

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Școala doctorală Administrarea Afacerilor



TEZĂ DE DOCTORAT

Prezentată și susținută public de către autor:

HARBA JACQUELINE-NATHALIE

Titlul tezei de doctorat:

**NOI STRATEGII ȘI MODELE DE BUSINESS ÎN INDUSTRIA OSPITALITĂȚII ȘI TURISMULUI.
CERCETĂRI PRIVIND COMPETITIVITATEA HOTELURILOR BOUTIQUE**

Conducător de doctorat: Prof. univ.dr. Gabriela ȚIGU

Comisia de susținere a tezei de doctorat:

- | | |
|--|--|
| Prof.univ.dr. Delia POPESCU (președinte) | - Academia de Studii Economice din București |
| Prof.univ.dr. Catalina Ioana BONCIU (referent) | - Universitatea din București |
| Prof.univ.dr. Razvan Liviu NISTOR (referent) | - Universitatea Babes-Bolyai din Cluj Napoca |
| Prof.univ.dr. Claudia Elena TUCLEA (referent) | - Academia de Studii Economice din București |
| Prof.univ.dr. Gabriela ȚIGU (conducător de doctorat) | - Academia de Studii Economice din București |

București, 2024

Cuprins

Rezumat	2
Introducere	5
Structura tezei de doctorat	7
Partea I – Privire teoretică de ansamblu.....	9
1. Metodologia și obiectivele cercetării	9
2. Cercetarea teoretică	14
2.1 – Istoria și evoluția turismului la nivel global, european și local	14
2.2 – Strategii și modele de business în turismul local și internațional	18
2.3 – Noi tendințe în industria ospitalității	27
3. Analiza pieței în industria ospitalității	32
3.1 – Industria ospitalității la nivel mondial	32
3.2 – Industria ospitalității la nivel european	39
3.3 – Industria ospitalității în România	48
3.4 – Tendințe noi în industria ospitalității	61
A. Trenduri culturale și de life-style	61
B. Trenduri de agrement și ospitalitate	64
C. Trenduri de marketing și retail	65
4. Cercetare calitativă: interviuri cu turiști, referitoare la modelul de business al hotelurilor de tip boutique, folosind metodologia DEMATEL	99
5. Cercetare cantitativă: Raport rezultat din sondajul asupra directorilor de hotel și a personalului hotelier, cu privire la calitatea serviciilor și performanța managerială în hotelurile de tip boutique.....	104
Concluzii	111
Constatări cheie	111
Recomandări pentru viitor	113
Bibliografie	117

Cuvinte cheie

Industria ospitalității; industria turismului; ospitalitate de lux; tendințe în domeniul ospitalității; hoteluri boutique

Rezumat

În ultimele decenii, schimbările în modelele turistice globale, evoluția preferințelor clienților și îmbunătățirile tehnologice au transformat semnificativ industria ospitalității. Acest studiu cercetează aceste schimbări prin efectuarea unei examinări amănunțite teoretice și practice a sectorului, cu accent pe contextele locale, europene și globale. Apariția și creșterea numărului de hoteluri de tip boutique sunt examinate în special, împreună cu planurile de afaceri, abordările de marketing și efectele tendințelor noi și în curs de dezvoltare, cum ar fi tehnologia (Realitate Virtuală – VR și Realitate Augmentată – AR), sustenabilitatea și schimbarea preferințelor către stilul de viață. și călătorii experiențiale.

„Utilizarea realității virtuale (VR) la 360° și a realității augmentate (AR) a devenit o tendință majoră în hotelurile de tip boutique, permițând potențialilor oaspeți să exploreze mediile hoteliere într-un mod captivant înainte de a rezerva”. (Alfaro et al., 2024) Autorii arată că această abordare tehnologică îmbunătățește angajamentul cognitiv și emoțional, ceea ce duce la un interes crescut al consumatorilor și la rate mai mari de rezervare. Drept urmare, hotelurile de tip boutique care investesc în astfel de tehnologii pot crea conexiuni mai profunde cu oaspeții lor, deosebindu-se de concurenții care se bazează pe tehnicile tradiționale de marketing.

Prin integrarea metodologiilor de cercetare calitativă și cantitativă, acest studiu urmărește să facă lumină asupra competitivității hotelurilor de tip boutique și să ofere recomandări pentru îmbunătățirea performanței manageriale și a calității serviciilor în industria hotelieră mai mare. O atenție deosebită este acordată creșterii și dezvoltării hotelurilor de tip boutique, examinând modelele lor de afaceri, strategiile de piață și impactul tendințelor emergente, cum ar fi sustenabilitatea și noile tehnologii.

Industria ospitalității, o piatră de temelie a turismului global, a suferit transformări semnificative în ultimele decenii datorită interacțiunii diferiților factori, cum ar fi globalizarea, progresele tehnologice, schimbarea preferințelor consumatorilor și schimbările socio-economice. Această lucrare analizează aceste schimbări, oferind o analiză cuprinzătoare atât a dimensiunilor teoretice, cât și a celor practice ale industriei, concentrându-se pe evoluția acesteia la nivel global, european și local, cu accent pe piața din România.

Industria ospitalității este un sector dinamic și în continuă evoluție, care joacă un rol esențial în turismul global și dezvoltarea economică. Printre cele mai remarcabile evoluții din acest sector se numără apariția hotelurilor de tip boutique — un segment de nișă care a redefinit conceptul de lux și servicii personalizate în industrie. Hotelurile de tip boutique se remarcă prin caracteristicile lor unice, care răspund cererii tot mai mari de experiențe de călătorie autentice și personalizate. Această lucrare explorează apariția și creșterea hotelurilor de tip boutique, examinând modul în care acestea au evoluat ca răspuns la cerințele pieței și cum se compară cu modelele hoteliere tradiționale.

Industria ospitalității servește ca o componentă critică a sectorului turistic global, stimulând creșterea economică, crearea de locuri de muncă și schimbul cultural. Evoluția sa în ultimul secol a fost modelată de multiple valuri de schimbare, de la creșterea turismului de masă în epoca postbelică până la trecerea recentă către piețe de nișă și experiențe de călătorie personalizate. În acest mediu dinamic, hotelurile de tip boutique au apărut ca o tendință proeminentă, oferind o alternativă la serviciile standardizate ale marilor lanțuri hoteliere. Caracterizate prin dimensiunile lor intime, designul distinctiv și serviciile personalizate, hotelurile de tip boutique se adresează călătorilor care caută experiențe unice și captivante.

Această lucrare explorează dezvoltarea hotelurilor de tip boutique în contextul mai larg al industriei ospitalității, examinând modul în care acestea și-au creat o nișă pe o piață extrem de competitivă. Analiza se bazează pe o examinare amănunțită a istoriei industriei, urmărind evoluția turismului de la rădăcinile sale timpurii până la statutul său actual de putere economică globală. Concentrându-se pe nivelurile global, european și local (român), lucrarea oferă o perspectivă cu mai multe fațete asupra creșterii industriei și a rolului hotelurilor de tip boutique în cadrul acesteia.

„Hotelurile de tip boutique, valorificând tehnologii precum tururile 360° VR, au găsit modalități inovatoare de a crea o conexiune emoțională și cognitivă profundă cu clienții lor”. (Alfaro et al., 2024) Cercetările evidențiază că aceste tehnologii duc la un angajament emoțional sporit, care joacă un rol crucial în influențarea deciziilor oaspeților și în construirea loialității pe termen lung. Această conexiune emoțională devine un motor cheie al competitivității pe piața hotelurilor de tip boutique.

Pe lângă analiza istorică și teoretică, lucrarea efectuează o analiză aprofundată a pieței industriei ospitalității. Aceasta include o explorare a tendințelor cheie, cum ar fi importanța tot mai mare a durabilității și adoptarea de noi tehnologii. De exemplu, integrarea VR și AR în sectorul ospitalității transformă experiențele oaspeților, oferind noi modalități de a interacționa

cu clienții și de a diferenția serviciile. Lucrarea abordează, de asemenea, stilul de viață și tendințele culturale care provoacă schimbări în comportamentul consumatorilor, influențând totul, de la preferințele de cazare la tipurile de experiențe pe care le caută călătorii.

Pentru a completa analiza teoretică și de piață, lucrarea încorporează atât cercetări calitative, cât și cantitative. Componenta calitativă implică interviuri cu turiști și profesioniști din industrie, oferind perspective asupra modelelor de afaceri și strategiilor folosite de hotelurile de tip boutique. Metodologia DEMATEL este utilizată pentru a identifica și analiza factorii care contribuie la competitivitatea acestor unități, cu un accent deosebit pe piața din România.

Componenta de cercetare cantitativă include un sondaj asupra managerilor și personalului hotelier, având ca scop evaluarea calității serviciilor și a performanței manageriale în hoteluri de tip boutique. Această abordare dublă – care combină interviurile calitative cu anchetele cantitative – oferă o înțelegere cuprinzătoare a provocărilor și oportunităților cu care se confruntă hotelurile de tip boutique pe piața actuală.

În cele din urmă, lucrarea încearcă să ofere perspective practice pentru îmbunătățirea competitivității și a calității serviciilor hotelurilor de tip boutique, contribuind în același timp la discursul academic mai larg despre industria ospitalității. Descoperirile sunt relevante nu numai pentru managerii hotelurilor și părțile interesate din industrie, ci și pentru factorii de decizie politică și cadrele universitare interesate de viitorul turismului și ospitalității. Explorând intersecția dintre tradiție și inovație, această lucrare aruncă lumină asupra peisajului în evoluție al industriei ospitalității și a tendințelor emergente care îi vor modela viitorul.