

**ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN  
BUCUREȘTI**  
Școala doctorală Administrarea Afacerilor I



**TEZĂ DE DOCTORAT**

Prezentată și susținută public de către autor:  
**Emanuela C. Anton (Murguleț)**

Titlul tezei de doctorat:

**COMPETITIVITATE ȘI SUSTENABILITATE ÎN INDUSTRIA  
TURISMULUI DE CROAZIERĂ**

Conducător de doctorat: Prof.Univ.Dr. Gabriela Țigu

Comisia de susținere a tezei de doctorat:

|                                                        |                                              |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| (Grad didactic).dr. (prenumele și numele) (președinte) | - (denumirea universității)                  |
| (Grad didactic).dr. (prenumele și numele) (referent)   | - (denumirea universității)                  |
| (Grad didactic).dr. (prenumele și numele) (referent)   | - (denumirea universității)                  |
| (Grad didactic).dr. (prenumele și numele) (referent)   | - (denumirea universității)                  |
| Prof. univ. dr. Gabriela Țigu (conducător de doctorat) | (Academia de Studii Economice din București) |

București, Mai, 2025

**ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI**  
**Consiliul pentru Studii Universitare de Doctorat**  
*Școala Doctorală*  
**Administrarea Afacerilor I**

**COMPETITIVITATE ȘI SUSTENABILITATE ÎN**  
**INDUSTRIA DE CROAZIERĂ**

**Emanuela C. Anton (Murguleț)**

Conducător de doctorat: **Prof.Univ.Dr. Gabriela Țigu**

**București, 2025**

## REZUMAT

**Cuvinte cheie:** industria turismului de croaziere, sustenabilitate, creativitate, inovație, competitivitate, industria ospitalității, companii de croaziere, tipologia vaselor de croazieră, impactul turismului de croaziere, produsul turistic croazieră, percepția pasagerilor români.

Prezenta teză doctorală investighează dimensiunile strategice ale dezvoltării turismului de croazieră în România, în contextul globalizării industriei ospitalității și al accentuării exigențelor privind sustenabilitatea, creativitatea și inovația. Cercetarea își propune să fundamenteze orientări strategice viabile, pornind de la analiza conceptului de turism de croazieră, a evoluției sale la nivel mondial și național, precum și a principalelor tendințe care modelează competitivitatea industriei de croaziere.

În acest demers, o atenție deosebită a fost acordată investigării percepțiilor și experiențelor turiștilor români care au achiziționat produse turistice de tip croazieră, respectiv explorării așteptărilor turiștilor potențiali. Prin analiza opiniilor și gradului de satisfacție al pasagerilor, respectiv a percepțiilor celor care nu au experimentat încă o croazieră, cercetarea generează informații esențiale pentru optimizarea și diversificarea ofertei turistice.

Teza formulează contribuții originale în cadrul teoriei turismului de croazieră, prin analiza competitivității și sustenabilității sectorului, concretizate în: conturarea imaginii pieței românești de croaziere, evaluarea percepției și satisfacției pasagerilor, precum și explorarea așteptărilor turiștilor potențiali. Printr-o abordare complexă și integrată, lucrarea propune o viziune strategică fundamentată pe consolidarea și diversificarea produsului turistic croazieră în România, având ca obiectiv atât clarificarea imaginii industriei, cât și creșterea potențialului acestui segment pentru operatorii români.

## SYNTHESIS

**Keywords:** cruise tourism industry, sustainability, creativity, innovation, competitiveness, hospitality industry, cruise companies, cruise ship typology, impact of cruise tourism, cruise tourism product, Romanian passengers' perception.

This doctoral thesis investigates the strategic dimensions of cruise tourism development in Romania, within the context of the globalization of the hospitality industry and the growing demands for sustainability, creativity, and innovation. The research aims to establish viable strategic directions, based on an analysis of the cruise tourism concept, its evolution at global and national levels, and the key trends shaping the competitiveness of the cruise industry.

Particular attention was devoted to examining the perceptions and experiences of Romanian tourists who have previously purchased cruise tourism products, as well as exploring the expectations of potential travelers. By analyzing the opinions and satisfaction levels of past passengers and the perceptions of those yet to experience a cruise, the study provides essential insights for optimizing and diversifying the cruise tourism offer.

This thesis advances original contributions to the theoretical field of cruise tourism through an in-depth analysis of sectoral competitiveness and sustainability. These contributions materialize in the delineation of the Romanian cruise market landscape, the assessment of passenger perceptions and satisfaction, and the exploration of the expectations held by potential tourists. Adopting a comprehensive and integrated approach, the thesis articulates a strategic vision aimed at strengthening and diversifying the cruise tourism product in Romania, with the dual objective of providing a clearer understanding of the industry and enhancing the growth potential of this segment for Romanian operators.

## MULȚUMIRI

Înainte de a rosti orice nume, îmi plec fruntea cu recunoștință și credință către Dumnezeu, cel care a sădit în sufletul meu pasiunea pentru cunoaștere, determinarea de a merge înainte și entuziasmul de a transforma visele în realitate. Îi mulțumesc pentru că mi-a luminat inima cu dorința de a aduce în limba română o contribuție dedicată industriei turismului de croaziere, simțind că aceasta este una dintre misiunile mele profunde.

Exprim întreaga mea recunoștință doamnei Decan, Prof. univ. dr. Gabriela Țigu, coordonatorul și mentorul care a crezut în visul meu, mi-a înțeles pasiunea pentru turism și mi-a fost călăuză în momentele în care entuziasmul meu avea nevoie de sprijin și direcție. Onoarea de a fi lucrat sub îndrumarea dumneaei este una dintre cele mai prețioase distincții ale parcursului meu academic.

Mulțumesc distinselor cadre didactice din Comisia de Îndrumare - Prof. univ. dr. Vasiliu Cristinel, Prof. univ. dr. State Olimpia, Prof. univ. dr. Mihail-Ovidiu Tănase, de la Academia de Studii Economice din București. De asemenea, sunt recunoscătoare domnilor profesori din cadrul Universității Româno-Americane, care, prin susținere, încurajare și exigență, m-au împins să îmi depășesc propriile limite și să îmi afirm vocea în domeniul cercetării.

Îi adresez, cu emoție și recunoștință, mulțumiri soțului meu, Marian Murguleț, alături de care am găsit curajul de a construi și a persevera. Dragostea sa necondiționată, sprijinul constant și credința neclintită în reușita mea au fost temelii pe care s-a sprijinit întreaga mea muncă.

Gânduri de profundă recunoștință se îndreaptă către familia mea, către prietenii care mi-au fost alături, către colaboratorii din industria turismului și către clienții – pasageri ai navelor de croazieră – care, prin încrederea și sprijinul lor constant, au contribuit atât la îmbogățirea conținutului acestei cercetări, cât și la desăvârșirea mea profesională în cei peste 12 ani de activitate dedicată turismului de croazieră.

Această lucrare reflectă o credință profundă, o pasiune susținută și o determinare consolidată printr-un entuziasm nemărginit. Adresez recunoștința mea sinceră tuturor celor care m-au sprijinit de-a lungul acestui parcurs.

## CUPRINS

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCERE .....</b>                                                                            | <b>9</b>  |
| <br><b>CAPITOLUL 1. CLARIFICĂRI CONCEPTUALE PRIVIND INDUSTRIA TURISMULUI DE CROAZIERĂ.....</b>      | <b>16</b> |
| <b>1.1 INDUSTRIA TURISMULUI DE CROAZIERĂ – COMPONENTĂ A INDUSTRIEI OSPITALITĂȚII.....</b>           | <b>16</b> |
| 1.1.1. Conceptul de turism pe vasele de croazieră.....                                              | 21        |
| 1.1.2. Definiții și fundamentări conceptuale.....                                                   | 23        |
| 1.1.3. Evoluția de la „transportul cu nave cu aburi” la „croaziera ca vacanță” .....                | 27        |
| 1.1.4. Dinamica vieții și activității profesionale la bordul vaselor de croazieră.....              | 29        |
| <b>1.2. MANAGEMENTUL ȘI LOGISTICA ÎN INDUSTRIA CROAZIERELOR.....</b>                                | <b>31</b> |
| <b>1.3. STRUCTURA ȘI FUNCȚIONALITATEA VASELOR DE CROAZIERĂ MODERNE.....</b>                         | <b>34</b> |
| 1.3.1. Tipologia și dimensiunea navelor de croazieră.....                                           | 35        |
| 1.3.2. Analiza indicatorilor în industria croazierelor.....                                         | 39        |
| 1.3.3. Facilitățile unei nave de croaziere.....                                                     | 42        |
| 1.3.4. Caracteristicile cabinelor și tipologii.....                                                 | 43        |
| 1.3.5. Configurarea și relevanța planului punților în arhitectura navelor de croazieră.....         | 45        |
| <br><b>CAPITOLUL 2. PARTICULARITĂȚI PRIVIND PIAȚA INTERNAȚIONALĂ A TURISMULUI DE CROAZIERĂ.....</b> | <b>47</b> |
| <b>2.1. FACTORII APARIȚIEI ȘI DEZVOLTĂRII TURISMULUI DE CROAZIERĂ .....</b>                         | <b>47</b> |
| <b>2.2. CLASIFICAREA CROAZIERELOR.....</b>                                                          | <b>49</b> |
| 2.2.1. Clasificarea croazierelor în funcție de destinația geografică.....                           | 49        |
| 2.2.2. Clasificarea croazierelor în funcție de tematică.....                                        | 53        |
| 2.2.3. Clasificarea croazierelor în funcție de piața țintă.....                                     | 58        |
| <b>2.3. ABORDĂRI ACTUALE ÎN TURISMUL DE CROAZIERĂ.....</b>                                          | <b>61</b> |
| 2.3.1. Creativitatea în turismul de croazieră .....                                                 | 61        |
| 2.3.2. Sustenabilitatea în turismul de croazieră.....                                               | 68        |
| 2.3.3. Competitivitatea în turismul de croazieră.....                                               | 75        |
| <b>2.4. IMPACTUL TURISMULUI DE CROAZIERĂ ASUPRA ECONOMIILOR LOCALE.....</b>                         | <b>79</b> |
| <b>2.5. INDICATORI AI TURISMULUI DE CROAZIERĂ.....</b>                                              | <b>82</b> |

|                                                                                                              |                                                                               |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.5.1.                                                                                                       | Numărul total de pasageri .....                                               | 82         |
| 2.5.2.                                                                                                       | Veniturile generate de industrie .....                                        | 83         |
| 2.5.3.                                                                                                       | Gradul de ocupare al navelor .....                                            | 84         |
| 2.5.4.                                                                                                       | Durata medie a croazierelor .....                                             | 85         |
| <b>2.6.</b>                                                                                                  | <b>TENDINȚE ÎN INDUSTRIA CROAZIERELOR.....</b>                                | <b>86</b>  |
| <br><b>CAPITOLUL 3. PIAȚA TURISMULUI DE CROAZIERĂ ÎN ROMÂNIA.....</b>                                        |                                                                               | <b>88</b>  |
| <b>3.1.</b>                                                                                                  | <b>ANALIZA PESTLE A INDUSTRIEI DE CROAZIERE DIN ROMÂNIA.....</b>              | <b>88</b>  |
| 3.1.1.                                                                                                       | Factori Politici.....                                                         | 88         |
| 3.1.2.                                                                                                       | Factori Economici.....                                                        | 92         |
| 3.1.3.                                                                                                       | Factori Sociali.....                                                          | 93         |
| 3.1.4.                                                                                                       | Factori Tehnologici.....                                                      | 94         |
| 3.1.5.                                                                                                       | Factori Legali.....                                                           | 95         |
| 3.1.6.                                                                                                       | Factori Ecologici.....                                                        | 96         |
| <b>3.2.</b>                                                                                                  | <b>ASPECTE PRIVIND EVOLUȚIA TURISMULUI DE CROAZIERĂ ÎN ROMÂNIA.....</b>       | <b>98</b>  |
| 3.2.1                                                                                                        | Indicatori privind cheltuielile de călătorie legate de croaziere.....         | 99         |
| 3.2.2                                                                                                        | Analiza exportului României din perspectiva indicatorului „Pasageri”.....     | 102        |
| 3.2.3                                                                                                        | Analiza importului României din perspectiva indicatorului „Pasageri”.....     | 107        |
| 3.2.3.1.                                                                                                     | <i>Regresul croazierelor maritime în România: Analiză și perspective.....</i> | <i>108</i> |
| 3.2.3.2.                                                                                                     | <i>Impactul economic al importului de pasageri în România.....</i>            | <i>110</i> |
| 3.2.3.3.                                                                                                     | <i>Perspective pentru dezvoltarea turismului de croazieră în România.....</i> | <i>111</i> |
| <b>3.3.</b>                                                                                                  | <b>FORMELE TURISMULUI DE CROAZIERĂ ÎN ROMÂNIA .....</b>                       | <b>112</b> |
| 3.3.1.                                                                                                       | Turismul intern.....                                                          | 112        |
| 3.3.2.                                                                                                       | Turismul outgoing .....                                                       | 113        |
| 3.3.3.                                                                                                       | Turismul de croazieră pe Dunăre.....                                          | 113        |
| 3.3.4.                                                                                                       | Turismul de croazieră pe Marea Neagră.....                                    | 114        |
| <br><b>CAPITOLUL 4. PRODUSUL TURISTIC DE CROAZIERĂ – CARACTER COMPOZIT ȘI EXPERIENȚE INTERCONECTATE.....</b> |                                                                               | <b>116</b> |
| <b>4.1.</b>                                                                                                  | <b>METODOLOGIA CERCETĂRII.....</b>                                            | <b>116</b> |
| 4.1.1.                                                                                                       | Obiectivele și ipotezele cercetării.....                                      | 116        |
| 4.1.2.                                                                                                       | Procedura de selecție, volumul eșantionului și elaborarea chestionarului..... | 117        |
| 4.1.3.                                                                                                       | Culegerea, prelucrarea datelor și validarea rezultatelor.....                 | 119        |
| <b>4.2.</b>                                                                                                  | <b>CARACTERISTICILE PRINCIPALE ALE RESPONDENȚILOR.....</b>                    | <b>121</b> |

|                                                                                                                                                     |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>4.3. OPINIILE TURIȘTILOR DE CROAZIERĂ PRIVIND COMPETITIVITATEA ȘI SUSTENABILITATEA ÎN INDUSTRIA CROAZIERELOR.....</b>                            | <b>126</b> |
| 4.3.1. Analiza imaginii cererii pieței din România a turismului de croazieră prin prisma opiniilor respondenților.....                              | 126        |
| 4.3.1.1. <i>Opiniile respondenților privind atractivitatea turismului de croazieră.....</i>                                                         | <i>126</i> |
| 4.3.1.2. <i>Opiniile respondenților privind factorii deciziei de alegere a croazierelor.....</i>                                                    | <i>132</i> |
| 4.3.1.3. <i>Opiniile respondenților privind caracterul de lux al turismului de croazieră.....</i>                                                   | <i>138</i> |
| 4.3.2. Opiniile turiștilor privind gradul de stisfacție și sustenabilitatea turismului de croazieră.....                                            | 142        |
| 4.3.2.1. <i>Opiniile respondenților privind raportul preț-calitate și ofertele promoționale pe piața din România a turismului de croazieră.....</i> | <i>142</i> |
| 4.3.2.2. <i>Opiniile respondenților privind importanța sustenabilității în decizia de alegere a unei croaziere.....</i>                             | <i>149</i> |
| 4.3.2.3. <i>Opiniile respondenților privind gradul de satisfacție în experiențele anterioare privin turismul de croazieră.....</i>                  | <i>155</i> |
| <b>4.4. OPINIILE TURIȘTILOR POTENȚIALI DE PE PIAȚA DIN ROMÂNIA A TURISMULUI DE CROAZIERĂ .....</b>                                                  | <b>161</b> |
| 4.4.1. Aspecte ale opiniilor turiștilor potențiali privind factorii determinanți ai alegerii unui produs turistic de croazieră.....                 | 162        |
| 4.4.2. Aspecte ale opiniilor turiștilor potențiali privind obstacolele care împiedică alegerea unui produs turistic de croazieră.....               | 168        |
| <br><b>CAPITOLUL 5. COMPETITIVITATE ȘI SUSTENABILITATE ÎN TURISMUL DE CROAZIERĂ – CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI STRATEGICE.....</b>                      | <b>175</b> |
| <br><b>BIBLIOGRAFIE.....</b>                                                                                                                        | <b>183</b> |
| <b>ANEXE.....</b>                                                                                                                                   | <b>196</b> |
| <b>LISTA ABREVIERILOR.....</b>                                                                                                                      | <b>211</b> |
| <b>LISTA FIGURILOR.....</b>                                                                                                                         | <b>212</b> |
| <b>LISTA TABELELOR.....</b>                                                                                                                         | <b>215</b> |
| <b>LISTA ANEXELOR.....</b>                                                                                                                          | <b>217</b> |



## INTRODUCERE

Industria turismului de croazieră a cunoscut o dezvoltare remarcabilă în ultimele decenii, transformându-se într-un sector major al economiei globale a turismului. De la începuturile sale în anii 1960, când croazierele au început să fie percepute nu doar ca mijloace de transport, ci și **ca experiențe turistice complexe**, acest segment a înregistrat o creștere constantă în ceea ce privește numărul de pasageri, flota operativă și veniturile generate (Papathanassis, 2019). Croazierele moderne oferă astăzi nu doar transport, ci și cazare, divertisment, gastronomie și experiențe culturale, într-un format integrat care răspunde nevoilor turistului contemporan (Dowling, 2006).

Competiția intensă dintre companiile de croazieră a determinat o diversificare accelerată a produsului turistic, cu accent pe inovare, personalizare a serviciilor și extinderea itinerariilor către destinații din ce în ce mai variate. În paralel, cerințele tot mai stricte din partea organizațiilor internaționale și a consumatorilor în ceea ce privește sustenabilitatea au impus modificări profunde în modul de operare al companiilor de croazieră. Problematika impactului asupra mediului – de la emisiile de gaze cu efect de seră la gestionarea deșeurilor și conservarea ecosistemelor fragile – a devenit un element central al strategiilor de dezvoltare pe termen lung în industrie (Gössling & Higham, 2021).

În acest context, competitivitatea în industria croazierelor nu mai este evaluată exclusiv prin prisma performanțelor economice tradiționale, precum profitabilitatea sau cota de piață. Ea integrează tot mai mult dimensiuni calitative, precum reputația companiei în materie de responsabilitate socială, inovația în experiențele turistice oferite și capacitatea de adaptare la noile standarde ecologice (Di Vaio et al., 2021). În mod similar, sustenabilitatea nu mai este percepută doar ca o obligație de conformitate, ci ca o sursă esențială de avantaj competitiv într-o piață globală din ce în ce mai conștientă de implicațiile ecologice și sociale ale actului turistic.

Analiza competitivității în industria turismului de croazieră presupune înțelegerea unui set complex de factori globali, care variază de la performanțele tehnologice ale navelor și calitatea serviciilor la bord, până la capacitatea companiilor de a integra inovații digitale și soluții sustenabile în modelele lor operaționale (Papatheodorou, 2006). Modernizarea flotelor, dezvoltarea navelor de mare capacitate cu facilități integrate și personalizarea experienței la bord sunt astăzi elemente esențiale pentru menținerea unui avantaj competitiv (Di Vaio et al., 2021).

În paralel, cerințele de sustenabilitate impuse de Organizația Maritimă Internațională (IMO) și de alte organisme internaționale determină transformări structurale în industrie. Introducerea de nave propulsate cu gaz natural lichefiat (GNL), instalarea de sisteme de reducere a emisiilor și dezvoltarea porturilor verzi (cu alimentare electrică de la țărm) sunt măsuri menite să răspundă presiunilor pentru reducerea impactului de mediu (IMO, 2023b; Costa Cruises, 2023). Mai mult,

sustenabilitatea în turismul de croazieră transcende dimensiunea ecologică, incluzând aspecte de responsabilitate socială, precum protejarea comunităților locale vizitate și promovarea unor modele economice echitabile (UNWTO, 2018). Strategiile de sustenabilitate integrate presupun, astfel, nu doar reducerea impactului asupra mediului, ci și crearea de valoare pe termen lung pentru toți actorii implicați: turiști, comunități locale, autorități și companii.

În acest sens, literatura de specialitate evidențiază o serie de tendințe majore în industria croazierelor: extinderea croazierelor tematice și de expediție, digitalizarea experienței turistice, creșterea cererii pentru croaziere cu amprentă redusă de carbon și dezvoltarea de produse turistice adaptate criteriilor de sustenabilitate (Papathanassis, 2019; Espinet-Rius et al., 2023).

Provocările cu care se confruntă industria turismului de croazieră în prezent sunt multiple și complexe. Pe de o parte, creșterea gradului de conștientizare ecologică la nivelul consumatorilor generează o presiune constantă asupra companiilor pentru adoptarea de soluții operaționale verzi (Gössling et al., 2020). Pe de altă parte, evoluțiile geopolitice, riscurile sanitare globale și fluctuațiile economice afectează stabilitatea lanțurilor de aprovizionare, planificarea itinerariilor și cererea de croaziere, ceea ce impune o adaptabilitate rapidă și o gestionare strategică a riscurilor (Sun & Su, 2021).

În acest context, competitivitatea nu mai poate fi concepută exclusiv în termeni de preț sau capacitate de atracție a destinațiilor, ci se leagă direct de capacitatea companiilor de croazieră de a integra sustenabilitatea ca vector de inovare și diferențiere. Studiile recente subliniază faptul că operatorii care investesc în modernizarea flotelor, reducerea amprentei de carbon și crearea de experiențe autentice și responsabile sunt mai bine poziționați pentru a răspunde cerințelor pieței viitoare (Di Vaio et al., 2021; UNWTO, 2023).

Oportunitățile strategice emergente sunt strâns legate de tendințele de transformare digitală și de orientarea către croaziere de nișă, care promovează experiențe personalizate și durabile. Dezvoltarea de croaziere expediționare, tematice culturale sau wellness, precum și integrarea de tehnologii digitale avansate pentru optimizarea traseelor și serviciilor la bord (Tussyadiah et al., 2018), conturează noi direcții de creștere într-un mediu competitiv globalizat.

În fața acestor provocări și oportunități, cercetarea privind competitivitatea și sustenabilitatea în industria turismului de croazieră devine esențială pentru fundamentarea unor modele strategice viabile și responsabile. Înțelegerea interdependenței dintre performanța economică, protecția mediului și satisfacția turiștilor oferă o bază solidă pentru elaborarea de politici și practici care să asigure dezvoltarea durabilă a acestui segment în următoarele decenii (Gössling & Higham, 2021; Bramwell & Lane, 2011).

**Primul capitol**, intitulat **“Clarificări conceptuale privind industria turismului de croazieră”** oferă o fundamentare teoretică solidă asupra industriei turismului de croazieră,

analizând caracteristicile definitorii ale acestui sector în cadrul industriei ospitalității. Sunt clarificate principalele noțiuni și concepte asociate turismului de croazieră, fiind evidențiată evoluția acestuia de la simple forme de transport maritim către complexul fenomen al croazierei ca formă de vacanță modernă.

Pornind de la definirea conceptului de turism practicat pe vasele de croazieră, secțiunea propune o delimitare riguroasă a noțiunilor, utilizând multiple perspective teoretice pentru conturarea unei imagini clare asupra specificului acestei activități turistice. De asemenea, este analizată transformarea croazierelor din serviciu de transport cu nave cu aburi într-un produs turistic de sine stătător, însoțit de facilități de recreere, divertisment și confort sporit.

În cadrul unei abordări socio-profesionale, capitolul investighează dinamica vieții și a muncii la bordul navelor de croazieră, reliefând complexitatea interacțiunilor dintre pasageri și personalul navigant, precum și exigențele ridicate impuse personalului pentru menținerea standardelor de servicii și siguranță.

O componentă importantă a capitolului este dedicată managementului și logisticii în industria croazierelor. Sunt discutate aspectele specifice organizării operaționale, de la planificarea itinerariilor și gestionarea fluxurilor de pasageri până la coordonarea aprovizionării și optimizarea resurselor umane și materiale necesare desfășurării activităților la bord. În ceea ce privește structura și funcționalitatea vaselor moderne de croazieră, lucrarea abordează tipologia și dimensiunile navelor, accentuând diversitatea actuală a ofertei de nave, de la ambarcațiuni de lux la megaship-uri destinate masei largi de turiști. Analiza indicatorilor specifici industriei croazierelor, precum capacitatea de transport sau gradul de ocupare, oferă repere esențiale pentru înțelegerea performanțelor sectorului.

Totodată, sunt prezentate principalele facilități disponibile la bordul vaselor de croazieră, evidențiind rolul lor în crearea experienței turistice. Caracteristicile cabinelor, diversificate în funcție de nivelul de confort și servicii oferite, sunt analizate în corelație cu așteptările și profilul pasagerilor. În final, este evidențiată importanța arhitecturii planului punților, cu accent pe modul în care distribuția spațiilor funcționale influențează experiența la bord, eficiența operațională și fluxul de circulație al pasagerilor. În ansamblu, acest capitol conturează bazele conceptuale și operaționale necesare pentru aprofundarea studiului competitivității și sustenabilității în turismul de croazieră, oferind o viziune integrată asupra complexității acestui segment al industriei ospitalității.

**Cel de-al doilea capitol, denumit “Particularități privind piața internațională a turismului de croazieră”, analizează în profunzime particularitățile pieței internaționale a turismului de croazieră, urmărind evoluția istorică, structura actuală și tendințele majore care modelează această industrie dinamică.**

Studiul începe prin identificarea factorilor care au determinat apariția și expansiunea turismului de croazieră la nivel global. Elementele economice, sociale, tehnologice și culturale, cum ar fi creșterea nivelului de trai, democratizarea călătoriilor maritime, inovarea în construcția de nave și diversificarea preferințelor turistice, sunt prezentate ca principale motoare ale dezvoltării sectorului. În continuare, sunt detaliate clasificările croazierelor, având în vedere trei criterii esențiale: destinația geografică, tematica abordată și segmentul de piață țintit. Astfel, croazierele sunt grupate în funcție de rutele maritime – de la croazierele oceanice transatlantice la itinerarii regionale, precum cele din Marea Mediterană sau Caraibe. Din punct de vedere tematic, se evidențiază croazierele culturale, gastronomice, de aventură sau de wellness. În funcție de piața țintă, croazierele sunt adaptate diferitelor categorii de clienți, de la familii și seniori până la pasionați de expediții sau turiști de lux.

Abordările actuale din turismul de croazieră sunt prezentate ca răspunsuri inovative la dinamica pieței internaționale. Creativitatea joacă un rol crucial în personalizarea experienței turistice, în timp ce inovația tehnologică susține modernizarea serviciilor și reducerea impactului ecologic. De asemenea, se subliniază faptul că sustenabilitatea a devenit un criteriu strategic în definirea competitivității companiilor de croazieră, impunând adaptarea la standarde de mediu, economice și sociale tot mai exigente.

Un aspect important analizat este impactul turismului de croazieră asupra economiilor locale. Lucrarea evidențiază atât beneficiile economice directe, cum ar fi crearea de locuri de muncă și stimularea comerțului local, cât și provocările generate de presiunea asupra infrastructurii portuare și asupra mediului.

Clasificarea companiilor de croazieră permite o mai bună înțelegere a structurii pieței, delimitând operatorii de masă de cei specializați pe nișe premium sau de expediție. Această segmentare reflectă diversitatea cererii și diferențierea strategiilor de poziționare pe piață. Capitolul continuă cu prezentarea principalilor indicatori ai turismului de croazieră, esențiali pentru evaluarea performanței sectorului. Numărul total de pasageri, veniturile generate, gradul de ocupare al navelor și durata medie a croazierelor sunt parametri utilizați pentru a măsura dimensiunea și eficiența economică a industriei la nivel internațional.

În final, sunt sintetizate tendințele majore din industria croazierelor, precum orientarea către sustenabilitate, digitalizarea experienței turistice, diversificarea produselor prin croaziere tematice și creșterea cererii pentru destinații emergente. Aceste tendințe conturează perspectivele de dezvoltare a sectorului și definesc noile provocări competitive cu care se confruntă operatorii de croaziere. În ansamblu, capitolul oferă o imagine detaliată și actualizată a pieței internaționale a turismului de croazieră, evidențiind complexitatea și dinamismul acestui segment turistic într-o lume aflată în permanentă transformare.

**În cel de-al treilea capitol**, intitulat “**Piața turismului de croazieră din România**”, se oferă o imagine detaliată asupra factorilor care influențează dezvoltarea acestui sector și identifică principalele oportunități și provocări cu care se confruntă industria la nivel național.

În prima parte, este realizată o analiză PESTLE aplicată contextului românesc, evidențiind modul în care factorii politici, economici, sociali, tehnologici, legali și ecologici modelează evoluția croazierelor. Factorii politici includ politicile de sprijin sau constrângerile legislative privind infrastructura portuară și fiscalitatea specifică industriei maritime. Factorii economici vizează nivelul de dezvoltare economică, puterea de cumpărare și tendințele de consum ale populației. Din perspectivă socială, se subliniază schimbările în preferințele de călătorie și interesul crescut pentru turismul de croazieră în rândul românilor. Factorii tehnologici includ progresele în construcția navelor și digitalizarea serviciilor turistice, în timp ce factorii legali se referă la reglementările maritime și vamale, care influențează operarea croazierelor în porturile românești. În final, factorii ecologici abordează impactul asupra mediului și presiunile pentru dezvoltarea unui turism de croazieră sustenabil.

În continuare, capitolul se concentrează asupra evoluției turismului de croazieră în România. Se analizează indicatorii privind cheltuielile de călătorie asociate croazierelor, precum și rolul exporturilor și importurilor de pasageri în balanța turistică a țării. Lucrarea examinează regresul croazierelor maritime în România, cauzat de factori economici, infrastructurali și geopolitici, și evaluează impactul economic generat de importul de pasageri. Totodată, sunt prezentate perspectivele de relansare a acestui segment prin investiții în infrastructura portuară și diversificarea ofertelor turistice. Ultima secțiune a capitolului abordează principalele forme de turism de croazieră practicate în România. De asemenea, se evidențiază importanța croazierelor pe Dunăre, care reprezintă un segment strategic datorită conexiunii internaționale și potențialului cultural și natural al fluviului. Turismul de croazieră pe râuri și lacuri din România este prezentat ca un segment în dezvoltare, iar croazierele pe Marea Neagră sunt analizate în contextul provocărilor geopolitice și al oportunităților de diversificare a rutelor maritime.

**Al patrulea capitol**, denumit “**Produsul turistic de croazieră – caracter compozit și experiențe interconectate**” se concentrează asupra produsului turistic de croazieră, analizat din perspectiva caracterului său compozit și a experiențelor multiple pe care le integrează, evidențiind astfel complexitatea și unicitatea acestui segment turistic. În prima parte a capitolului este descrisă metodologia cercetării, fundamentată pe stabilirea obiectivelor și formularea ipotezelor de lucru. Sunt prezentate procedurile de selecție a participanților la studiu, volumul eșantionului și procesul de elaborare a instrumentului de cercetare – chestionarul. De asemenea, se explică modalitățile de culegere a datelor, metodele de prelucrare statistică și tehnicile utilizate pentru validarea rezultatelor, asigurând astfel rigoarea științifică a demersului investigativ. Partea a doua este

dedicată descrierii caracteristicilor principale ale respondenților incluși în cercetare, oferind o imagine clară asupra profilului socio-demografic și comportamental al acestora. Această analiză preliminară este esențială pentru interpretarea corectă a datelor colectate.

Ulterior, atenția se îndreaptă către opiniile turiștilor de croazieră privind competitivitatea și sustenabilitatea în industrie. Studiul investighează percepțiile respondenților asupra atractivității turismului de croazieră, factorilor care influențează decizia de achiziționare, precum și asupra percepției caracterului de lux asociat croazierelor. Sunt analizate opiniile privind gradul de satisfacție generală, raportul preț-calitate, existența ofertelor promoționale relevante și importanța criteriilor de sustenabilitate în procesul decizional al turiștilor români. O altă dimensiune abordată este reprezentată de opiniile turiștilor potențiali cu privire la piața românească a turismului de croazieră. Cercetarea surprinde aspectele determinante în alegerea unui produs turistic de croazieră, precum și barierele percepute care descurajează consumul acestui tip de produs turistic, cum ar fi prețurile ridicate, lipsa informării adecvate sau neîncrederea în operatorii de croaziere.

Lucrarea se încheie cu **al cincilea capitol**, denumit **“Competitivitate și sustenabilitate în turismul de croazieră – concluzii și recomandări strategice”** care sintetizează rezultatele cercetării și formulează direcții strategice pentru dezvoltarea sustenabilă și competitivă a turismului de croazieră în România. În prima parte sunt analizate limitările și obstacolele care afectează accesarea produsului turistic de croazieră pe piața românească. Printre principalele bariere identificate se numără percepția costurilor ridicate asociate croazierelor, nivelul redus de informare a consumatorilor, insuficiența ofertelor adaptate profilului turiștilor români și infrastructura portuară limitată pentru operarea navelor de croazieră la standarde internaționale.

Capitolul conturează apoi profilul turiștilor români interesați de croaziere, evidențiind caracteristici socio-demografice relevante, precum nivelul de educație, veniturile disponibile și preferințele de călătorie. Este subliniat faptul că segmentul de piață interesat de croaziere este relativ tânăr, educat și orientat către experiențe turistice diversificate și de calitate. În continuare, sunt detaliate motivațiile turiștilor pentru alegerea unei croaziere. Factorii decizionali majori includ dorința de a experimenta multiple destinații într-un singur voiaj, confortul logistic oferit de navele moderne, varietatea activităților recreative la bord, raportul preț-conținut și posibilitatea de a accesa oferte tematice sau de lux adaptate intereselor personale.

Pe baza analizelor efectuate, sunt formulate o serie de recomandări strategice pentru stimularea dezvoltării turismului de croazieră în România. Se propune modernizarea infrastructurii portuare, diversificarea itinerariilor prin integrarea porturilor românești în rutele internaționale, crearea de pachete turistice competitive adaptate pieței interne și intensificarea campaniilor de informare și promovare, punând accent pe sustenabilitate și responsabilitate socială.

În încheiere, sunt evidențiate limitele cercetării, generate în principal de dimensiunea eșantionului și de restricțiile geografice ale studiului, dar și de volatilitatea pieței turistice în context post-pandemic. Sunt propuse direcții pentru cercetări viitoare, precum extinderea analizelor comparative regionale, investigarea impactului inovației tehnologice asupra experienței de croazieră și aprofundarea studiilor privind comportamentul de consum al noilor generații de turiști. În ansamblu, capitolul oferă o viziune strategică coerentă asupra modalităților de consolidare a poziției României pe piața turismului de croazieră, într-un cadru de competitivitate sustenabilă și adaptabilitate la tendințele globale.

Această teză de doctorat se adresează unui spectru larg de public, prezentând interes atât pentru mediul academic, cât și pentru industria turismului și factorii de decizie publică. Universitățile, cercetătorii și doctoranzii implicați în studiul turismului, ospitalității sau sustenabilității vor regăsi în această lucrare o analiză actualizată a competitivității și sustenabilității în industria croazierelor. În egală măsură, profesioniștii din turism, operatorii de croaziere, agențiile de turism și autoritățile portuare pot utiliza rezultatele cercetării pentru a adapta strategiile de dezvoltare și promovare a croazierelor în România. De asemenea, instituțiile publice și organizațiile internaționale orientate spre sustenabilitatea turismului vor putea valorifica concluziile și recomandările formulate. Nu în ultimul rând, teza poate reprezenta un ghid util pentru investitori și antreprenori interesați de extinderea infrastructurii și a serviciilor asociate turismului de croazieră, într-un context global în care sustenabilitatea și competitivitatea devin piloni fundamentali ai dezvoltării.