

Luciana-Floriana POENARU

INOVAREA

În economia cunoașterii

**Impactul practicilor sustenabile
din întreprinderile turistice**

Colecția
Per aspera ad astra

Editura ASE
București
2025



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Copyright © 2025, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România
cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

POENARU, LUCIANA-FLORIANA

**Inovarea în economia cunoașterii : impactul practicilor sustenabile
din întreprinderile turistice /** Luciana-Floriana Poenaru. – București :

Editura ASE, 2025

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0558-7

338.48

Editura ASE

Redactor, tehoredactor și copertă: Claudia-Marinela Dumitru

Autorii noștri își asumă întreaga responsabilitate pentru ideile exprimate,
pentru originalitatea materialului și pentru sursele bibliografice menționate.

Introducere	9
Scopul cercetării.....	12
Mulțumiri	13
 1. Clarificări conceptuale privind economia cunoașterii și serviciile intensive în cunoaștere	 15
1.1 Apariția și dezvoltarea serviciilor intensive în cunoaștere – scurtă introducere	 15
1.1.1 Motivele tranziției către o economie bazată pe cunoaștere.....	16
1.1.2 Contextul istoric al apariției serviciilor intensive în cunoaștere	17
1.2 Cunoștințele – principala resursă a inovării regăsită în cadrul companiilor prestatoare de servicii intensive în cunoaștere	18
1.3 Abordări conceptuale privind serviciile intensive în cunoaștere: definiție, obiective și taxonomie	19
1.3.1 Definiția și obiectivele unei companii prestatoare de servicii intensive în cunoaștere	20
1.3.2 Taxonomia serviciilor intensive în cunoaștere.....	20
1.3.3 Principalele distincții între T-KIBS și P-KIBS	22
1.3.4 Evoluția T-KIBS – între Revoluția Industrială și tehnologia blockchain	23
1.4 Proiectarea și crearea valorii în contextul serviciilor intensive în cunoaștere.....	25
1.4.1 Cocrearea valorii în cadrul serviciilor intensive în cunoaștere	25
1.4.2 Lanțul valoric și configurațiile valorii.....	26
1.4.3 Valoarea – sursă primară pentru crearea a noi modele de business în economia colaborativă	28
1.4.4 Tranziția de la Modelul Triadic la dimensiunile valorii în cadrul modelului de business digital.....	30
1.4.5 Tehnologia de tip blockchain și conceptul de valoare	31

2. Inovarea și sustenabilitatea în servicii	34
2.1 Inovarea în servicii – clarificări conceptuale, dimensiuni, particularități în turism.....	34
2.1.1 Clarificări conceptuale și definiție	35
2.1.2 Dimensiunile inovării.....	37
2.1.3 Particularitățile inovării în turism	44
2.2 Sustenabilitatea – clarificări conceptuale, dimensiuni, particularități în turism.....	46
2.2.1 Clarificări conceptuale și definiție	47
2.2.2 Dimensiunile sustenabilității.....	48
2.2.3 Particularitățile sustenabilității în turism	51
2.3 Sustenabilitatea în calitate de generator al inovării în servicii.....	53
 3. Cercetare privind inovarea întreprinderilor din România în context european.....	56
3.1 Contextul general actual al cercetării și inovării în afaceri la nivelul Uniunii Europene. Cercetare pe baza resurselor secundare aferente perioadei 2019-2021	56
3.2 România în UE în calitate de stat emergent inovator și evoluția inovării în mediul privat la nivel național. Cercetare bazată pe resurse secundare aferentă perioadei 2019-2021	62
3.2.1 Tranziția României de la economia industrial-agricolă la o economie a serviciilor intensive în cunoaștere	62
3.2.2 Indicatori relevanți privind inovarea în UE în perioada 2019-2021	66
3.2.3 Indicatori relevanți privind inovarea în România în perioada 2012-2020	74
3.3 Concluziile cercetării bazate pe resurse secundare	85
 4. Cercetare privind inovarea întreprinderilor din turism ale României în calitate de inovatori sau potențiali consumatori de servicii intensive în cunoaștere.....	87
4.1 Amplasarea regională a structurilor de primire turistică și clasificarea acestora la nivel național în perioada 2017-2021	88

4.2 Analiza întreprinderilor care își desfășoară activitatea în calitate de agenții de turism sau care prestează servicii similare potrivit diviziunii 79 CAEN Rev-2, 2016-2020	92
4.3 Geolocalizarea întreprinderilor încadrate pe diviziunea 79 CAEN Rev-2, în funcție de dimensiune, 2017-2020	94
4.4 Concluziile cercetării bazate pe resurse secundare	97
5. Cercetare privind impactul practicilor sustenabile asupra inovării la nivelul companiilor din sectorul turistic din România	99
5.1 Ilustrarea metodei de cercetare selectate	99
5.2 Identificarea problemei analizate și stabilirea obiectivelor cercetării	103
5.3 Designul, tema și durata anchetei	104
5.4 Modelul conceptual al cercetării și ipotezele supuse analizei	107
5.5 Modul de desfășurare a cercetării, structura eșantionului și diseminarea informațiilor	109
5.6 Analiza descriptivă a rezultatelor colectate	113
5.6.1 Caracterizarea respondenților	113
5.6.2 Principalele dimensiuni ale inovării în cadrul întreprinderii din turism	128
5.6.3 Principalele dimensiuni ale sustenabilității în cadrul întreprinderii din turism	154
5.7 Construirea modelului econometric și verificarea ipotezelor cercetării	168
5.7.1 Analiza factorială exploratorie a itemilor cercetării	168
5.7.2 Regresia liniară simplă și multiplă. Verificarea ipotezelor cercetării	196
5.8 Concluziile cercetării bazate pe resurse primare	252
Concluzii	259
Limite și direcții viitoare de cercetare	261
Contribuții personale și recomandări viitoare	263
Bibliografie	265

Anexe	287
Lista abrevierilor și acronimelor	319
Lista tabelelor	321
Lista figurilor	324
Lista anexelor	328