) What Low Response Rates Mean for Telephone Surveys, Pew Research Center. Available online: <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/12/2017/05/12154630/RDD-Non-response-Full-Report.pdf> (accessed on 22 November 2019).
176. Kelly, I. (1993) Tourist destination crime rates: An examination of Cairns and the Gold Coast, Australia. *J. Tour. Stud.*, 4, pp. 2–11.
177. Kenney, M., Zysman, J. (2016) The rise of the platform economy. *Issues Sci. Technol.*, 32, 61.
178. Khan, S.S., Lodhi, S.A., Akhtar, F., Khokar, I. (2014) Challenges of waste of electric and electronic equipment (WEEE): Toward a better management in a global scenario. *Manag. Environ. Qual. Int. J.*, 25, 166–185.
179. Kim, C. K. (1995). *Career education for the future*. Seoul, Korea: YangSeoOne.
180. Kim, H., Fesenmaier, D.R. (2008) Persuasive design of destination web sites: an analysis of first impression. *Journal of Travel Research* 47(1), pp. 3–13.
181. Kim, H., Xiang, Z., Fesenmaier, D.R. (2015) Use of the internet for trip planning: a generational analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 32(3), pp. 276–289.
182. Kim, S., Stoel, L. (2004) Apparel retailers: website quality dimensions and satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services* 11(2), pp. 109–117.
183. Kim, W.G., Park, S.A. (2017) Social media review rating versus traditional customer satisfaction: Which one has more incremental predictive power in explaining hotel performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29(2), pp. 784–802.
184. Kim, W.G., Stonesifer, H.W., Han, J.S. (2012) Accommodating the needs of disabled hotel guests: Implications for guests and management. *Int. J. Hosp. Manag.*, 31, 1311–1317.
185. King, B.; Pizam, A.; Milman, A. (1993) The social impacts of tourism on Nadi, Fiji as perceived by its residents. *Ann. Tour. Res.*, 20, pp. 650–665.
186. Ključnikov, A., Krajčák, V., Vincúrová, Z. (2018) International Sharing Economy: The Case of AirBnB in the Czech Republic. *Econ. Sociol.*, 11, 126–137.
187. Knoesen, B.C., Goliath, V., Soji, Z., Steenkamp, L. (2017) Truter, I. Recording of nonverbal communication during focus group discussions in health research. *Afr. J. Phys. Act. Health Sci.*, 23.
188. Kolo, F.D. (1999). *Component of Functional School in Nigeria. A counsellors Perception*. Zaria: Joefegun Associates. (Chapter 2).

189. Kong, W.H., Loi, K.I. (2017) The barriers to holiday-taking for visually impaired tourists and their families. *J. Hosp. Tour. Manag.* 32, 99–107.
190. Krippendorff, K. (2018) *Content Analysis an Introduction to Its Methodology*, 4th ed.; Sage Publications Inc.: Thousand Oaks, CA, USA
191. Kruzslıcika, M. (2016) Food Security and Population Welfare in Romania. *Agric. Econ. Rural Dev.* 13, 79–93.
192. Langerak, F., Hultink, E.J., Robben, H.S. (2004) The Impact of Market Orientation, Product Advantage, and Launch Proficiency on New Product Performance and Organizational Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 21, pp. 79-94. <https://doi.org/10.1111/j.0737-6782.2004.00059.x>.
193. Law, R. (2019) Evaluation of hotel websites: progress and future developments. *International Journal of Hospitality Management* 76(B), pp. 2–9.
194. Lazzeroni, M., Piccaluga, A. (2003) Towards the Entrepreneurial University. *Local Econ.* 18, 38–48.
195. Lee, H.Y., Bonn, M.A., Reid, E.L., Kim, W.G. (2017) Differences in tourist ethical judgment and responsible tourism intention: An ethical scenario approach. *Tour. Manag.*, 60, 298–307.
196. Lee, K.M., Yoon, H.Y., Park, H.W. (2017) From online via offline to online: how online visibility of tourism information shapes and is shaped by offline visits. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 34(9), pp. 1143–1154.
197. Lefter, C. (2004) Marketing research [Cercetarea de marketing]. Brasov: Infomarket.
198. Lehto, X., Luo, W., Miao, L. (2018) Ghiselli, R.F. Shared tourism experience of individuals with disabilities and their caregivers. *J. Destin. Mark. Manag.*, 8, 185–193.
199. Liamputtong, P. (2011) *Focus Group Methodology: Principle and Practice*; Sage Publications: Thousand Oaks, CA, USA, p. 25.
200. Liiceanu, A. (2012) Fenomenul Downshifting. Available online: http://frumoasaverde.blogspot.com/2012/06/fenomenul-downshifting-aurora-liiceanu.html?fbclid=IwAR2JdTlIf5Lx1VU3satyenmI0JXaR4NlLu-PpuK845Oh_howVCNNIuFdrEc (accessed on 13 December 2020).
201. Lin, C.C., Chang, S.N. (2007). A Study on Career Counseling for Business College Students in Taiwan. *Journal of Accounting, Finance & Management Strategy* 3(2), pp.59-74.
202. Loi, K.L., Kong, W.H. (2017) Tourism for All: Challenges and Issues Faced by People with Vision Impairment. *Tour. Plan. Dev.* 14, 181–197.
203. Lorenzo, G., Lledó, A., Pomares, J., Roig, R. (2016) Design and application of an immersive virtual reality system to enhance emotional skills for children with autism spectrum disorders. *Comput. Educ.* 98, 192–205

204. Lowden, K Hall, S., Elliot, D., Lewin, J. (2011) *Employers' perceptions of the employability skills of new graduates*, Edge Foundation, London, UK. Available at http://www.edge.co.uk/media/63412/employability_skills_as_pdf_-_final_online_version.pdf, (accessed at 6.05.2016).
205. Lyu, S.O. (2017) Which accessible travel products are people with disabilities willing to pay more? A choice experiment. *Tour. Manag.*, 59, 404–412.
206. Mactavish, J.B., Mackay, K.J., Iwasaki, Y., Betteridge, D. (2007) Family Caregivers of Individuals with Intellectual Disability: Perspectives on Life Quality and the Role of Vacations. *J. Leis. Res.* 39, 127–155.
207. Mahadevan, R. (2018) Examination of motivations and attitudes of peer-to-peer users in the accommodation sharing economy. *J. Hosp. Mark. Manag.*, 27, 679–692.
208. Maitra, C., Rao, D.P. (2017) An empirical investigation into measurement and determinants of food security. *J. Dev. Stud.* 54, 1060–1081.
209. Malhotra, N.K. (2004) *Marketing Research. An Applied Orientation*; Pearson Education International: Upper Saddle River, NJ, USA ; p. 146.
210. Malterud, K., Siersma, V.D., Guassora, A.D. (2016) Sample Size in Qualitative Interview Studies: Guided by Information Power. *Qual. Health Res.*, 26, 1753–1760.
211. Martin, C.J. (2016) The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecol. Econ.* 121, 149–159.
212. Martin, D.M., Schouten, J.W. (2014) The answer is sustainable marketing, when the question is: What can we do? *Rech. Appl. Mark.* 29, 107–109.
213. Maselli, I., Lenaerts, K., Beblavy, M. (2016) Five Things We Need to Know About the On-Demand Economy. CEPS Essay, January 2016 No. 21/8. Available online: <https://ssrn.com/abstract=2715450> (accessed on 25 August 2018).
214. Mathew, P.V., Sreejesh, S. (2017) Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *J. Hosp. Tour. Manag.*, 31, 83–89.
215. Mawby, R.I. (2012) Public disorder, antisocial behaviour and alcohol-related crime: From the metropolis to the tourist resort. In *The Problem of Pleasure: Leisure, Tourism and Crime*; Jones, C., Barclay, E., Mawby, R.I., Eds.; Routledge: London UK.
216. Mawby, R.I. (2014) Responding to Tourist Victims of Crime: Lessons the UK can learn. *Crime Prev. Community Saf.: An Int. J.*, 16, pp. 294–300.
217. Mawby, R.I., Brunt, P., Hambly, Z. (1999) Victimization on holiday: A British survey. *Int. Rev. Vict.* 6, pp. 201–211.

218. Maxwell, S., Smith, M. (1992) Household Food security: A conceptual review. In *Household Food Security: Concepts, Indicators, Measurements: A Technical Review*; Maxwell, S., Frankenberger, T., Eds.; UNICEF and IFAD: New York, NY, USA, pp. 1–72.
219. Mazzetti, G., Schaufeli, W. B., Guglielmi, D. (2014) Are workaholics born or made? Relations of workaholism with person characteristics and overwork climate. *International Journal of Stress Management* 21(3), pp. 227–254. <https://doi.org/10.1037/a0035700>.
220. McKenzie, L., Schneider, P. (2011) A facilitator's Handbook for Permaculture. Solutions for Sustainable Lifestyles. Produced with Support from Developed by IDEP Foundation with PERMATIL and GreenHand. Available online: www.idepfoundation.org (accessed on 13 December 2020).
221. Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., Buhalis, D. (2015) Accessible tourism futures: The world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *J. Tour. Futures* 1, 179–188.
222. Mihăilă, R., Gregova, E., Janoskova, K., Kolencik, J., Arsene, A.M. (2018) The instrumental function of gendered citizenship and symbolic politics in the social construction of labor rights for migrants. *Journal of Research in Gender Studies*, 8(2), pp.127–136.
223. Ministerul educației și cercetării (2020) Participarea României la Exercițiul HEInnovate. Available online: <https://www.edu.ro/etichete/universitate-antreprenorial%C4%83> (accessed on 4 May 2020).
224. Ministerul Turismului (2018) Lista Agențiilor de Turism Licențiate—Actualizare 24 August 2018. Available online: <http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/> (accessed on 12 August 2018)
225. Missimer M., Robèrt K.-H., Broman G. (2017) A strategic approach to social sustainability – Part 1: exploring the social system, *Journal of Cleaner Production*, 140(1), pp. 32-41, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.03.170>.
226. Möhlmann, M. (2015) Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *J. Consum. Behav.* 14, 193–207.
227. Mohseni, S., Jayashree, S., Rezaei, S. et al. (2018) Attracting tourists to travel companies' websites: the structural relationship between website brand, personal value, shopping experience, perceived risk and purchase intention. *Current Issues in Tourism* 21(6), pp. 616–645.
228. Moisander, J., Valtonen, A. (2006) *Qualitative Marketing Research*; SAGE Publications: London, UK
229. Mollison, B., Slay, M.R. (1991) *Introduction to Permaculture*; Tagari Publishers: Tyalgum, NSW, Australia

230. Murphy, H.C., Chen, M.M. (2014) Online information sources used in hotel bookings examining relevance and recall. *Journal of Travel Research* 55(4), pp. 523–536.
231. Musavengane, R. (2019) Small hotels and responsible tourism practice: Hoteliers' perspectives. *J. Clean. Prod.* 220, 786–799.
232. Nambisan, S. (2017) Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrep. Theory Pr.* 41, 1029–1055.
233. Nambisan, S., Baron, R.A. (2019) On the costs of digital entrepreneurship: Role conflict, stress, and venture performance in digital platform-based ecosystems. *J. Bus. Res.*
234. Nambisan, S., Wright, M., Feldman, M.P. (2019) The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Res. Policy*, 48, 103773
235. Nayyar, A., Mahapatra, B., Le, D., Suseendran, G. (2018) Virtual reality (VR) & Augmented Reality (AR) technologies for tourism and hospitality industry. *Int. J. Eng. Technol.*, 7, 156–160.
236. NCDA (1997). *Career Counselling Competencies* Available at http://associati ondatabase.com/aws/NCDA/asset_manager/get_file/3397 (accessed at 31.03.16)
237. Negrilă, M. (2019) The influence of professional experience on people's tendency towards workaholism. *Social Sciences and Education Research Review*, 6(1), pp. 213-221.
238. Nekaj, E.L. (2014) Forget the Sharing Economy, It's Time for the Crowd Economy. Available online: <https://www.virgin.com/entrepreneur/forget-sharing-economy-its-time-crowd-economy> (accessed on 25 August 2018).
239. Nemțeanu, M.S., Dabija, D.C. (2020) Best Practices of Nongovernmental Organisations in Combatting COVID-19. In: R. Pamfilie, V. Dinu, L. Tăchiciu, D. Pleșea, C. Vasiliu eds. 6th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption. Messina, Italy, 4-6 June 2020. Bucharest: ASE. pp. 626-633
240. Neumeyer, X., Ashton, W.S., Dentchev, N. (2020) Addressing resource and waste management challenges imposed by COVID-19: An entrepreneurship perspective. *Resour. Conserv. Recycl.* 162, 105058.
241. Nga, J.K.H., Shamuganathan, G. (2010) The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *J. Bus. Ethics*, 95, 259–282
242. Nguyen, M.-H., Pham, T.-H., Ho, M.-T., Nguyen, H.T.T., Vuong, Q.-H. (2021) On the social and conceptual structure of the 50-year research landscape in entrepreneurial finance. *SN Bus. Econ.*, 1, 1–29
243. Nguyen, S., Llosa, S. (2018) On the Difficulty to Define the Sharing Economy and Collaborative Consumption—Literature Review and Proposing a Different Approach with

- the Introduction of ‘Collaborative Services’. Available online: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01820276v1/document> (accessed on 25 August 2018).
244. Nili, A., Tate, M., Johnstone, D. A. (2017) framework and approach for analysis of focus group data in information systems research. *Commun. Assoc. Inf. Syst.* 40, 1–21.
245. Nistoreanu, P., Țigu, G., Popescu, D., Pădurean, M., Talpeș, A., Țală, A., Condulescu, C. (2006) Turismul rural românesc, *Ecoturism și turism rural*. ASE. Available online: <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/pagina2.asp?id=cap11> (accessed on 13 December 2020).
246. Nyman, E., Westin, K., Carson, D. (2018) Tourism destination choice sets for families with wheelchair-bound children. *Tour. Recreat. Res.*, 43, 26–38.
247. O’Regan, M., Choe, J. (2017) Airbnb and cultural capitalism: Enclosure and control within the sharing economy. *Anatolia*, 28, 163–172.
248. OEC(2018) OECD Tourism Trends and Policies. Available online: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf> (accessed on 13 December 2020).
249. OECD Tourism Trends and Policies. (2018). Available online: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf> (accessed on 13 December 2020).
250. Olya, H.G.T., Gazi, Z.A., Aksal, F.A., Mehmet, A. (2018) Behavioral intentions of disabled tourists for the use of peer-to-peer accommodations: An application of fsQCA. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 30, 436–454.
251. Omary, M.B., Eswaraka, J., Kimball, D.S., Moghe, P.V., Panettieri Jr., R.A., Scotto, K.W. (2020) The COVID-19 pandemic and research shutdown: staying safe and productive. *Journal of Clinical Investigation* 130(6), pp. 2745–2748. <https://doi.org/10.1172/JCI138646>.
252. Onwuegbuzie, A.J., Dickinson, W.B., Leech, N.L., Zoran, A.G. (2009) A Qualitative Framework for Collecting and Analyzing Data in Focus Group Research. *Int. J. Qual. Methods* 8, 1–21.
253. Otiman, P.I. (2014) *The National Strategic Framework for the Sustainable Development of the Agro-Food Sector in Romania in the Period 2015–2020–2030*; Romanian Academ: Bucharest, Romania
254. Pagán, R. (2015) The contribution of holiday trips to life satisfaction: The case of people with disabilities. *Curr. Issues Tour.* 18, 524–538.
255. Pantazi, R. (2018) *Hot meals in schools*; HotNews.ro: Bucharest, Romania. Available online: <https://www.hotnews.ro/stiri-educatie-22684939-mas-cald-coli-guvernul-folose-oug->

- lanseze-pentru-treilea-consecutiv-acela-program-pilot-doar-50-coli.htm (accessed on 18 March 2019).
256. Park, J., Chowdhury, S. (2018) Investigating the barriers in a typical journey by public transport users with disabilities. *J. Transp. Health*, 10, 361–368.
257. Park, S.-C. (2017) The Fourth Industrial Revolution and implications for innovative cluster policies. *AI Soc.*, 33, 433–445.
258. Parsons, S., Cobb, S. (2011) State-of-the-art of virtual reality technologies for children on the autism spectrum. *Eur. J. Spec. Needs Educ.*, 26, 355–366.
259. Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J.A., Morrison, A.M. (2017) Living Like a Local: Authentic Tourism Experiences and the Sharing Economy. *Int. J. Tour. Res.*, 19, 619–628.
260. Pelfrey, W.V. (1998) Tourism and crime: A preliminary assessment of the relationship of crime to the number of visitors at selected sites. *Int. J. Comp. Appl. Criminol.*, 22, pp. 293–304.
261. Phelan, K.V., Mills, J.E., Douglas, A.C. et al. (2013) Digital personalities: an examination of the online identity of travel and tourism web sites. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 4(3), pp. 248–262.
262. Pizam, A., Mansfeld, V. (1996) *Tourism, Crime and International Security Issues*; Pizam, A., Mansfeld, V., Eds.; Wiley: Chichester, UK.
263. Pizam, A., Tarlow, P.E., Bloom, J. (1997) Making tourists feel safe: Whose responsibility is it? *J. Travel Res. Summer*, 38, pp. 23–28.
264. Pool, L.D., Sewell, P. (2007). *The key to employability: developing a practical model of graduate employability*, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 49 No. 4, , pp. 277-289.
265. Poria, Y., Reichel, A., Brandt, Y. (2009) People with disabilities visit art museums: An exploratory study of obstacles and difficulties. *J. Herit. Tour.*, 4, 117–129.
266. Poria, Y., Reichel, A., Brandt, Y. (2011) Dimensions of hotel experience of people with disabilities: An exploratory study. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 23, 571–591.
267. Porter, M.E., Heppelmann, J.E. (2014) How Smart, Connected Products are Transforming Competition. *Harv. Bus. Rev.*, 92, 64–88.
268. Prideaux, B. (1996) The tourism crime cycle: A beach destination case study. In *Tourism, Crime and International Security Issues*; Pizam, A., Mansfeld, V., Eds.; Wiley: Chichester, UK; pp. 59–76.
269. Prideaux, B., Dunn, A. (1995) Tourism and crime—How can the tourism industry respond? The Gold Coast experience. *Aust. J. Hosp. Manag.*, 2, pp. 7–15.

270. Rabenu, E., Aharoni-Goldenberg, S. (2017) Understanding the Relationship between Overtime and Burnout. *International Studies of Management & Organization* 47(4), pp. 324–335. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1382269>.
271. Rabenu, E., Shkoler, O., Lebron, M.J., Tabak, F. (2019) Heavy-work investment, job engagement, managerial role, person-organization value congruence, and burnout: A moderated-mediation analysis in USA and Israel. *Current Psychology* 38. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00423-6>.
272. Rabiee, F. (2004) Focus-group interview and data analysis. *Proc. Nutr. Soc.*, 63, 655–660.
273. Ramos, C.M., Correia, M.B., Rodrigues, J.M. et al. (2016) Hotel websites characterisation framework for consumer's information needs. *Tourism & Management Studies* 12(1), pp. 25–26. Research and Markets (2018a) *Global online travel market*. Available at: <https://www.researchandmarkets.com/reports/4659340/global-online-travel-market-2018> (accessed 2 October 2018).
274. Razli, A.I., Jamal, A.S., Zahari, M.S.M. (2017) Airbnb: An Overview of a New Platform for Peer to Peer Accommodation in Malaysia. *Adv. Sci. Lett.*, 23, 7829–7832.
275. Research and Markets (2018b) *Global online accommodation booking market*. Available at: <https://www.researchandmarkets.com/reports/4662335/global-online-accommodation-booking-market-2018> (accessed 3 October 2018).
276. Rezaei, S., Ali, F., Amin, M. et al. (2016) Online impulse buying of tourism products: the role of web site personality, utilitarian and hedonic web browsing. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 7(1), pp. 60–83.
277. Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., Giselsbrecht, C. (2017) Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creat. Innov. Manag.*, 26, 300–310.
278. Risser, R., Månsson Lexell, E., Bell, D., Iwarsson, S., Ståhl, A. (2015) Use of local public transport among people with cognitive impairments—A literature review. *Transp. Res. Part F Traffic Psychol. Behav.* 29, 83–97.
279. Rojan, B., Brijesh, T., Min-Seong, K. (2019) Corporate Social Responsibility Among Travel and Tour Operators in Nepal. *Sustainability-Basel*, 11, 2771.
280. Romanian Tourism Authority. (2020) Available online: <http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/> (accessed on 18 November 2020).
281. Ross, G.F. (1992) Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city. *J. Travel Res. (Winter)*, 30, 13–17.
282. Rubens, A., Spigarelli, F., Cavicchi, A., Rinaldi, C. (2017) Universities' third mission and the entrepreneurial university and the challenges they bring to higher education institutions. *J. Enterprising Communities People Places Glob. Econ.*, 11, 354–372.

283. Rumetshofer, H., Wöß, W. (2004) Tourism Information Systems Promoting Barrier-Free Tourism for People with Disabilities. In *Computers Helping People with Special Needs. ICCHP 2004. Lecture Notes in Computer Science*; Miesenberger, K., Klaus, J., Zagler, W.L., Burger, D., Eds.; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany, 2004; Volume 3118.
284. Sage, C. (2013) The interconnected challenges for food security from a food regimes perspective: Energy, climate and malconsumption. *J. Rural. Stud.*, 29, 71–80.
285. Sainaghi, R., Baggio, R., Phillips, P. et al. (2018) Hotel performance and research streams: a network cluster analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 30(8), pp. 1–36.
286. Sajjad, A., Shahbaz, W. (2020) Mindfulness and Social Sustainability: An Integrative Review, *Social Indicators Research*, 150, 73–94. DOI: 10.1007/s11205-020-02297-9
287. Salanova, M., Del Líbano, M., Llorens, S. and Schaufeli, W.B., 2014. Engaged, Workaholic, Burned-Out or Just 9-to-5? Toward a Typology of Employee Well-being. *Stress Health* 30, pp. 71–81. <https://doi.org/10.1002/smi.2499>.
288. Salvioni, D. (2016) Hotel Chains and the Sharing Economy in Global Tourism (2016). SYMPHONYA Emerging Issues in Management. Available online: <https://ssrn.com/abstract=2860562> (accessed on 25 August 2018).
289. Sam, C., van der Sijde, P. (2014) Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. *High. Educ.*, 68, 891–908.
290. Sánchez-Barrioluengo, M. (2014) Articulating the ‘three-missions’ in Spanish universities. *Res. Policy*, 43, 1760–1773.
291. Sánchez-Barrioluengo, M. (2014) Turning the tables’: Regions shaping university performance. *Reg. Stud. Reg. Sci.*, 1, 276–285.
292. Saravia-Matus, S., Gomez y Paloma, S., Mary, S. (2012) Economics of food security: Selected issues. *Bio-based Appl. Econ.*, 1, 65–80.
293. Sarmiento, E.M., Brás, C., De Oliveira, C.V. (2016) Issues and challenges of accessibility for senior tourism (Estoril/Portugal). R-LEGO—Revista Lusófona de Economia e Gestão das Organizações. Volume 2. Available online: <http://recil.grupolusofona.pt/handle/10437/6978> (accessed on 7 June 2019).
294. Saw, S.L., Goh, Y.N., Isa, S.M. (2015) Exploring consumers’ intention toward online hotel reservations: insights from Malaysia. *Problems and Perspectives in Management* 13(2), pp. 249–257.
295. Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., Salanova, M. (2006) The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire: A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), pp. 701–716. <https://doi.org/10.1177/0013164405282471>.

296. Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., Bakker, A. B. (2002) The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 3(1), pp. 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>.
297. Schaufeli, W. B., Shimazu, A., Taris, T. W. (2009) Being Driven to Work Excessively Hard: The Evaluation of a Two-Factor Measure of Workaholism in The Netherlands and Japan. *Cross-Cultural Research*, 43(4), pp. 320–348. <https://doi.org/10.1177/1069397109337239>.
298. Schaufeli, W.B. (2016) Heavy work investment, personality and organizational climate. *Journal of Managerial Psychology*, 31(6), pp. 1057-1073. <https://doi.org/10.1108/JMP07-2015-0259>.
299. Scheyvens, R., Biddulph, R. (2018) Inclusive tourism development. *Tour. Geogr.* 20, 589–609.
300. Schiebler, S.A., Crofts, J.C., Hollinger, R.C. (1996) Florida tourists' vulnerability to crime. In *Tourism, Crime and International Security Issues*; Pizam, A., Mansfeld, V., Eds.; Wiley: Chichester, UK; pp. 37–50.
301. Schreurs, J. (2010) *Living with Less: Prospects for Sustainability*; International Centre for Integrated Assessment and Sustainable development (ICIS), Maastricht University: Maastricht, The Netherlands
302. Schuckert, M., Liu, X., Law, R. (2015) Hospitality and tourism online reviews: recent trends and future directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 32(5), pp. 608–621.
303. Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development*; Cambridge University Press: Cambridge, MA, USA.
304. Secundo, G., Perez, S.E., Martinaitis, Ž., Leitner, K.H. (2017) An Intellectual Capital framework to measure universities' third mission activities. *Technol. Forecast. Soc. Chang.*, 123, 229–239.
305. Sedgley, D., Pritchard, A., Morgan, N., Hanna, P. (2017) Tourism and autism: Journeys of mixed emotions. *Ann. Tour. Res.* 66, 14–25.
306. Shamai, O. (2015) The relationship between heavy work investment and employees' happiness. In: I. Harpaz and R. Snir eds., 2015. Applied psychology series. Heavy work investment: Its nature, sources, outcomes, and future directions. S.l: Routledge/Taylor & Francis Group, pp. 204–222.
307. Shams, R. (2018) Stakeholder Causal Scope to Bridge the Industry—Academia Collaboration Gap. 2018. Available online: <https://www.emeraldpublishing.com/news-and-blogs/stakeholder-causal-scope-to-bridge-the-industry-academia-collaboration-gap> (accessed on 5 September 2018).

308. Shaw, G., Coles, T. (2004) Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A preliminary survey. *Tour. Manag.*, 25, 397–403.
309. Shelton, E.J., Tucker, H. (2005) Tourism and disability: Issues beyond access. *Tour. Rev. Int.*, 8, 211–219.
310. Shimazu, A., Kubota, K., Bakker, A. B. (2015) How workaholism affects employees and their families. In: I. Harpaz and R. Snir eds., 2015. Applied psychology series. Heavy work investment: Its nature, sources, outcomes, and future directions. S.I: Routledge/Taylor & Francis Group, pp. 171–186.
311. Shimazu, A., Schaufeli, W.B. (2009) Is Workaholism Good or Bad for Employee Well-being? The Distinctiveness of Workaholism and Work Engagement among Japanese Employees. *Industrial Health* 47(5), pp. 495-502. <https://doi.org/10.2486/indhealth.47.495>.
312. Shimazu, A., Schaufeli, W.B., Kamiyama, K., Kawakami, N. (2015) Workaholism vs. Work Engagement: the Two Different Predictors of Future Well-being and Performance. *International Journal of Behavioral Medicine*, 22, pp. 18–23. <https://doi.org/10.1007/s12529-014-9410-x>.
313. Sidrat, S., Frikha, M.A. (2018) Impact of the qualities of the manager and type of university on the development of the entrepreneurial university. *J. High. Technol. Manag. Res.*, 29, 27–34.
314. Sigala, M. (2018) Market Formation in the Sharing Economy: Findings and Implications from the Sub-Economies of Airbnb. In *Social Dynamics in a Systems Perspective*; Barile, S., Pelicano, M., Polese, F., Eds.; New Economic Windows; Springer: Cham, Switzerland; pp. 159–174.
315. Sigala, M. (2018) New technologies in tourism: from multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives* 25, pp. 151–155.
316. Singh, H., Reed, C. A. (2001) *White Paper: Achieving Success with Blended Learning*, Centra Software, pp. 1-11. Available at: <http://maken.wikiwijs.nl/userfiles/f7d0e4f0bd466199841ede3eea221261.pdf> (accessed at 6.05.2016).
317. SlowMovement (2020) Downshifting as a Way of Life. Available online: [https:// www.slowmovement.com/downshifting.php](https://www.slowmovement.com/downshifting.php) (accessed on 12 October 2020).
318. Smith, C., Smith, J.B., Shaw, E. (2017) Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. *J. Bus. Ventur.*, 32, 18–34.
319. Snir, R. and Harpaz, I. (2012) Beyond workaholism: Towards a general model of heavy work investment. *Human Resource Management Review*, [e-journal] 22(3), pp. 232-243. Snir, R., 2018. A longitudinal study of heavy time investment in work. *International Journal of Organizational Analysis*, 26(1), pp. 153-170. <https://doi.org/10.1108/IJOA03-2017-1143>.

320. Soni, N., Sharma, E.K., Singh, N., Kapoor, A. (2020) Artificial Intelligence in Business: From Research and Innovation to Market Deployment. *Procedia Comput. Sci.*, 167, 2200–2210.
321. Spector, P. E., Jex, S. M. (1998) Development of Four Self-Report Measures of Job Stressors and Strain: Interpersonal Conflict at Work Scale, Organizational Constraints Scale, Quantitative Workload Inventory, and Physical Symptoms Inventory. *Journal of Occupational Health Psychology*, 3, pp. 356-367.
322. Srinivasan, A., Venkatraman, N. (2018) Entrepreneurship in digital platforms: A network-centric view. *Strat. Entrep. J.*, 12, 54–71.
323. Stanciu, S. (2015) Food Security in Romania: Case Study. *SEA—Pract. Appl. Sci.*, 3, 83–92.
324. Standen, P.J., Brown, D.J. (2005) Virtual reality in the Rehabilitation of People with Intellectual Disabilities: Review. *Cyberpsychol. Behav.*, 8, 272–282.
325. Stangeland, P. (1998) Other targets or other locations? An analysts of opportunity structures. *Br. J. Criminol.*, 38, pp. 61–77.
326. Steurer, R., Langer, M.E., Konrad, A., Martinuzzi, A. (2005) Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business—Society Relations. *J. Bus. Ethics*, 61, 263–281.
327. Stewart, D.W., Shamdasani, P.N. (2014) *Focus Groups: Theory and Practice*; Sage Publications: Thousand Oaks, CA, USA, p. 124.
328. Stinchcombe, A.L. (1965) Social Structure and Organizations. In *Handbook of Organizations*; March, J.G., Ed.; Rand McNally: Chicago, IL, USA; pp. 142–193.
329. Stoeber J., Damian L. (2016) Perfectionism in Employees: Work Engagement, Workaholism, and Burnout. In: F. Sirois and D. Molnar eds., 2016. Perfectionism, Health, and Well-Being. S.l: Springer.
330. Super, D. E., Šverko, B. E. (1995). Life roles, values, and careers: International findings of the Work Importance Study. Jossey-Bass.
331. Sussan, F., Acs, Z.J. (2017) The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Bus. Econ.*, 49, 55-73.
332. Taris, T., Beek, I., Schaufeli, W. (2010). Why do perfectionists have a higher burnout risk than others? The mediational effect of workaholism. *Romanian Journal of Applied Psychology*, 12(1), pp. 1-7.
333. Tchetchik, A., Eichhorn, V., Biran, A. (2018) ‘Not on my vacation’: Service encounters between able-bodied and disabled consumers—The case of high-contact service. *J. Policy Res. Tour. Leis. Events*, 10, 204–220.

334. Techopedia Definition (2018) *What does Web 2.0 mean?* Available online: www.techopedia.com/definition/27960/web-10 (accessed on 7 August 2018).
335. Tesliuc, E., Grigoras, V., Stanculescu, M. (2015) *Background Study for the National Strategy on Social Inclusion and Poverty Reduction, 2015–2020*; RePEc: Bucharest, Romania
336. Teye, V., Sönmez, S., Sirakaya, E. (2002) Resident Attitudes toward Tourism Development. *Ann. Tour. Res.*, 29, pp. 668–688.
337. Thoreau, (1992) H.D. *Walden or Life in the Woods*; Alfred A. Knopf: New York, NY, USA
338. Trifan, A. (2014) Directions for improving management accounting in the textile industry enterprises. *Industria Textilă*, 65(2), pp. 101-106.
339. Tsang, N.K.F., Lai, M.T.H., Law, R. (2010) Measuring e-service quality for online travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 27(3), pp. 306–323.
340. Turan, Ö., Gurluk, S., Issi, E. (2018) Global food security index's reflections to balkan countries. *Agric. Life Life Agric. Conf. Proc.*, 1, 205–211.
341. Turnsek, M., Ladkin, A. (2017) Changing Employment in the Sharing Economy: The Case of Airbnb. *Javnost-Public*, 24, S82–S99.
342. Tussyadiah, I.P. (2015) An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel. In *Information and Communication Technologies in Tourism*; Tussyadiah, I., Inversini, A., Eds.; Springer: Cham, Switzerland, 2015.
343. Tussyadiah, I.P., Wang, D., Jia, C. (2017) Virtual reality and Attitudes Toward Tourism Destinations. In *Information and Communication Technologies in Tourism*; Schegg, R., Stangl, B., Eds.; Springer: Cham, Switzerland.
344. Tussyadiah, I.P., Wang, D., Jung, T.H., Dieck, M.C.T. (2018) Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tour. Manag.*, 66, 140–154.
345. Tutuncu, O. (2017) Investigating the accessibility factors affecting hotel satisfaction of people with physical disabilities. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 65, 29–36.
346. Tziner, A., Shkoler, O., Bat Zur, B. (2019) Revisiting Work Engagement from a Moderated-Mediation Vantage Point. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35, pp. 207 - 215. <https://doi.org/10.5093/jwop2019a22>.
347. Țigu, G., Popescu, D., Hornoiu, R.I. (2016) Corporate Social Responsibility—An European Approach through the Tourism SME's Perspectives. *Amfiteatru Econ.* , 18, 742–756.
348. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. *Making Tourism More Sustainable-A Guide for Policy Makers*, 2005. Available online: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf> (accessed on 23 May 2016).
349. United Nations World Tourism Organization (UNTWO). *UNWTO Tourism Highlights, 2012*

- Edition. Available online: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr_1.pdf (accessed on 17 May 2013).
350. UNWTO. (2016) The Tourism Sector and the Sustainable Development Goals—Responsible Tourism, a Global Commitment. Available online: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_acc.pdf (accessed on 15 February 2018).
351. Van Beek, I., Hu, Q., Schaufeli, W.B., Taris, T.W., Schreurs, B.H. (2012) For Fun, Love, or Money: What Drives Workaholic, Engaged, and Burned- Out Employees at Work?. *Applied Psychology* 61, pp. 30-55. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2011.00454.x>.
352. Van Beek, I., W. Taris, T., B. Schaufeli, W., Brenninkmeijer, V. (2013) Heavy work investment: its motivational make-up and outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 29(1), pp. 46-62. <https://doi.org/10.1108/jmp-06-2013-0166>.
353. Van der Borg, J., Camatti, N., Bertocchi, D., Albarea, A. (2017) The Rise of the Sharing Economy in Tourism: Exploring Airbnb Attributes for the Veneto Region. *SSRN Electron. J.*
354. Van der Ploeg, J.D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T.K., de Roest, K., Sevilla-Guzman, E., Ventura, F. (2000) Rural development: From practices and policies towards theory. *Sociol. Rural.* 40, 391–408.
355. Van Praag, C.M., Versloot, P.H. (2007) What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Bus. Econ.*, 29, 351–382.
356. Vavik, T., Keitsch, M. (2010) Exploring relationships between Universal Design and Social Sustainable Development: Some Methodological Aspects to the Debate on the Sciences of Sustainability. *Sustainability Development*, 18, 295–305. DOI:10.1002/sd.480
357. Veiga Ávila, L., Beuron, T., Brandli, L., Damke, L., Pereira, R., Klein, L. (2019) Barriers to innovation and sustainability in universities: An international comparison. *Int. J. Sustain. High. Educ.*, 20, 805–821.
358. Velazquez, L., Munguia, N., Platt, A., Taddei, J. (2006) Sustainable university: What can be the matter? *J. Clean. Prod.* 14, 810–819.
359. Vila, T.D., González, E.A., Darcy, S. (2018) Accessible tourism online resources: A Northern European perspective. *Scand. J. Hosp. Tour.*, 19, 140–156.
360. Volgger, M., Pforr, C., Stawinoga, A.E., Taplin, R., Matthews, S. (2018) Who adopts the Airbnb innovation? An analysis of international visitors to Western Australia. *Tour. Recreat. Res.*, 43, 305–320.
361. Von Briel, F., Davidsson, P., Recker, J. (2018) Digital Technologies as External Enablers of New Venture Creation in the IT Hardware Sector. *Entrep. Theory Pract.*, 42, 47–69.
362. Von Briel, F., Recker, J., Davidsson, P. (2018) Not all digital venture ideas are created equal: Implications for venture creation processes. *J. Strat. Inf. Syst.*, 27, 278–295.

363. Vuong, Q.H. (2020) The semiconducting principle of monetary and environmental values exchange. *OSF Prepr.*
364. Walmsley, D.J., Boskovic, R.M., Pigram, J.J. (1983) Tourism and crime: An Australian perspective. *J. Leis. Res.*15, pp. 136–155.
365. Wang, M., Chen, L.-H., Su, P., Morrison, A.M. (2019) The right brew? An analysis of the tourism experiences in rural Taiwan's coffee estates. *Tour. Manag. Perspec.*, 30, 147–158.
366. Wang, W., Cole, S.A. (2016) Constant Comparative Analysis to Identify Onboard Service Needs and Expectations of Air Travelers with Mobility Impairments: Perceptions of Flight Attendants. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally: Amherst, MA, USA, 2016; Available online: <http://scholarworks.umass.edu/ttra/2012/Oral/33> (accessed on 7 September 2018).
367. Wen, I. (2012) An empirical study of an online travel purchase intention model. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 29(1), pp. 18–39.
368. Wendsche, J., Lohmann-Haislah, A. (2017) A Meta-Analysis on Antecedents and Outcomes of Detachment from Work. *Frontiers in Psychology*, 7, p.2072. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.02072>.
369. Whitefield, S. (2016) *The New Institutional Architecture of Eastern Europe*; Springer: Amsterdam, The Netherlands.
370. WHO. Disability and Health. Key Facts. Available online: <http://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (accessed on 7 September 2018).
371. Wolbring, G., Rybchinski, T. (2013) Social Sustainability and Its Indicators through a Disability Studies and an Ability Studies Lens. *Sustainability-Basel*, 5, 4889–4907.
372. World Economic Forum (2020) Emerging Pathways towards a Post-COVID-19 Reset and Recovery. Available online: <https://www.weforum.org/reports/emerging-pathways-towards-a-post-COVID-19-reset-and-recovery> (accessed on 20 July 2020).
373. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y. et al. (2017) A comparative analysis of major online review platforms: implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management* 58, pp. 51–65.
374. Yarime, M., Trencher, G., Mino, T. și alții (2012) Establishing sustainability science in higher education institutions: towards an integration of academic development, institutionalization, and stakeholder collaborations. *Sustainability Science*, 7(1), 101-113. DOI: 10.1007/s11625-012-0157-5
375. Yau, M.K., McKercher, B., Packer, T.L. (2004) Traveling with a disability: More than an Access Issue. *Ann. Tour. Res.*31, 946–960.

376. Yeo, A.C.-M., Carter, S., Chezulhaimee, N.A. (2018) Corporate social responsibility intervention: a catalyst to small-medium enterprise employee engagement. *Psychosociological Issues in Human Resource Management* 6(1), pp.38–62. <https://doi.org/10.22381/PIHRM6120182>.
377. Yin, R.K. (2009) *Case Study Research and Applications: Design and Methods*, 4th ed.; Sage Publication: Thousand Oaks, CA, USA; pp. 47–48
378. Yoon, A., Jeong, D., Chon, J., Yoon, J.H. (2019) A Study of Consumers' Intentions to Participate in Responsible Tourism Using Message Framing and Appeals. *Sustainability-Basel*, 11, 865
379. Yorke, M. (2004) *Employability in Higher Education: what it is - what it is not*, Higher Education Academy/ESECT
380. Yusof, M., Jain, K.K. (2010) Categories of university-level entrepreneurship: A literature survey. *Int. Entrep. Manag. J.*, 6, 81–96.
381. Zenko, Z., Sardi, V. (2014) Systemic thinking for socially responsible innovations in social tourism for people with disabilities. *Kybernetes*, 43, 652–666.
382. Zhang, H., 2017. Opportunity or new poverty trap: Rural-urban education disparity and internal migration in China, *China Economic Review*, Volume 44, pp. 112-124.
383. Zhou, C., Peng, X.M. (2008) The entrepreneurial university in China: Nonlinear paths. *Sci. Public Policy*, 35, 637–646.
384. Zunker, V.G. (2003). *Career Counseling: Applied Concepts of Life Planning*, Pacific Grove, CA: Brooks/Cole, 6th ed. pp.2-9.26-41.
385. Zunker, V.G., Osborn, D. (2002). *Using assessment results for career development*, Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

