

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA BUSINESS ȘI TURISM

Departamentul Turism și Geografie

Domeniul: *Administrarea Afacerilor*

Școala Doctorală: *Administrarea Afacerilor*

TEZĂ DE ABILITARE

**Administrarea afacerilor și
comportamentul consumatorului în turism
în contextul tehnologiilor digitale**

CANDIDAT: Prof.univ.dr. ȘCHIOPU Andreea Fortuna

București

2021

REZUMAT

Teza de abilitare intitulată „*Administrarea afacerilor și comportamentul consumatorului în turism în contextul tehnologiilor digitale*” prezintă contribuțiile științifice ale candidatei obținute ulterior dobândirii titlului de doctor în știință, probând originalitatea, actualitatea și relevanța performanțelor academice și de cercetare în domeniul *Administarea afacerilor*. Potrivit cerințelor Ordinului 5229/2020 din 17 august 2020 privind organizarea și desfășurarea procesului de obținere a atestatului de abilitare, teza prezintă în mod succint principalele rezultate științifice publicate după obținerea calității de doctor, evoluția carierei academice, științifice și profesionale și direcțiile principale de dezvoltare ale acesteia, ca și capacitatea candidatei de a coordona echipe de cercetare și de a facilita învățarea și cercetarea. Astfel, teza este structurată în trei părți care includ detaliile privitoare la aceste aspecte, urmate de referințele bibliografice utilizate.

Prima parte vizează actualitatea temei pentru domeniul *Administarea afacerilor*, cel în care se dorește abilitarea. „*Administrarea afacerilor și comportamentul consumatorului în turism în contextul tehnologiilor digitale*” reprezintă o temă extrem de actuală și cu un potențial major de influențare a performanțelor companiilor. McKinsey & Company (2021a) a enunțat o corelație între ceea ce denumesc “dotare tehnologică”, respectiv capabilitățile, talentul, leadershipul și resursele tehnologice și rezultatele economice obținute. Dincolo de acest efect, pandemia COVID-19 a accelerat gradul de adoptare a tehnologiilor digitale, consumatorii preferând aceste canalele, iar companiile modificându-și modelele de afaceri și practicile de bază pentru a face față noilor condiții (McKinsey & Company, 2021a). Importanța tehnologiei și digitalizării în agilitatea strategică a unei organizații din turism a fost menționată în literatură (Melian-Alzola et al., 2020). Abilitatea companiilor de adaptare la noile tehnologii le-a permis să gestioneze efectele crizei pandemice și să continue să ofere valoare turiștilor (Sigala, 2020). Unele organizații sau autorități au folosit aplicații pentru informarea turiștilor cu privire la extinderea capacității și respectarea distanțării sociale (Badcock, 2020), realitatea virtuală pentru a oferi turiștilor posibilitatea de a “călători” și în perioada aceasta extrem de restrictivă (Itani și Hollebeek, 2021) sau roboții pentru a reduce interacțiunile

turiștilor cu angajații sau a îmbunătăți curățenia în incinta hotelurilor (Kussmann, 2020; Pillai et al., 2020).

Astfel, afacerile se confruntă cu o necesitate accentuată de tehnologizare și digitalizare, iar comportamentul consumatorului suferă modificări devenind o temă de mare actualitate în domeniul administrării afacerilor în general, dar și al turismului în particular. Modul în care iau decizii turiștii și în care se comportă în noul context marcat de schimbări tehnologice și problematici sanitare generate de pandemie devine o zonă marcantă de cercetare. Este capitală înțelegerea tiparelor comportamentale și a modificărilor acestora ca urmare a faptului că foarte multe activități umane au loc online, iar digitalizarea a generat o schimbare dramatică a cerințelor turiștilor (Johnson și Bharadwaj, 2005). Interesul pentru examinarea modului în care tehnologiile afectează modul în care turiștii experimentează destinațiile nu este nou (Cohen et al., 2014), dar în noile condiții restrictive generate de pandemie acest demers de cercetare devine mai solicitant și interesant. Soluțiile tehnologice digitale precum diferitele aplicații, realitatea augmentată și virtuală, sau roboții devin relevante pentru afaceri, iar gradul de acceptare a lor și efectul asupra comportamentului turiștilor reprezintă subiecte foarte actuale în domeniul *Administarea afacerilor*.

Partea a doua prezintă realizările științifice ale candidatei, fiind împărțită în trei subsecțiuni care detaliază contribuțiile pe domenii de specializare, respectiv (1) comportamentul consumatorului în turism, luarea deciziilor și folosirea noilor tehnologii, (2) administrarea afacerilor, concurență și strategie și (3) comunicare și managementul emoțiilor. Teza descrie 5 articole publicate în reviste internaționale indexate Clarivate Analytics, cu AIS peste 0,15 și un număr notabil de citări, ca și câteva alte lucrări publicate pe teme anunțate.

Primul articol descris este „*Virus tinged? Exploring the facets of virtual reality use in tourism as a result of the COVID-19 pandemic*”, publicat în 2021 în *Telematics and Informatics*, revistă indexată Clarivate Analytics în Quartila 1 (zona roșie) pe domeniul Information Science & Library Science (AIS 1,347), candidata la abilitare fiind prim autor. Articolul a examinat utilizarea realității virtuale în turism în contextul pandemiei COVID-19 prin prisma unui model Technology Acceptance Model (TAM) extins. Plecând de la ipoteza că turiștii ar prefera experiențe mai puțin riscante și ar vedea realitatea virtuală ca un substitut pentru călătoriile tradiționale, autorii au organizat un experiment ‘intra-subiecți’, care a dovedit că intenția de a utiliza realitatea virtuală în turism a crescut sub efectul COVID-19. Modelul conceptual testat a demonstrat că această intenție a fost influențată de ușurința percepută în utilizare, utilitatea și substituibilitatea percepută a realității virtuale, toate mediate de interesul oamenilor în utilizarea realității virtuale în turism. Rezultatele au

un impact semnificativ în domeniu, dovedit nu doar prin apariția lor într-o revistă internațională de top ci și prin numărul și calitatea citărilor obținute. În doar câteva luni de la publicare, acest articol are 19 citări Google Scholar și 7 în reviste indexate Clarivate Analytics, din care două în Quartila 1.

Teza continuă cu descrierea succintă a articolului “*The Influence of New Technologies on Tourism Consumption Behavior of the Millennials*”. Acesta analizează modul în care noile tehnologii influențează comportamentul de consum turistic al Milenialilor (generația Y) din România, rezultatele bazându-se pe o cercetare cantitativă de tip sondaj. După cunoștința autoarelor, lucrarea a fost prima care a făcut legătura dintre importanța acordată imaginilor, clipurilor video, evaluărilor din mediul online în procesul de luare a deciziilor de călătorie de către turiștii din generația Millennials și gradul în care aceștia sunt dispuși să publice online informații despre călătorii în această formă. Și acest articol reprezintă o contribuție semnificativă în domeniu, dovedit prin apariția lor într-o revistă internațională cu scor AIS peste 0,15 și un număr notabil de citări în articole publicate în reviste cotate la nivel internațional, inclusiv 18 indexate Clarivate Analytics din zonele roșu, galben și gri.

Partea a doua a tezei conține și prezentarea altor trei articole publicate în Amfiteatru economic, revistă internațională cu scor AIS peste 0,15, respectiv titlurile „*Competition Policy in the European Film Industry Focused on Consumers’ Interests – A Romanian Perspective*”, „*Facets of the Economic and Financial Crisis Impact on Strategic Planning in Travel Agencies*” și „*Principles and best practices in successful tourism business incubators*” care susțin domeniul de specializare administrarea afacerilor, concurență și strategie. În final, domeniul comunicare și managementul emoțiilor este confirmat prin descrierea a două cărți publicate ca unic autor și menționarea mai multor articole apărute în reviste indexate în mai multe baze de date.

Partea a treia a tezei descrie cariera universitară a candidatei și direcțiile de dezvoltare viitoare ale acesteia pe câteva direcții importante. Sunt identificate și urmărite mai multe obiective cu caracter general, obiective privitoare la activitatea didactică și obiective privitoare la activitatea de cercetare.

Capacitatea de a coordona echipe de cercetare și de a susține învățarea și cercetarea a fost menționată în teza de abilitare. Câteva argumente care să susțină această abilitate a autoarei sunt reprezentate de proiectele de cercetare pe care aceasta le-a coordonat și care s-au materializat în articole publicate în reviste de prestigiu, cu un impact în domeniul analizat. Astfel, un prim exemplu datează din perioada în care autoarea a studiat în Statele Unite și a participat la o cercetare solicitată de comitetul executiv al turneului de golf The Chrysler Classic of Greensboro. Autoarea prezentei

teze a avut un rol important în definirea elementelor cercetării și crearea instrumentului de cercetare și a coordonat o echipă de 12 studenți pentru administrarea chestionarelor și analiza primară. Datele obținute cu această ocazie au fost valorificate de către conducerea turneului pentru atingerea obiectivelor strategice, dar au avut și valoare științifică fiind incluse într-un articol publicat în *Journal of Interdisciplinary Mathematics*, revistă indexată Clarivate Analytics/ISI în acest moment. Mai recent, alte exemple notabile sunt reprezentate de articolele “*The Influence of New Technologies on Tourism Consumption Behavior of the Millennials*” și “*Virus tinged? Exploring the facets of virtual reality use in tourism as a result of the COVID-19 pandemic*” care au fost publicate în reviste indexate Clarivate Analytics (ISI) cu AIS peste 0,15 și care au un număr important de citări. Acestea au fost redactate în echipe coordonate de candidata la abilitare, demonstrând capacitatea acesteia de a coordona echipe de cercetare, de a facilita învățarea și cercetarea.

Prin urmare, cele 5 articole reținute pentru teza de abilitare și toate detaliile incluse în cele trei secțiuni ale acesteia demonstrează capacitatea autoarei de a identifica teme actuale de cercetare, a le materializa în studii relevante științific și practic, de a coordona echipe de cercetare și a genera rezultate cu influență în domeniul vizat, dar și interdisciplinar. Acestea pot dezvolta studiile doctorale în domeniul *Administrarea afacerilor* și pot contribui la activitatea Academiei de Studii Economice din București.

5.12.2021

Candidat,
ȘCHIOPU Andreea Fortuna