

## Externalizarea internațională a activității întreprinderilor prin intermediul platformelor online

### Outsourcing through Online Platforms

**Tudor-Matei Rusu<sup>1</sup>**

**Rezumat:**

Din punct de vedere istoric, întreprinderile au început prin a-și externaliza părți din activitate din domeniul manufacturier, urmând ca, mai apoi, datorită evoluției tehnicii și expansiunii Internetului, acestea să își externalizeze și activități din domeniul prestărilor de servicii. Prezentul articol va analiza platformele digitale prin intermediul cărora întreprinderile pot să își externalizeze părți din activitate. Aceste platforme sunt numite, în literatura de specialitate, și platforme de *crowdsourcing* și intră în categoria platformelor colaborative online. Platformele de *crowdsourcing* au rolul de a aduce laolaltă cererea și oferta cu privire la anumite servicii ce urmează a fi prestate în mod electronic. În prezentul articol vor fi analizate doar situațiile în care întreprinderea ce externalizează și prestatorul de servicii își au sediul, după caz, domiciliul, în state diferite.

**Cuvinte-cheie:** externalizare; platforme de *crowdsourcing*; contracte electronice; platforme colaborative online.

**Abstract:**

From a historical perspective, the enterprises begun by outsourcing parts of their manufacturing activity and, after, due to the evolution of technology and the expansion of the Internet, the enterprises started to outsource parts of their provision of services activities. This article will analyze the online platforms which are used by enterprises to outsource parts of their activity. These platforms are known as crowdsourcing platforms and enter in the online collaborative platforms category. The crowdsourcing platforms have the role of bringing together the demand and the supply regarding certain services which are going to be provided electronically. This article will only analyze the situations in which the enterprises that outsource and the service providers have their headquarters or domiciles, if applicable for the providers, in different countries.

**Keywords:** outsourcing; crowdsourcing platforms; electronic contracts; online collaborative platforms.

---

<sup>1</sup> Doctorand, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Facultatea de Drept, email: tmrusu@gmail.com.

## 1. Noțiuni introductive

Trăim într-o eră a externalizării. Întreprinderile<sup>2</sup> au tendința de a externaliza o gamă foarte largă de activități, de la softuri IT la campanii publicitare, analize statistice, precum și activități cu privire la resurse umane, contabilitate sau chiar și cercetare. Unele întreprinderi au ajuns chiar să dețină drepturile cu privire la multe produse<sup>3</sup>, fiind, teoretic, producătorii acelor bunuri, dar acestea fiind, de fapt, create de către alte societăți, prin intermediul contractelor de externalizare încheiate între întreprinderea care deține drepturile și acele societăți<sup>4</sup>.

### 1.1. Conceptul de externalizare. Istoric

Externalizarea ar putea fi definită ca fiind acea activitate prin care întreprinderile transferă o parte din activitatea lor economică către o altă societate sau, eventual, persoană fizică. Pe lângă acest transfer al activității, are loc, implicit, și un transfer al forței de muncă. Acest transfer al forței de muncă nu este unul propriu-zis, în sensul în care salariații sunt transferați dintr-un stat în altul, ci, prin intermediul externalizării, sunt deschise noi locuri de muncă în statele unde sunt transferate acele părți ale activității externalizate. Operațiunea de externalizare mai este cunoscută în literatura juridică și sub denumirea de *outsourcing*<sup>5</sup>.

În cazul în care această externalizare are loc către o societate provenită dintr-un alt stat, ea este denumită *offshore outsourcing* și intră în sfera dreptului comerțului internațional. De regulă, acest transfer are loc dintr-o țară dezvoltată, în care își are sediul întreprinderea care externalizează, într-o țară mai puțin dezvoltată, unde, în general, forța de muncă este mai accesibilă<sup>6</sup>. Această accesibilitate a forței de muncă este caracterizată de salariile mult mai mici pe care întreprinderea trebuie să le plătească, precum și de oferta mult mai mare comparativ cu țara de proveniență.

Din punct de vedere istoric, procesul de externalizare nu reprezintă o noutate. Astfel, acest tip de acțiuni au existat încă din anii 1960-1970 în industria

<sup>2</sup> Va fi folosită noțiunea de întreprindere, deoarece, conform art. 3 alin. 1(2) din Codul Civil român, sunt considerați profesioniști toți cei care exploatează o întreprindere. Astfel, ne vom raporta la dreptul românesc ca sistem de referință. Alternativ, va fi folosită și noțiunea de societate.

<sup>3</sup> Este vorba, în principal, de drepturi de proprietate intelectuală și industrială, precum brevete de invenții, desene și modele.

<sup>4</sup> G.M. Grossman, E. Helpman, *Outsourcing in a Global Economy*, în Harvard Institute Research Working Paper, Nr. 1966, 2002, p. 1.

<sup>5</sup> R.W. McGee, *Outsourcing: An Ethical Analysis of an International Trade Issue*, 2005, p. 1, disponibil online la adresa [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=648764](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=648764), consultat la 21 noiembrie 2019.

<sup>6</sup> M. Sako, *Outsourcing and Offshoring: Key Trends and Issues*, noiembrie 2005, p. 5, disponibil online la adresa [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1463480](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1463480), consultat la 6 octombrie 2019.

manufacturieră, manifestându-se în mod special sub forma contractelor de *lohn*<sup>7</sup>. În cadrul acestor activități, exportatorul, acesta mai fiind numit și ordonator, achiziționează materia primă necesară și o livrează importatorului, denumit și executant. Executantul, la rândul său, confecționează respectivele bunuri și le transferă înapoi către exportator<sup>8</sup>.

O altă etapă în evoluția *outsourcing*-ului a avut loc la finele anilor 1990, începutul anilor 2000, această perioadă fiind caracterizată de faptul că din ce în ce mai multe persoane au început să aibă acces la Internet. Deși inițial activități de tip *outsourcing* se întâlneau doar în domeniul manufacturier, odată cu această perioadă au început să se externalizeze și activități din domeniul serviciilor<sup>9</sup>.

Cea mai recentă etapă în evoluția *outsourcing*-ului a fost reprezentată de apariția *outsourcing*-ului online. Acest fenomen ar mai putea fi numit și *crowdsourcing*<sup>10</sup>. Concret, acest nou tip de externalizare se realizează prin intermediul platformelor online, care asigură întâlnirea cererii cu oferta, punând în legătură clienții ce urmăresc prestarea unui serviciu (exportatorii) și prestatorii de servicii (în cazul de față fiind vorba, în general, de persoane fizice).

*Outsourcing*-ul online reprezintă acel proces prin care o sarcină ce revenea, în mod obișnuit, unui angajat este distribuită unui grup foarte mare de lucrători din mediul online, aceștia fiind, teoretic, independenți față de întreprinderea ce externalizează activitatea, dar fiind legați de ea printr-un contract de prestări servicii<sup>11</sup>.

Inițial, la procesul de externalizare apelau doar întreprinderile mari, care își permiteau acest lucru din punct de vedere financiar, având în vedere că acest proces presupunea costuri destul de mari. Astfel, societățile mari se foloseau atât de imaginea lor, cât și de puterea financiară sporită pentru a găsi intermediari în alte state, în care forța de muncă era mai ieftină, care să le asigure producția anumitor mărfuri. Odată cu apariția *outsourcing*-ului online, întreprinderile mici și mijlocii au început și ele să își externalizeze părți din activitate, în special în domeniul IT-ului<sup>12</sup>.

---

<sup>7</sup> Termenul de *lohn* se folosește cu precădere în Europa Centrală și de Est, el provenind din limba germană și putând fi tradus ca salariu. A se vedea S.C. Andrei, *To lohn or not to lohn – a puzzle in subcontracting arrangements: theory and evidence*, 2009, p. 2, disponibil online la adresa [https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/9813/Andrei\\_umd\\_0117E\\_10728.pdf](https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/9813/Andrei_umd_0117E_10728.pdf); jsessionid=FD1C5A2864480DF5D892A89F5C3E0EAA?sequence= 1, consultat la 6 octombrie 2019.

<sup>8</sup> S.C. Andrei, *op. cit.*, p. 1.

<sup>9</sup> K. Ray, *Online Outsourcing and the Future of Work*, în Mays Business School Research Paper, Nr. 3046844, 2017, p. 4.

<sup>10</sup> A. Felstiner, *Working the crowd: employment and labor law in the crowdsourcing industry*, în Berkeley Journal of Employment and Labor Law, Vol. 32, Nr. 1, 2011, p. 143.

<sup>11</sup> *Idem*, p. 145.

<sup>12</sup> U. Radkevitch, E. van Heck, O. Koppius, *Leveraging offshore IT outsourcing by SMEs through online market places*, în Journal of Information Technology Case and Application, Vol. 8, Nr. 3, 2006, p. 2.

Activitatea de externalizare înseamnă mai mult decât achiziționarea de materie primă, transmiterea acestei materii prestatorului de servicii sau plasarea unei comenzi ce are ca obiect un serviciu în mediul online; prin externalizare ar trebui să se înțeleagă, în special din perspectiva dreptului comerțului internațional, găsirea unui partener de afaceri care să ofere garanții necesare pentru executarea eficientă a contractului și care să poată fi investit cu încrederea întreprinderii<sup>13</sup>.

## 1.2. Motivele pentru care unele întreprinderi decid să-și externalizeze părți din activitate

Întreprinderile au început să își externalizeze părți din activitate din diferite motive economice. Unul dintre cele mai importante motive a fost cel legat de forța de muncă. Începând cu contractul de *lohn*, se poate observa că au adoptat această tactică de producție întreprinderile mari, care și-au externalizat o parte din producție în unele țări mai puțin dezvoltate comparativ cu țara din care proveneau. În statele de externalizare, forța de muncă fiind mult mai accesibilă, costul final al produsului era unul mai redus, având în vedere aici inclusiv costurile de transport, anumite taxe, precum și profitul partenerului ce produce acel bun.

Odată cu trecerea timpului, obiectul contractelor de *offshore outsourcing* a început să fie din ce în ce mai diversificat. Astfel, nu s-au externalizat doar produse din domeniul manufacturier, ci au început să se externalizeze către alte state și altfel de produse, ulterior chiar și servicii. Cu toate că operațiunea de externalizare se întâlnește în tot mai multe domenii, cauzele economice din spatele operațiunilor de externalizare s-au menținut.

Un bun exemplu cu privire la cauzele pentru care o întreprindere decide să își externalizeze o parte din activitate este reprezentat de societatea Apple, care și-a externalizat mare parte din producția telefoanelor iPhone. Astfel, dacă Apple ar decide să retransfere producția telefoanelor din statele unde acestea sunt produse acum în Statele Unite ale Americii (în continuare, SUA), acolo unde întreprinderea își are sediul, costul pentru fiecare telefon s-ar majora cu 4 dolari, suma globală fiind greu de neglijat, ajungând la peste 850 de milioane de dolari<sup>14</sup>. Totodată, suma aferentă salariilor angajaților care ar produce acele telefoane ar fi cu 600 de milioane de dolari mai mare dacă producția ar fi retransferată în SUA. În total, societatea Apple ar trebui să suporte un cost de 4, 2 miliarde de dolari pe an, dacă s-ar lua în calcul și taxele pe care societatea le-ar datora anual<sup>15</sup>.

Pe lângă costurile mai mici, o altă cauză determinantă pentru alegerea externalizării ar putea fi reprezentată de ușurința de a găsi forță de muncă

<sup>13</sup> G.M. Grossman, E. Helpman, *op. cit.*, p. 2.

<sup>14</sup> Numai în anul 2018, compania Apple a vândut peste 217 milioane de exemplare în toată lumea. A se vedea <https://www.statista.com/statistics/263401/global-apple-iphone-sales-since-3rd-quarter-2007/>, consultat la 12 octombrie 2019.

<sup>15</sup> Pentru detalii, a se vedea <https://financesonline.com/how-iphone-is-made/>, consultat la 12 octombrie 2019.

capabilă să execute anumite sarcini. Astfel, în statele dezvoltate, de unde provin, de regulă, marile întreprinderi care apelează la *outsourcing*, este uneori destul de dificil de găsit forță de muncă dispusă să execute anumite sarcini ce presupun un efort fizic destul de ridicat și o remunerație destul de nesatisfăcătoare raportată la munca prestată. Conform unei statistici, în SUA, timpul necesar pentru a angaja 200.000 de lucrători necalificați și 8.700 de ingineri este de 9 luni, în timp ce în China acest lucru se poate realiza în 15 zile<sup>16</sup>.

Un alt argument pentru care întreprinderile își externalizează o parte din activitate este acela al eficienței. Astfel, unele întreprinderi decid să își externalizeze tot ce nu intră direct în sfera lor principală de activitate. Procedând în acest fel, se pot axa pe activitățile principale, care le aduc cele mai multe beneficii și pe care le pot îmbunătăți atât din perspectiva rezultatelor și a calității, cât și din aceea a eficienței<sup>17</sup>.

O altă cauză pentru care întreprinderile decid să își externalizeze părți din activitate este optimizarea fiscală. În acest sens, prin noțiunea de optimizare fiscală ar trebui să se înțeleagă acea activitate a unui contribuabil, fie persoană fizică, fie persoană juridică, prin care acesta se sustrage într-un mod licit de la obligațiile sale fiscale. Optimizarea fiscală se distinge de evaziunea fiscală prin faptul că aceasta din urmă se realizează într-un mod ilicit, pe când optimizarea fiscală se realizează într-un mod permis de lege. În cazul externalizării, optimizarea se realizează prin faptul că întreprinderea decide să își diminueze baza impozabilă prin încheierea de contracte cu diferiți parteneri. Această operațiune este denumită, în literatura juridică, optimizare fiscală prin manipulare<sup>18</sup>. Acest tip de optimizare este întâlnit mai rar în cadrul *outsourcing*-ului realizat prin intermediul platformelor online, deoarece, de regulă, nu se creează o legătură de durată între client și prestatorul de servicii, legătură ce este specifică externalizării obișnuite. Fără această legătură de durată, este destul de greu de crezut că o întreprindere ar putea să se bazeze în mod constant pe încheierea unor astfel de contracte pentru a-și diminua baza impozabilă. Cu toate acestea, există destule situații în care o întreprindere decide să își externalizeze multe aspecte legate de publicitate prin intermediul unor platforme online și astfel, prin intermediul contractelor încheiate, societatea își va diminua profitul și, implicit, și baza impozabilă.

O altă cauză pentru care întreprinderile apelează la *outsourcing* este reclama sau publicitatea comercială. Externalizarea campaniilor publicitare este o practică obișnuită. Din acest punct de vedere, este posibil ca unele societăți să apeleze la platforme de *crowdsourcing* pentru a intra în contact direct cu publicul țintă și astfel să își facă publicitate. Apelând la ajutorul publicului, întreprinderile

---

<sup>16</sup> *Ibidem*.

<sup>17</sup> O. Fuerst, N.D. Melumad, *Consider outsourcing even what you do best*, octombrie 1999, p. 1, disponibil online la adresa [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=190388](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=190388), consultat la 13 octombrie 2019.

<sup>18</sup> I.M. Costea, *Drept financiar. Note de curs*, Ediția a V-a, Editura Hamangiu, București, 2019, p. 119-121.

se bazează pe impactul mediatic pe care îl poate avea o astfel de decizie. Cu timpul, s-a ajuns inclusiv la ideea că publicul țintă este în măsură să propună și să pună în aplicare idei cu privire la campaniile publicitare, fiind cel care intră în contact direct cu produsele sau serviciile unei astfel de întreprinderi, deci cel mai în măsură să facă propuneri în acest sens<sup>19</sup>.

## 2. Participanții la externalizarea online

În ceea ce privește activitatea de *outsourcing* online, trebuie făcută o distincție între externalizarea online efectuată în mod direct, între întreprinderea care externalizează și persoana fizică sau întreprinderea către care este transferată acea activitate, și externalizarea online efectuată prin intermediul platformelor online. Din perspectiva participanților, în cadrul primei variante, există doar doi participanți, întreprinderea care externalizează și cea care preia activitatea respectivă, iar, în cadrul celei de a doua variante, se adaugă în plus platforma online ce intermediază activitatea celor doi.

### 2.1. Platformele de *crowdsourcing*

Din perspectiva dreptului comerțului internațional, clientul trebuie să fie un profesionist<sup>20</sup>, în timp ce prestatorul de servicii poate fi tot un profesionist sau o persoană fizică.

Analizând structura și modul de funcționare a platformelor de *crowdsourcing*, se poate considera că acestea intră în categoria platformelor colaborative online. Raporturile născute în cadrul economiei colaborative presupun existența a trei participanți. În primul rând, utilizatorii serviciilor, adică întreprinderile ce decid să-și externalizeze o parte din activitate, iar, în general, în categoria utilizatorilor serviciilor putem include orice persoană ce apelează la o astfel de platformă pentru a găsi un serviciu, fie că ea este sau nu profesionist. În a doua categorie intră prestatorii de servicii, adică persoanele fizice, eventual persoanele juridice, ce execută activitățile pe care întreprinderile și le externalizează. A treia categorie de participanți este alcătuită din intermediarii ce conectează primele două categorii de participanți, adică platformele online de *crowdsourcing*<sup>21</sup>.

Considerând platformele de *crowdsourcing* ca făcând parte din categoria platformelor colaborative online, trebuie făcută distincția între acestea și celelalte categorii de platforme colaborative. Astfel, atât platformele de *crowdsourcing*, cât și platforme precum Huber sau Airbnb aduc în același loc cererea și oferta cu

<sup>19</sup> M.K. Poetz, M. Schreier, *The value of crowdsourcing: Can users really compete with professionals in generating new product ideas?*, decembrie 2009, p. 3, disponibil online la adresa [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1566903](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1566903), consultat la 24 octombrie 2019.

<sup>20</sup> În cele ce urmează, va fi folosit termenul de profesionist, care, potrivit art. 3 alin. 1(2) din Codul Civil român, este acela ce exploatează o întreprindere.

<sup>21</sup> C.T. Ungureanu, *Platformele colaborative online – provocări juridice europene*, în *Analele Științifice ale Universității „Al.I. Cuza” Iași*, Tomul LXIV, Științe Juridice, 2018, Supliment, p. 198.

privire la prestarea anumitor servicii. În cazul platformelor de *crowdsourcing* este vorba de activitatea pe care întreprinderea sau persoana fizică dorește să o externalizeze sau să o achiziționeze (în cazul persoanelor fizice), în timp ce în cazul Uber este vorba de servicii de *car sharing* sau, în cazul Airbnb, de servicii de închiriere de locuințe în regim hotelier. Platformele de tip Uber sau Airbnb facilitează, intermediază încheierea de contracte ce urmează a fi executate pe plan local. În cazul Uber-ului, fiecare intermediere dintre client și șofer are loc pe plan local, urmând ca serviciul ce este achiziționat de către client să fie prestat în mod fizic, chiar dacă intermedierea are loc în mediul online prin intermediul platformei. Spre deosebire de acestea, platformele de *outsourcing* online intermediază încheierea de contracte ce nu se execută pe plan local, prestarea de servicii având loc în mediul online, prestatorul de servicii și utilizatorul acestora neîntâlnindu-se deloc<sup>22</sup>.

Totodată, platformele de *crowdsourcing* se diferențiază de platforme precum eBay sau Amazon, platforme ce facilitează vânzarea de produse în mediul online, prin mai multe aspecte. În primul rând, platforme precum Amazon sau eBay intermediază vânzarea de produse, facilitând întâlnirea cererii cu oferta, pe când platformele de *crowdsourcing* aduc în același loc prestatorii de servicii și utilizatorii acestora, ușurând astfel încheierea de contracte de prestări servicii. În al doilea rând, platformele de *crowdsourcing* folosesc un sistem de licitație inversă, în sensul că utilizatorii de servicii publică un anunț cu privire la o activitate pe care doresc să o externalizeze și, pe baza acestui anunț, prestatorii de servicii se oferă să realizeze acea activitate, trimițând ofertele lor către întreprinderea ce a publicat anunțul. În cazul platformelor prin care se intermediază vânzări, se folosește un sistem prin care vânzătorii își prezintă produsele, iar cumpărătorii pot fie să liciteze pentru a le achiziționa, fie să le achiziționeze direct. În al treilea rând, aceste platforme se diferențiază prin prețul serviciilor/bunurilor. Dacă, în ceea ce privește bunurile, prețul este exact, fiind destul de ușor de stabilit un preț inițial, având în vedere calitățile bunului respectiv, în ceea ce privește serviciile, prețul acestora poate să varieze foarte mult<sup>23</sup> în funcție de particularitățile cerute de către întreprindere, precum și de munca efectivă ce va trebui să fie depusă de către prestator<sup>24</sup>.

Rolul platformelor de *crowdsourcing* tinde să devină unul din ce în ce mai important odată cu trecerea timpului și cu creșterea numărului de persoane ce au acces la Internet. Din acest punct de vedere, procentul persoanelor care au acces

---

<sup>22</sup> K. Ray, *op cit.*, p. 5.

<sup>23</sup> Fiind vorba de servicii din domeniul IT-ului, campanii de publicitate și, în general, orice poate fi prestat într-o formă electronică, este de așteptat ca multe cerințe ale clientului să nu fie cunoscute inițial, în momentul depunerii ofertei, de către prestator. Totodată, inclusiv modul în care părțile încheie acel contract face posibilă existența unor ajustări ulterioare din partea amândurora.

<sup>24</sup> A. Zheng, Y. Hong, P.A. Pavlou, *Matching in two-sided platforms for IT services: evidence from online labor markets*, în Fox School of Business Research Paper, Nr. 16-026, p. 5, disponibil online la adresa [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2838720](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2838720), consultat la 19 octombrie 2019.

la Internet a crescut de la 43% (3,2 miliarde de persoane) în 2015 la 58% (4,5 miliarde de persoane) în luna iunie 2019. Cele mai mari creșteri sunt întâlnite în zonele mai puține dezvoltate ale planetei: Africa, America Latină și Asia<sup>25</sup>. Având în vedere aceste aspecte, se poate spune că o sarcină poate fi la fel de bine executată și de o persoană din Europa, cât și de o persoană din Africa. Astfel, odată cu creșterea numărului persoanelor care au acces la Internet și care dispun de un calculator suficient de performant, va crește inclusiv numărul de persoane care vor accesa și vor încheia contracte prin intermediul platformelor de *crowdsourcing*.

O particularitate a platformelor de *crowdsourcing* este aceea că, deși ele facilitează externalizarea activității, nu trebuie văzute ca simple site-uri în care sunt publicate anunțuri de angajare sau de achiziționare a unui serviciu. Platformele ar trebui văzute ca intermediari ce au ca principal scop ajutorarea întreprinderilor de a găsi alternative cu privire la achiziționarea de servicii<sup>26</sup>.

Deși platformele de *crowdsourcing* sunt o prezență din ce în ce mai importantă în economia internațională, activitatea acestora nu este în momentul de față reglementată. Activitatea lor intră sub incidența unor legi – spre exemplu, în Uniunea Europeană, activitatea platformelor de *crowdsourcing* intră sub incidența Directivei Europene a comerțului electronic<sup>27</sup>, directivă ce a fost transpusă în România prin Legea nr. 365/2002 privind comerțul electronic<sup>28</sup> –, dar deocamdată nu există reglementări pentru tot ceea ce presupun aceste platforme, iar acest lucru poate crea anumite probleme, mai ales din cauza faptului că raporturile care iau naștere în cadrul acestui tip de externalizare pot fi foarte diverse.

## **2.2. Întreprinderile ce decid să apeleze la platformele de *crowdsourcing***

Decizia externalizării, deși are multe aspecte pozitive, prezintă totodată și anumite riscuri.

În primul rând, cel mai important avantaj determinat de apelarea la platformele de *crowdsourcing* este reprezentat de o anumită flexibilitate pe care o au întreprinderile. Astfel, societatea își poate majora sau scădea, după caz, „forța de muncă” în funcție de volumul de lucru ce trebuie realizat într-o perioadă dată. Acest lucru se poate realiza și fără a se apela la platformele de *crowdsourcing*, doar că procedura este mai complicată. Astfel, pot fi încheiate contracte individuale de muncă pe durată determinată, ceea ce presupune anumite formalități. Totodată, este mai dificil de găsit o persoană, atunci când întreprinderea are nevoie de un

<sup>25</sup> K. Ray, *op. cit.*, p. 9; Statistică disponibilă online la <https://www.internet.worldstats.com/stats.htm>, consultat la 19 octombrie 2019.

<sup>26</sup> A. Felstiner, *op. cit.*, p. 149.

<sup>27</sup> Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (directiva privind comerțul electronic), publicată în Jurnalul Oficial al Comunităților Europene pe data de 17 iunie 2000.

<sup>28</sup> Republicată în M. Of. nr. 959 din 29 noiembrie 2006.



angajat, comparativ cu situația în care întreprinderea apelează la platformele de *crowdsourcing* ce oferă acces la un public larg, făcând mult mai facilă sarcina identificării unei persoane disponibile. Totodată, această flexibilitate este greu de obținut prin intermediul contractelor obișnuite de externalizare, deoarece, caracterizându-se printr-o colaborare strânsă și, de multe ori, de lungă durată între părți, este mai dificilă obținerea acestora în intervale reduse de timp<sup>29</sup>.

În al doilea rând, un alt avantaj oferit de externalizare este ușurința cu care o întreprindere poate să întrerupă colaborarea cu un prestator de servicii din mediul online. Cumva firesc, acest avantaj rezultă din cel anterior. Totodată, întreprinderile pot apela la platformele de *crowdsourcing* chiar și atunci când, inițial, nu doresc să externalizeze o activitate, dar, din cauza unor probleme sau întârzieri, sunt nevoite să găsească rapid o soluție<sup>30</sup>.

Un alt avantaj este acela al eficienței. Angajații cu contract individual de muncă au un salariu fix și, eventual, pot avea și bonusuri de performanță, dar acordarea acestora este de multe ori bazată pe o decizie discreționară a angajatorului. Din acest punct de vedere, există posibilitatea ca angajații unei întreprinderi, odată cu trecerea timpului, să își piardă din motivație și rezultatele muncii lor să scadă. În cazul persoanelor care se angajează să presteze un anumit serviciu prin intermediul platformelor online, remunerația se stabilește în funcție de rezultatul serviciului prestat. Astfel, are loc o plată bazată pe productivitate, ceea ce crește eficiența și calitatea serviciilor<sup>31</sup>.

Deși externalizarea prezintă beneficii, întreprinderile ce decid să apeleze la platformele de *crowdsourcing* se expun și unor riscuri, mai ales din cauza faptului că întregul proces de externalizare are loc în mediul online.

Probabil cel mai mare risc este reprezentat de lipsa calității serviciilor oferite de către prestatorii din mediul online, întreprinderile pierzând controlul asupra calității acestor servicii. Există un raport cauză - efect, în sensul în care, prin lipsa controlului exercitat de către întreprindere, crește automat și riscul ca serviciul oferit să nu îndeplinească cerințele clientului.

Pentru a preveni acest risc, majoritatea platformelor de *crowdsourcing* au introdus în contractele încheiate cu întreprinderile anumite clauze prin care acestea își rezervă dreptul de a nu accepta și de a nu plăti prețul unor servicii nesatisfăcătoare. Acest lucru poate fi benefic societăților, dar creează anumite probleme pentru prestatorii de servicii, deoarece aceștia pot fi vulnerabili în fața unor posibile acțiuni abuzive ale întreprinderilor<sup>32</sup>. Totodată, platformele au instituit un sistem de evaluare a fiecărui prestator de servicii, pentru a evita cazurile în care aceștia livrează servicii necorespunzătoare în mod repetat.

Întreprinderile se supun inclusiv unui risc cu privire la securitatea informațiilor ce sunt transmise prin intermediul platformelor online. În sfera informațiilor transmise intră, în principal, drepturile de proprietate intelectuală și

---

<sup>29</sup> A. Felstiner, *op. cit.*, p. 151.

<sup>30</sup> *Idem*, p. 152.

<sup>31</sup> K. Ray, *op. cit.*, p. 10.

<sup>32</sup> A. Felstiner, *op. cit.*, p. 153.

industrială ale întreprinderii. Pot fi luate anumite măsuri pentru protejarea informațiilor confidențiale. În primul rând, în momentul în care se apelează la platformele de *crowdsourcing*, întreprinderile vor tinde să protejeze, prin oferta pe care o fac, anumite informații confidențiale. Dar, deși se va realiza acest lucru, în funcție de particularitățile anunțului și ale sarcinii ce va trebui realizată de către prestatorul de servicii, este posibil ca aceste informații să ajungă totuși la cunoștința persoanelor ce vor depune oferte pentru a realiza acea sarcină. Anumite clauze de confidențialitate pot fi incluse și în contractele propuse de platformele de *crowdsourcing*<sup>33</sup>.

### **2.3. Persoanele ce decid să realizeze o activitate prin intermediul platformelor de *crowdsourcing***

Pentru început, trebuie stabilit cine poate să desfășoare o activitate prin intermediul platformelor online de *crowdsourcing* și în ce calitate desfășoară această activitate. Astfel, pot apela la platformele de *crowdsourcing* atât profesioniștii, cât și persoanele fizice care nu au calitatea de profesioniști. Prestatorul de servicii și clientul trebuie să aibă sediul sau, după caz, domiciliul în state diferite. Mult mai multe probleme apar în situația în care acea activitate este prestată de către o persoană fizică ce nu are calitatea de profesionist. Astfel, persoanele fizice ce prestează servicii prin intermediul platformelor de *crowdsourcing* ar putea fi clasificate, la rândul lor, în două categorii: persoanele fizice ce apelează la platformele online în mod ocazional și persoanele fizice ce prestează servicii în mediul online prin intermediul platformelor în mod constant, veniturile astfel obținute fiind principala sursă de venit a acelor persoane<sup>34</sup>.

Având în vedere că, în cadrul prezentului articol, prestatorii de servicii sunt tratați din perspectiva unei economii colaborative, va fi analizată doar situația în care aceștia nu au calitatea de profesioniști. Principalul scop al economiei colaborative a fost acela de a da posibilitatea persoanelor de a obține o sursă de venit suplimentară fie prin utilizarea unor bunuri ce nu erau folosite la capacitatea lor maximă, fie prin desfășurarea unei activități remunerate în timpul liber. Dar, cu timpul, multe persoane au început să se abată de la acest scop și s-a ajuns în situația în care aceste activități nu mai sunt desfășurate ocazional, ci au devenit principalele surse de venit ale multor prestatori de servicii<sup>35</sup>. Această problemă poate fi observată inclusiv în ceea ce privește platformele de *crowdsourcing*. Astfel, pe lângă posibilitatea ca mulți prestatori de servicii să desfășoare anumite activități cu caracter permanent în cadrul platformelor, există riscul să fie încheiate contracte de muncă deghizate, adică, deși nu este încheiat un contract individual de muncă, raportul dintre prestatorul de servicii și întreprinderea care externalizează să fie unul specific dreptului muncii.

---

<sup>33</sup> *Idem*, p. 154.

<sup>34</sup> C.T. Ungureanu, *Regimul juridic al prestatorului de servicii român în contractele electronice internaționale specifice economiei colaborative*, în *Revista Dreptul*, nr. 3/2019, p. 27.

<sup>35</sup> *Ibidem*.

Din perspectiva avantajelor pe care le pot avea prestatorii de servicii, unul dintre cele mai importante este acela că se oferă șansa de a realiza un venit și persoanelor care nu pot avea un loc stabil de muncă din diferite motive. Prin intermediul platformelor de *crowdsourcing*, lucrătorii independenți pot avea posibilitatea găsirii de clienți nu doar în zona în care aceștia trăiesc, ci în întreaga lume și șansa prestării unei activități remunerate, conform calificărilor și competențelor lor profesionale. Principalele persoane avantajate ar putea fi acelea care provin din mediul rural<sup>36</sup> sau cele care locuiesc în țări sau regiuni slab dezvoltate<sup>37</sup>.

Un alt motiv pentru care persoanele pot decide să folosească platformele de *crowdsourcing* este acela al confortului sau al flexibilității. Astfel, o persoană poate decide când, cum și ce activitate va desfășura. Din acest punct de vedere, trebuie făcută o comparație între situația unui salariat care are program fix și care trebuie să se deplaseze zilnic la locul de muncă cu situația unui astfel de lucrător independent, acesta din urmă putând lucra de acasă, beneficiind de confortul necesar<sup>38</sup>.

Folosirea platformelor de *crowdsourcing* prezintă și avantajul maximizării timpului zilnic în care se desfășoară o activitate productivă. Astfel, o persoană poate avea multe perioade pe parcursul unei zile în care, deși ar putea fizic, ea nu desfășoară o activitate productivă. Am putea da ca exemplu situația unei persoane care trebuie să se deplaseze zilnic minim o oră până la locul de muncă. Această persoană va putea, în intervalul de timp respectiv, să desfășoare o activitate productivă prin intermediul platformelor de *crowdsourcing*<sup>39</sup>.

Se poate observa că avantajele oferite de către platformele de *crowdsourcing* sunt specifice economiei colaborative, punându-se accent pe oferirea unei surse de venit persoanelor care nu beneficiază de un loc de muncă și pe valorificarea mai bună fie a unor proprietăți, fie a timpului liber.

Asemenea întreprinderilor, și lucrătorii ce decid să desfășoare o activitate prin intermediul acestor platforme sunt expuși unor riscuri. Aceste riscuri sunt cauzate, în principal, de doi factori. În primul rând, prestatorii de servicii devin, frecvent, dependenți de activitatea pe care o desfășoară prin intermediul platformelor de *crowdsourcing*. În acest sens, este posibil ca lucrătorii să încheie sistematic contracte cu aceleași întreprinderi, încât să se pună problema naturii juridice reale a contractului. În acest caz, raportul dintre societate și prestatorul de servicii se aseamănă mai mult cu un contract individual de muncă, cu excepția că lucrătorii nu beneficiază de normele protective din dreptul muncii, ei devenind astfel vulnerabili atât pe termen scurt, cât și pe termen lung. În al doilea rând,

---

<sup>36</sup> Șansele ca o firmă de IT să își deschidă un punct de lucru într-o zonă rurală sunt foarte mici.

<sup>37</sup> M. Aleksynska, A. Bastrakova, N. Kharchenko, *Working conditions on digital labour platforms: Evidence from a leading labour supply economy*, în IZA Institute of Labour Economics, Nr. 12245, 2019, p. 10.

<sup>38</sup> A. Felstiner, *op. cit.*, p. 154.

<sup>39</sup> *Idem*, p. 155.

lucrătorii sunt expuși riscurilor și din cauza modalității în care se desfășoară această colaborare, platforma stabilind procedura în care va avea loc colaborarea dintre părți și, de cele mai multe ori, în cadrul platformelor existând o politică de protecție a întreprinderilor, nicidecum a lucrătorilor.

Un alt risc la care sunt supuși lucrătorii este reprezentat de lipsa de informații relevante cu privire la întreprinderea ce solicită prestarea aceluși serviciu. Astfel, din cauza modului în care este structurată colaborarea prin intermediul platformelor online, lucrătorii nu vor avea informații cu privire la istoricul societăților în cadrul platformei, în timp ce acestea din urmă vor avea toate informațiile cu privire la colaborările anterioare ale lucrătorilor. În categoria acestor informații intră, în special, eventualele probleme cu privire la calitatea sau promptitudinea serviciilor oferite de către lucrător, iar, din punctul de vedere al prestatorilor, informații importante ar fi cazurile în care utilizatorii acelor servicii nu i-au remunerat pe prestatori. Observând aceste diferențe, este evident că lucrătorii sunt dezavantajați. Totodată, această lipsă de informații poate aduce și alte probleme pentru lucrătorul independent: ne putem imagina o situație în care un lucrător care are anumite convingeri este pus în fața situației de a presta o anumită activitate pentru un client care are convingeri diametral opuse cu cele ale lucrătorului, iar acesta nici nu va ști acest lucru<sup>40</sup>. În acest din urmă caz, lipsa de informații poate ridica anumite probleme de etică pentru lucrătorii independenți ce decid să presteze un serviciu prin intermediul platformelor de *crowdsourcing*<sup>41</sup>.

Un alt risc la care sunt expuși prestatorii de servicii este reprezentat de faptul că, în cadrul multor platforme de *crowdsourcing*, întreprinderilor li se oferă posibilitatea de a nu accepta serviciile oferite de către lucrători. Este pozitiv că societățile au posibilitatea de a nu accepta serviciul oferit de către prestator, dar acest drept nu trebuie exercitat în mod abuziv, fără niciun fel de temei. Acest lucru poate crea anumite situații complicate pentru lucrătorii independenți, ei putând fi puși în fața situației în care munca lor să nu fie remunerată, în condițiile în care acel serviciu nu a fost prestat în condițiile impuse de către întreprindere<sup>42</sup>.

De asemenea, trebuie observat inclusiv modul în care sunt evaluați lucrătorii independenți în cadrul platformelor de *crowdsourcing*. De cele mai multe ori, această evaluare se realizează prin intermediul unor formulare online tipizate, oferite de către platformă clienților și prin care aceștia acordă un calificativ și realizează astfel o evaluare generală a muncii lucrătorului. Aceste evaluări sunt contabilizate și apar pe profilul creat prestatorului de servicii în cadrul platformei. În același timp, platformele au posibilitatea de a înceta colaborarea cu lucrătorii ale căror evaluări nu depășesc un anumit prag stabilit. Aceasta înseamnă că platformele pot introduce anumite praguri pentru anumite anunțuri, având

<sup>40</sup> Cel mai bun exemplu ar fi acela al unui lucrător vegan, care va presta un serviciu pentru o întreprindere care se ocupă, în principal, cu procesarea cărnii și a altor produse de natură animală.

<sup>41</sup> A. Felstiner, *op. cit.*, p. 156.

<sup>42</sup> *Ibidem*.

posibilitatea de a trimite oferte doar prestatorii de servicii ale căror calificative primite de la foștii clienți depășesc anumite valori. Se poate observa că, prin intermediul acestui sistem de evaluare a activității lucrătorilor, se încearcă crearea unei ierarhii în cadrul platformelor și, de asemenea, se încearcă realizarea unui control exercitat de către utilizatori asupra calității serviciilor prestate de către lucrători<sup>43</sup>.

Din modul de evaluare a activității lucrătorilor poate rezulta, de asemenea, inclusiv un risc la care aceștia sunt expuși. Astfel, deși este normal ca ei să fie afectați de eventualele sarcini executate necorespunzător, ar trebui să existe un mecanism prin care să se verifice dacă acele calificative oferite de către clienți sunt bazate pe anumite criterii obiective. Totodată, există riscul ca unii clienți să ofere un *feedback* general cu privire la întreaga lor experiență în cadrul platformei, nu neapărat asupra serviciilor prestatorilor de servicii; deși relevant inclusiv acel *feedback*, el nu trebuie să fie imputat exclusiv acestora din urmă, serviciul oferit de către prestatori fiind doar un motiv ce a determinat acel *feedback*. Mai există riscul ca unii clienți ocazionali, neprofesioniști să nu aibă o imagine exactă cu privire la ceea ce așteaptă de la prestatorul de servicii, iar acest lucru să influențeze evaluarea lor asupra rezultatului muncii acestuia. Totuși, dacă avem în vedere activitatea de *outsourcing* realizată de către întreprinderi, se presupune că acestea sunt familiarizate cu ce urmăresc să obțină prin externalizarea unei părți din activitate și acest risc este diminuat<sup>44</sup>.

#### 2.4. Contractele încheiate în cadrul colaborării

Din moment ce la această operațiune participă trei părți, este de înțeles că vor exista trei contracte încheiate între aceste părți. Contractele sunt, de regulă, contracte de adeziune stabilite de către platformă. Totodată, din perspectiva modalității de încheiere a acestor contracte, ele sunt, de cele mai multe ori, contracte *click-wrap*. Aceste contracte reprezintă clasicele contracte de adeziune care se încheie în mediul online. Astfel, pentru a încheia contractul, atât întreprinderea, cât și prestatorul de servicii nu trebuie decât să bifeze o căsuță în care specifică faptul că sunt de acord cu termenii și condițiile stabilite în mod unilateral de către platformă<sup>45</sup>.

Analizându-le în ordinea cronologică a încheierii lor, primul contract care este încheiat este acela dintre platformă și prestatorul de servicii. Astfel, din momentul în care o persoană decide să realizeze o activitate intermediată de către o astfel de platformă, ea va trebui, mai întâi, să găsească o platformă online adecvată<sup>46</sup>. După ce are loc acest proces de selecție, prestatorul de servicii trebuie

---

<sup>43</sup> V. De Stefano, *Introduction: crowdsourcing, the gig-economy and the law*, în *Comparative Labor Law & Policy Journal*, Vol. 37, Nr. 3, 2016, p. 4.

<sup>44</sup> *Ibidem*.

<sup>45</sup> C.T. Ungureanu, *Dreptul comerțului internațional*, Editura Hamangiu, București, 2018, p. 160.

<sup>46</sup> Din acest punct de vedere, platformele de *crowdsourcing* pot să aibă foarte multe diferențe din perspectiva activității pe care o vor avea prestatorii de servicii. Aceste activități pot varia de la unele foarte ușoare, precum simple răspunsuri la chestionare

să încheie contractul de adeziune propus de către platformă. Prin intermediul acestui contract, el își dă acordul de a presta un serviciu în mediul online pentru diverși clienți, urmând ca intermedierea dintre el și clienți să fie realizată de către platformă. Fiind un contract de adeziune, platformele redactează contractul, folosind clauze care le asigură exonerarea de orice probleme ulterioare cu privire la raportul dintre client și lucrătorul independent. Din momentul în care a încheiat contractul cu platforma, un lucrător poate naviga în cadrul platformei pentru a găsi sarcini solicitate de către clienți.

Al doilea contract încheiat este acela dintre întreprindere și platformă. La fel ca în cazul lucrătorului, societățile trebuie să realizeze un proces de selecție al platformelor. Odată ce este aleasă o platformă, întreprinderea încheie cu aceasta contractul prin care își dă acordul ca, în cadrul platformei, să îi fie publicat anunțul în vederea găsirii unui potențial prestator de servicii.

Ultimul contract încheiat este acela dintre întreprindere și prestatorul de servicii. Astfel, după ce este încheiat contractul dintre întreprindere și platformă, în cadrul acesteia din urmă este publicat un anunț pentru posibili prestatori de servicii. Aceștia, dacă doresc, trimit ofertele direct către societatea respectivă. Odată cu primirea ofertelor, întreprinderile aleg ce lucrător consideră că ar fi mai indicat pentru realizarea sarcinii. Astfel, societățile au în vedere foarte multe criterii, precum suma cerută de prestatori, durata în care vor realiza respectiva sarcină, experiența, istoricul acestora etc. În funcție de platformă, în această fază există posibilitatea ca între întreprinderea care externalizează și prestatorii de servicii să existe o negociere directă, dar acest lucru nu se întâlnește în cadrul tuturor platformelor. După ce este ales un prestator de servicii, între întreprindere și acesta se încheie un contract. Respectivul contract este tot unul de adeziune propus de către platformă. Din perspectiva obiectului său, acesta este un contract cu conținut digital. Astfel, prin conținut digital se înțelege acele informații care sunt produse și livrate exclusiv în formă digitală. Având în vedere că această colaborare are loc exclusiv în mediul online, este normal ca și conținutul acestui contract să fie unul digital<sup>47</sup>.

### **Concluzii**

Având în vedere expansiunea economiei colaborative, era normal ca inclusiv activitatea de externalizare făcută de întreprinderi să intre în sfera acesteia. Din acest punct de vedere, atât întreprinderile ce externalizează, cât și prestatorii de servicii au de câștigat, doar că aceștia din urmă vor fi supuși, totodată, mult mai multor riscuri, comparativ cu situația întreprinderilor. În

---

oferite de către clienți, la unele complexe, precum realizarea unui program sau a unui clip publicitar. Din perspectiva prezentului articol, sunt relevante doar acele platforme în care sarcinile oferite lucrătorilor sunt mai complexe, deoarece, fiind vorba de o activitate externalizată de către o întreprindere, această activitate trebuie să fie una suficient de grea.

<sup>47</sup> C.T. Ungureanu, *op. cit.*, p. 162.

același timp, există riscul ca prin intermediul platformelor de *crowdsourcing* să se încheie contracte de muncă deghizate între cele două părți. Astfel, este necesară o reglementare a activității platformelor de *crowdsourcing*. Prin această reglementare s-ar înlătura din problemele referitoare la raporturile apărute în urma colaborărilor dintre întreprinderi și prestatorii de servicii.