

# O SUCCINTĂ PREZENTARE A LUCRĂRII: ASPECTE ALE DEZVOLTĂRII ECONOMIEI DIGITALE ÎN ROMÂNIA. TEORIE, TEHNICI DE MĂSURARE, POLITICI DE DEZVOLTARE ȘI LOCURI DE MUNCĂ

Ghenadie CIOBANU<sup>1</sup>

gciobanu01@gmail.com

**ABSTRACT:** This publication is the result the project: „The evaluation of the potential of developing digital and virtual workplaces on the labor market in Romania and creating an intelligent economy”. Confronted with an aging population and global competition, we have three options: to work harder, to work more or to work smarter. We will probably have to do all three, but the third option is only that can guarantee raiding the Europeans living standard. In this book in this book are presented in the Chapter 1. National reforms for smart, sustainable growth, favorable to inclusion in the 2020 horizon, Chapter 2. IT&C Industry Analysis and E-commerce in Romania, Chapter 3. Population access to information and IT, Chapter 4. Sociological analysis on digital division, Chapter 5. Theories and policies of digital economy development. In conclusions: The Romanian IT society faces a number of essential issues, but is also characterized by a good level of experts ‘training in this area. Considering the lag of economic development at the level of regional development, we believe that an important issue is to ensure the IT of the regions. We will be able to develop the regions if we create national and regional development networks, virtual organizations of different levels and in different areas of activities.

**KEYWORDS:** digital economy development, sociological analysis, digital economy development.

Agenda digitală pentru Europa este una dintre cele șapte inițiativepilot ale Strategiei Europa 2020 și are ca scop definirea rolului motor esențial pe care utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC) va

---

<sup>1</sup> Dr., cercetător la Institutul Național de Cercetare Științifică în Domeniul Muncii și Protecției Sociale (INCSMPS); membru asociat al Diviziei de Istoria Științei a CRIFST al Academiei Române

trebui să-l joace în realizarea obiectivelor Europei pentru 2020. Obiectivul acestei Agende este trasarea unui parcurs în scopul de a exploata la maximum potențialul social și economic al TIC, în special al internetului, care reprezintă un suport vital al activităților economice și sociale, fie că e vorba de afaceri, muncă, joacă, de a comunica sau a ne exprima liber. Implementarea cu succes a acestei Agende va stimula inovația și creșterea economică, ameliorând în același timp calitatea vieții de zi cu zi a cetățenilor și a întreprinderilor. Economia digitală presupune trei caracteristici majore: este o economie globală; favorizează produsele intangibile: idei, informații, relații; este intens interconectată. Aceste caracteristici produc noi modele de piață, de societăți care sunt bazate pe rețeaua electronică. Economia digitală se caracterizează prin următoarele trăsături caracteristice: 1. Infrastructura economiei digitale. TIC a crescut rapid în ultima perioadă atât în economie cât și în societate în general. Suportul pentru TIC îl reprezintă Internetul, care este o „poartă deschisă”, bazat pe protocoale standard, permițând oricărui calculator să se conecteze utilizând aceleași protocoale. 2. Piețele electronice. Principalele trăsături ale piețelor electronice sunt: noi agenți, noi tipuri de produse și servicii, noi relații de afaceri, noi modele de comunicație și organizare. 3. Produse bazate pe informații și cunoștințe. Cele mai multe produse existente pe piețele electronice sunt produsele intangibile. 4. Agenții prezenți pe piețe: consumatori, oameni de afaceri, intermediari. În economia digitală consumatorii beneficiază de informație 24 de ore din 24, au acces la informație pe piață indiferent de distanță. 5. Transformări macroeconomice și procese de globalizare. Din punct de vedere macroeconomic schimbările apărute în economie afectează variabilele macroeconomice. Internetul înlătură granițele fizice favorizând evoluția procesului de globalizare. 6. Penetrarea progresivă și agresivă a economiei digitale în viața economico-socială a societății moderne din secolul XXI.

Impactul crizei financiare globale a scos în evidență faptul că realitățile economice evoluează mai rapid decât politicile publice. În ultimii ani, la nivel european milioane de persoane și-au pierdut locul de muncă și au fost afectate într-o măsură mai mare de sărăcie și excluziune socială. Această stare de fapt a apărut într-un moment critic în care Europa este presată sever de provocările demografice – așa numita „îmbătrânire demografică”.



**Foto:** Coperta cărții: Ghenadie Ciobanu (coordonator), Cătălin Ghinărașu, Alina Ștefania Crețu (Chenic), Adriana Ana Maria Davidescu, Beatrice Chiriac – *Aspecte ale dezvoltării economiei digitale în România*, Editura Universitară, București, 2015, ISBN 978-606-28-0266-0)

Primul și probabil cel mai important obiectiv dintr-un set de cinci strategii socio-economice majore constă în creșterea ratei de ocupare a forței de muncă la 75% în rândul populației cu vârste cuprinse între 20 și 64 de ani. În acest context dificil, Strategia Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă 2014–2020 își propune impulsivarea eforturilor de a atinge ținta de ocupare stabilită de România pentru anul 2020, și anume o rată de ocupare de 70% pentru populația în vârstă de 20–64 de ani.

Al doilea obiectiv – provocări comune la nivel internațional induse de criza economică și financiară prelungită. Al treilea obiectiv – evoluții și structuri pe piața muncii la nivelul U.E. 28, zonei Euro și României, în corelație cu cerințele flexicurității pieței muncii și implicațiile crizei economice.

Al patrulea obiectiv – paradoxul crizei de personal de valoare și mare talent într-o lume sufocată de lipsa acută de locuri de muncă.

Al cincilea obiectiv – arta managementului resurselor umane probabil cel mai puternic factor responsabil de creșterea și productivitatea companiilor în viitorul apropiat.

Al șaselea obiectiv – penetrarea progresivă și agresivă a economiei digitale în viața economico-socială a societății moderne din secolul XXI.

Al șaptelea obiectiv – deziderat major al economiei digitale în perspectiva viitorului imediat al României: guvernarea electronică.

De aceea, strategiile cheie implică restructurare și modernizare (reingineria afacerilor și un management nou), precum și oferirea de servicii mai bune pentru persoanele fizice și juridice (ghișeu unic, servicii disponibile 24 de ore pe zi pentru oricine și de oriunde etc.). Pe de altă parte, considerând proiectele concrete de guvernare electronică se disting două sfere de cuprindere: a) e-guvern în sens larg, care include toată gama de proiecte de guvernare și administrare electronică (e-democrație, e-vot, e-administrare, e-asistentă, e-justiție și chiar e-sănătate și e-educație); b) e-guvern în sens restrâns, care include implementarea proceselor locale doar din sfera e-administrației.

### *Activitatea digitală în contextul strategiei 2020*

În conformitate cu documentul fundamental în acest domeniu „Strategia 2020”, lansat la 3 martie 2010 de Comisia Europeană cu titlul Europa 2020 – O strategie europeană pentru creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii, scopul general al strategiei este de a ghida economia UE în următorul deceniu, prin abordarea tematică unitară a reformelor în plan economic și social, concentrate pe cele trei priorități ale strategiei Europa 2020 care definesc viziunea UE asupra economiei sociale de piață pentru secolul XXI vizează: Creșterea inteligentă, Creșterea durabilă, Creșterea favorabilă incluziunii. Una din prioritățile strategice este Agenda digitală pentru Europa: valorificarea potențialului TIC într-o Europă slăbită de criza economică din 28 august 2010, Comisia Europeană face o evaluare preliminară a principalelor priorități, obiective politice și măsuri în domeniul TIC, grupate pe 6 domenii majore de acțiune: Asigurarea accesului la internet de mare viteză; Crearea pieței unice digitale; Dezvoltarea societății digitale sustenabile; Consolidarea măsurilor în domeniul securității și al încrederii în tehnologiile online; Dezvoltarea cercetării și inovării în domeniu; Dezvoltarea standardelor deschise și a interoperabilității prin actualizarea Cadrului European de Interoperabilitate (EIF), pentru a promova o abordare deschisă față de tehnologie și interoperabilitate, promovarea dezvoltării standardelor deschise pentru noi aplicații și servicii, în vederea sprijinirii

industrii de specialitate prin intermediul programelor finanțate de UE etc. Strategia Națională privind Agenda Digitală pentru România reflectă nevoile și implică viziunea României privind dezvoltarea sectorului TIC.

În ultimele două decenii activitatea desfășurată la calculator și prin conexiuni la Internet a schimbat și schimbă în continuare activitatea de muncă. Mai mult, apar noi activități, noi profesii care au schimbat radical conceptul față de muncă. În opinia autorilor: „Munca digitală este un concept care a devenit un fundament esențial al discuțiilor din cadrul politicilor economice în domeniul internetului (*a se vedea Burston, Dyer-Witheyford și Hearn 2010; Fuchs și Dyer-Witheyford 2013; Scholz 2012*). Argumentul de bază în această dezbateră este faptul că modelul dominant de acumulare de capital pe platforme de Internet contemporane corporative se bazează pe exploatarea muncii neremunerată a utilizatorilor, care se angajează în crearea de conținut și utilizare a blog-uri, site-urilor de social networking, wiki-uri, microblog-uri, site-urilor de partajare de conținut pentru distracție și în aceste activități de creare de valoare se generează profituri.

Trecerea la o nouă paradigmă și anume de la societatea informațională la societatea virtuală a avut un impact major asupra modului în care indivizii își desfășoară activitățile, comunică și își împărtășesc cunoștințele prin colaborare. Efectele paradigmei societății virtuale pot fi observate pe toate palierele dimensionale crescând complexitatea odată cu integrarea în spațiul virtual: Munca digitală reprezintă acel tip de organizare al activității umane în care tehnologiile informatice și cele ale comunicațiilor, cunoscute convențional sub denumirea de tehnologii digitale, asumă un rol preponderent, schimbând prin aceasta radical caracterul muncii și oferindu-i o nouă dimensiune în termeni de caracteristici ale locului de muncă, proceselor productive și naturii produselor intermediare și finale ale muncii precum și în ceea ce privește modul de raportare la toate acestea a factorilor de producție, inclusiv și mai ales a factorului de producție munca (individul *lucrător/lucrătorul*). În ultimele două decenii activitatea desfășurată la calculator, și prin conexiuni la Internet a schimbat și schimbă, în continuare, activitatea muncii.

### ***Analiza industriei TI&C și a comerțului electronic în România***

Dinamica pieței de IT din România în perioada la care ne referim s-a manifestat nu numai printr-o creștere a cererii de soluții informatice

integrate, ci și printr-o necesitate sporită pentru o mai bună informare asupra gestionării resurselor companiei, importanța unor astfel de soluții începând să fie conștientizată și înțeleasă din ce în ce mai bine.

Din Studiul asupra stadiului de dezvoltare a industriei de software și servicii IT în România în 2013<sup>2</sup> ne-am propus redarea momentelor celor mai importante expuse și date publicului larg de către Asociația ANIS:

- Firmele românești de software sunt încă orientate în mod prioritar către proiectele de dezvoltare a aplicațiilor la comandă, și se concentrează mai ușor și generează majoritatea resurselor de venit.

- Produsele software aplicabile de managementul resurselor companiei sunt cele mai populare pentru firmele din Romania – 54% din respondenți au menționat implicarea în dezvoltarea acestor aplicații: următoarele în ordinea preferințelor sunt aplicațiile de gestiune a operațiunilor și al proceselor de fabricație – 41%, și aplicațiile de gestionare al rețelei de clienți – circa 38%. Cererea cea mai mică este deținută de produsele software de securitate și stocare, cu care au venit pe piața partenerii externi.

- Cei mai activi cumpărători sunt industria producătoare, sectorul financiar și cel de retail și vânzare en-gros, fiecare reprezentând aproximativ 13% din piață, urmate de sectorul guvernamental (11%) și serviciile de consultanță de business sau servicii individuale (10%). Cele mai puțin populare sectoare țintă sunt construcțiile, educația și sectorul de telecomunicații.

- Modelele de generare de venituri, modelul tradițional de licențiere, bazat pe taxa fixă de licențiere și servicii de mentenanță recurente este predominant pentru vânzarea produselor și aplicațiilor software care reprezintă circa 80% din veniturile din acest domeniu. Veniturile din abonamente, reprezintă 18.8% din veniturile rezultate din vânzarea produselor software.

- Aplicațiile mobile de gestiune (în special pentru industriei, comerț electronic, aplicațiile de productivitate).

- Numărul start-up-urilor create în România este în creștere continuă, majoritatea se axează pe dezvoltarea de aplicații care folosesc platformele social media și sunt destinate utilizatorilor individuali.

- Studiul arată că principalii competitori în ce privește atragerea de proiecte offshore/nearshore sunt Rusia (citată de 26% dintre respondenți), Ucraina (23% dintre respondenți), Bulgaria (17%) și Polonia (16%).

2 Asociația patronală a industriei de software și servicii [http://www.anis.ro/wp-content/uploads/2013/11/Software-si-servicii-IT-in-Romania\\_Rezumato\\_RO.pdf](http://www.anis.ro/wp-content/uploads/2013/11/Software-si-servicii-IT-in-Romania_Rezumato_RO.pdf)

Piața de produse software crește mai repede decât segmentele de cercetare-dezvoltare și respectiv aplicații dezvoltate la comandă, semnalând tendința de implicare a specialiștilor implicați în dezvoltare de software în zona de produse software, prin crearea de noi start-up-uri.

Conform Studiului *Dinamica sectorului IT&C românesc în anul 2014 (martie 2015)*<sup>3</sup>

În cel de-al treilea trimestru al anului 2014 România se situa pe poziția a șasea în lume (58.8 Mb/s) în ceea ce privește media vitezei maxime a conexiunii la Internet, cu 6,9% în scădere față de aceeași perioadă a anului 2013 (Conform unui studiu al Akamai). Prin comparație cu alți competitori globali precum Lituania, Coreea de Sud sau Singapore, același studiu relevă că România nu se situează în primele 10 state ale lumii privind viteza medie de conectare la Internet.

Conform unui raport oficial al Comisiei Europene, la începutul anului 2014 mai puțin de 20% din cetățenii români beneficiau de conexiuni fixe de mare viteză (broadband) la Internet – în creștere cu 1,2% față de anul precedent și de două ori mai puțin față de Danemarca sau Olanda, România situându-se din acest punct de vedere pe ultimul loc în Uniunea Europeană 15, la mică distanță față de Bulgaria, Polonia și Slovacia. Același studiu al Comisiei Europene poziționa România, alături de Letonia și Suedia în primele 3 state ale Uniunii Europene privind gradul de penetrare al tehnologiilor broadband ultrarapide (peste 100 Mb/s).

În concluzie luând drept reper contribuția la formarea și creșterea PIB-ului României,

1. Comparativ cu anul 2014 **industria IT&C autohtonă a cunoscut un ușor revirement pe parcursul anului 2014**. Impactul cifrei de afaceri, al industriei TI&C, la formarea și creșterea PIB, se remarcă o **tendință negativă potrivit căreia industria IT&C autohtonă se poate îndrepta către o perioadă de stagnare sau de descreștere economică în cazul în care nu vor fi luate măsuri de ameliorare economică și fiscală în acest sens**.

2. România stagnează sau pierde semnificativ din competitivitatea sa pe plan european și global, datorită gradului modest de implementare la nivel național, a mijloacelor și instrumentelor de e-guvernare, respectiv procentului scăzut de penetrare în teritoriu a tehnologiilor rapide și ultra-rapide de conectare la internet și telecomunicații mobile.

3 *Dinamica sectorului IT&C Românesc în 2014*, Centru de Analiză a informațiilor și evaluare a tendințelor, martie 2015

3. România se află în urma competitorilor săi regionali, precum Bulgaria, Slovacia sau Polonia.

*Este necesară creșterea absorbției fondurilor structurale europene în domeniul cercetării, dezvoltării și inovării în IT&C; facilități fiscale pentru stimularea reinvestirii profitului și încurajarea outsourcing-ului; reducerea cotei de TVA pentru consumatorii casnici de produse și servicii IT&C.*

România tinde să dobândească o poziție privilegiată în clasamentul global în e-outsourcing, dar aceasta nu se reflectă într-o creștere semnificativă a productivității naționale în zona soluțiilor IT&C capabile să genereze valoare adăugată semnificativă pentru economia națională.

*Elaborarea și adoptarea unui cadru legal de susținere a dezvoltatorilor și Furnizorilor autohtoni de soluții IT&C inovative, acordând și facilități care să contribuie la creșterea atractivității antreprenorilor și furnizorilor locali de produse și servicii IT&C pentru piețele internaționale.*

*Prin urmare, evoluția numărului de absolvenți din ultimii ani sugerează mai degrabă o scădere a acestora în raport cu cererea de pe piața muncii. Este prioritar să fie luate măsurile care să contribuie la facilitatea și dezvoltarea educației IT&C la toate nivelurile, care vor stimula investițiile în cercetare & dezvoltare și inovare, pentru creșterea competitivității pe plan global și limitarea transferului de capital românesc către alte piețe internaționale.*

Este necesară susținerea industriei IT&C din România. Sunt încă mulți factori (lipsa transparenței, dezordinile fiscale, investițiile străine) care afectează mediul concurențial și atragerea investițiilor străine, încrederea investitorilor străini în piața românească. Este necesară ridicarea nivelului de transparență a serviciilor de e-guvernare.

### ***Accesul populației la informație și la tehnologii informaționale***

Condițiile economice actuale au determinat un număr mare de întreprinderi să migreze către sisteme bazate pe Internet pentru creșterea eficienței, scăderea costurilor de operare și capacitatea de a opera în timp real între diferite platforme. Iată de ce multe firme reprojecțiază procesele de afaceri principale, prin investiții în tehnologii cheie – mobilitate, cloud computing (de exemplu, utilizarea de software pe bază de închiriere), sisteme informatice de analiză economică și suport decizional și rețelele sociale. Ca o consecință, produse și servicii noi complet bazate pe internet au apărut și continuă să fie dezvoltate și pot concura cu cele existente. Alte



modele de afaceri care au apărut se referă la platforme online care acționează ca intermediar între vânzători și cumpărători.

În contextul Strategiei Europa 2020 definirea Strategiei Naționale privind Agenda Digitală pentru România, adaptată la realitatea economică și socială actuală a României ocupă un rol prioritar pentru dezvoltarea digitizării în diverse ramuri și domenii de activitate. Principiul care stă la baza Strategiei Naționale este crearea unui mediu competitiv, care să încurajeze și să atragă cetățenii și întreprinderile plătitoare de impozite, care, la rândul lor, să asigure o creștere durabilă pe termen lung. Conform studiului Eurostat privind utilizarea TIC de către persoane fizice și gospodării<sup>4</sup>: 45% dintre utilizatorii români folosesc internetul cel puțin odată pe săptămână, 52% dintre utilizatorii români sunt încrezători în cumpărături online și banking online, 33% dintre utilizatorii români sunt îngrijorați de abuzuri la datele personale online, 37% dintre utilizatorii români sunt îngrijorați de aspecte legate de securitate la plățile online.

Strategia Europa 2020 pentru crearea de creștere sustenabilă în Uniunea Europeană are drept scop asigurarea de locuri de muncă pentru trei sferturi din cetățenii cu vârsta între 20 și 64 de ani până în 2020.

Doar 54% dintre români au acces la internet, comparativ cu Cehia unde rata de penetrare este de 96% sau Estonia unde este de 85%. Traficul mobil crește cu rapiditate în România. În ianuarie 2013, doar 3% din tot traficul de internet era generat de dispozitivele mobile, în timp ce în martie 2014 a ajuns la 7%.

În România, peste 4,5 milioane de utilizatori intra lunar pe site-urile de e-commerce. Comerțul online crește constant atât prin expansiunea orizontală a jucătorilor mari, ca emag.ro, cât și prin apariția și consolidarea magazinelor noi de nișă. Pe de alta parte, site-urile de anunțuri devin din ce în ce mai populare în rândul internauților, două dintre acestea tocmai.ro și olx.ro (fostul mercador.ro) regăsindu-se în top 10.

### ***Accesul și utilizarea calculatoarelor de populație***

În România, un proiect reprezentativ în domeniul e-Incluziunii a fost „Accesul la Tehnologia Informației și Comunicațiilor(TIC) și îmbunătățirea aptitudinilor digitale”. Acest proiect a avut ca scop facilitarea accesului la servicii TIC prin furnizarea de echipamente TIC și conexiune la internet,

4 Strategia Națională privind Agenda digitală pentru România

și de asemenea, prin promovarea și facilitarea accesului persoanelor la acestea. În total 255 de comunități rurale din toată țara, reprezentând 1.8 milioane de cetățeni au avut posibilitatea de a face parte din această nouă economie bazată pe cunoaștere, prin implementarea cu succes a rețelelor electronice locale.

Conform datelor furnizate de Comisia Europeană, în anul 2014 în cadrul Tabloului de Bord asupra României, doar 8% din populația cu vârsta cuprinsă între 16–74 de ani a folosit internetul în 2013 pentru a achiziționa bunuri și servicii în România. În București, 14% din populația cu vârsta cuprinsă între 16–74 ani folosea internetul pentru cumpărături online în 2011, înregistrând o creștere semnificativă, prin comparație cu valoarea de 7% înregistrată în 2009 și cu cea de 8% înregistrată în 2010.

Comerțul electronic efectuat de către mediul de afaceri, în 2013 doar 9% dintre IMM-urile din România au vândut bunuri și servicii online, iar întreprinderile mari au atins un procent de 13% pentru același an.

### ***Accesul populației la internet. Proporția gospodăriilor cu acces la Internet acasă, pe regiuni de dezvoltare***

În profil teritorial, în perioada 2010–2014 se evidențiază tendința de conectare la Internet, la nivel național de la 38,9% în 2010 la 54,4% în 2014. Teritorial, cel mai activ a fost mai răspândită printre gospodăriile din regiunea București – Ilfov (aproape 2 gospodării din 3 având acces la Internet de acasă), de la 61,9% în 2010 la 76,7% în 2014, urmată de regiunea

Cele mai mici ponderi ale gospodăriilor cu conectare la Internet, se evidențiază în regiunile Sud-Vest Oltenia – 32,0% în 2010, și în 2014 cu o pondere de 47,1% Sud – Muntenia 32,9% în 2010, și în 2014 ajunge la 46,1% rămânând pe ultimul loc, urmate de regiunea Nord – Est 33,1% în 2010 și 48,3% în 2014. Creșteri importante s-au observat în regiunile Sud-Muntenia (+ 7.2 p. p. ) Sud. *În perioada 2010–2014 creșterea a fost la nivel național + 15.5 p. p. (puncte procentuale), în regiunea București – Ilfov – + 32.3 p. p. , urmată de regiunea Nord – Vest cu +18,9 p. p. Vest + 16,9 p. p., Sud-Est – + 15.8 Nord – Est + 15,2 p. p., Sud-Vest Oltenia – + 15.1%. Pe ultimele două locuri s-au plasat regiunile Sud – Muntenia + 13,2, și Centru cu + 12,8 p. p.*

### ***O abordare sociologică privind dinamica digitalizării în România***

Pentru a realiza proiecții privind evoluția economiei digitale din România și pentru a evalua potențialul de generare de locuri de muncă, echipa care realizează proiectul „Evaluarea potențialului de dezvoltare a locurilor de muncă digitale și virtuale pe piața muncii din România și crearea unei *economii inteligente*” a considerat că o metodă adecvată pentru a investiga nivelul de digitalizare a pieței muncii din România este reprezentată de o anchetă care să fie realizată pe baza unui chestionar, care să ne aducă informațiile pe care le dorim în ceea ce privește utilizarea tehnologiei informației și a comunicării în cadrul firmelor. Am considerat că nu doar datele statistice și informațiile statistice oficiale sau preluate din diverse alte surse pot folosi argumentărilor noastre ci cu atât mai mult o anchetă realizată cât mai recent va fi utilă studiului nostru.

În activitatea curentă 7 din 10 firme care utilizează computerul și au conexiune la internet au și o pagină web/de internet, iar cele mai multe dintre acestea între 66%–80% oferă pe pagina web „datele de contact ale companiei”, „conținut media”, „acces direct către pagina de pe rețele de socializare” și o pagină unde își prezintă produsele sau/și serviciile. Datele arată, pe de altă parte, că mai sunt multe de făcut pentru a putea vorbi de digitalizare de înaltă performanță în companiile românești, atât timp cât numai 2 din 10 companii care au o „pagină web au versiune optimizată pentru telefon mobil” și mai puțin de 4 din 10 „conexiune securizată”. Mai mult, aceste date ne spun ceva și despre politica de recrutare de personal a firmelor din România. Doar între 3–4 din 10 firme oferă posibilitatea de vizionare a locurilor de muncă vacante și de aplicare online pentru un post. Cu alte cuvinte, cele mai multe firme încă preferă fie externalizarea acestui serviciu, fie metode clasice.

Concluzia acestei anchete, în urma prelucrării răspunsurilor respondenților adică a reprezentanților (managerii companiilor) este aceea că orice tip de competențe digitale sunt utile și necesare în orice domeniu de activitate. Dincolo de asta, există resurse nelimitate de dezvoltare a acestei piețe a muncii digitale, există oportunități de creștere a acestui segment în ocupare. Ocuparea în munca digitală poate fi foarte avantajoasă, mai ales prin faptul că se poate adapta oricăror categorii de vârstă, mai tineri sau mai vârstnici, oricăror domenii dar chiar și oricăror categorii adică și celor cu dizabilități fizice.

Această deschidere spre orice persoană activă care poate învăța sau se poate instrui în munca digitală oferă șanse mai mari de a ocupa mai rapid un loc de muncă pe piața muncii. De asemenea, competențele digitale pot oferi o mobilitate și posibilitatea de adaptabilitate de la un domeniu la altul sau pot oferi șanse de angajare mai bune și mai mari. Digitalizarea muncii oferă perspective numeroase din toate punctele de vedere. Sunt din ce în ce mai mulți cei care lucrează în munca digitală și din ce în ce mai multe locuri de muncă se pot crea pe acest segment al muncii.

### **Teorii privind dezvoltarea economiei digitale**

În articolul „*Philosophers of the World Unite! Theorising Digital Labour and Virtual Work—Definitions, Dimensions, and Forms*” Marisol Sandoval, Christian Fuchs, Jernej A. Prodnik, Sebastian Seivignani, Thomas Allmer<sup>5</sup> autorii își propun un studiu destul de ambițios, pornind de la teoria marxistă.

În 1845, Karl Marx (1845, 571) a formulat Teza Feuerbach: „Filosofii au interpretat lumea în diferite moduri; Ideea este de a o schimba”. Astăzi, interpretarea lumii a devenit o formă importantă de muncă, care este exprimată și cu ajutorul mass-mediei digitale. În acest context, a devenit comun să vorbim despre munca digitală și virtuală. Cu toate acestea, schimbările pe care mass-media digitală, socială și mobilă le aduce în lumea muncii au fost interpretate puțin teoretic, până acum. În scopul de a schimba societatea informațională, trebuie mai întâi să fie definită munca digitală, cu un suport teoretic critic. Teoreticienii sociali ai lumii din domenii diferite, interdisciplinare, transdisciplinare, și discipline care trebuie să se unească pentru această sarcină filozofică colectivă.

Această triplă specială este: Comunicare, Capitalism și Critică își propune să contribuie la construirea unui cadru teoretic pentru analiza critică a forței de muncă digitale, muncii virtuale,

Într-un alt studiu „*The Labour Market in the New Information Economy*” Richard Freeman<sup>6</sup> autorii sunt de părerea că: „extinderea tehnologiilor

5 Christian Fuchs, Jernej A. Prodnik, Sebastian Seivignani, Thomas Allmer, Introduction: *Philosophers of the World Unite! Theorising Digital Labour and Virtual Work—Definitions, Dimensions, and Forms* Marisol Sandoval, *Journal for Global Sustainable Information Society*, Vol 12, No 2 (2014) <http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/622>

6 *The Labour Market in the New Information Economy*, Richard Freeman, affiliations Center for Economic Performance, London School of Economics, Harvard University and National

informației și comunicațiilor (TIC) la activitatea economică se schimbă pe piața forței de muncă într-o diversificare importantă. „Studiul arată că: „informatizarea și utilizarea internetului sunt asociate cu orele lucrate și salarii mai mari; care confirmă faptul că ocuparea în domeniul TIC este în creștere rapidă; căutarea locurilor de muncă și recrutarea se deplasează rapid la Web, cu consecințe pentru angajatori și angajați potriviți; și, eventual, cel mai important dintre toate. Sindicatele au început să folosească Internetul ca un instrument pentru serviciile membrilor și transportă mesajele către public, ridicând posibilitatea de schimbare majoră în natura mișcării sindicale.”

Studiul *The digital labor challenge: Work in the age of new media, Sectorial activities Department*, a fost pregătit de Aidan White și editat de John Myers<sup>7</sup> care vine cu mesajul că: „revoluția informațională globală este în plină desfășurare.” De la crearea de conținut, de distribuție și de consum, evoluția tehnologiilor a schimbat viziunea asupra lumii și pe aceea de a folosi mass-media pentru știri, informații și divertisment, au transformat viața și munca oamenilor într-o industrie mass-media.

### Concluzii

1. Societatea informațională românească se confruntă cu un șir de probleme esențiale, dar care se caracterizează și printr-un nivel bun de pregătire a specialiștilor în domeniu.

2. Având în vedere decalajul de dezvoltare economică la nivel de regiuni de dezvoltare, considerăm că o problemă importantă este și asigurarea informațională a regiunilor. Vom putea dezvolta regiunile dacă vom crea rețele naționale și regionale de dezvoltare, organizații virtuale de diferite niveluri și în ramuri diferite de activitate.

3. România trebuie să abordeze decalajul sever de competențe digitale.

4. În scopul de a dezvolta pe deplin economia digitală și societatea digitală, România trebuie să dezvolte abilitățile digitale ale cetățenilor.

5. Fără digitalizarea și eficiența productivității, companiile românești degeaba vor lupta pentru a face parte din economia digitală mondială.

---

Bureau of Economic Research, Copyright Oxford University Press, 2002 ISBN 0 7530 1636 2, <http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dpo558.pdf>

7 *The digital labor challenge: Work in the age of new media, Sectorial activities Department, Working Paper, W.P. by Aidan White, International Media Consultant, Working papers are preliminary documents circulated to stimulate discussion and obtain comments, International Labour Office, Geneva, March 2012*

Întreprinderile românești au nevoie de asemenea să profite de posibilitățile oferite de comerțul on-line.

6. Utilizarea de e-Guvernare este încă cea mai scăzută din UE, în parte datorită nivelului scăzut de dezvoltare a serviciilor publice on-line.

7. Eficiența și gradul de servicii oferite de sistemele de sănătate pot fi mult îmbunătățite prin digitalizare.

8. Economia digitală adevărată este cea în care întreprinderile pot să profite pe deplin de posibilitățile și avantajele oferite de tehnologiile digitale, atât pentru a îmbunătăți eficiența și productivitatea, precum și de a ajunge la clienți și pentru a realiza vânzări.

9. Fără exploatarea comerțului on-line întreprinderile românești vor avea dificultăți în concurență în economia digitală mondială.

10. Serviciile publice moderne oferite on-line în mod eficient sunt un vehicul pentru reducerea cheltuielilor administrației publice, precum și pentru creșterea eficienței atât pentru întreprinderi, cât și pentru cetățeni. Oferta României pentru servicii publice on-line este printre cele mai puțin sofisticate.