

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Consiliul pentru Studii Universitare de Doctorat

Școala doctorală Administrarea Afacerilor

**NOI STRATEGII DE DEZVOLTARE A TURISMULUI
TEMATIC ÎN ROMÂNIA**

IULIAN – PETRU TENIE

București, 2024

CUPRINS

REZUMAT	6
ABSTRACT.....	7
LISTA TABELELOR	8
LISTA FIGURILOR	10
INTRODUCERE	12
PARTEA I. STADIUL CUNOAȘTERII	18
CAPITOLUL 1. TENDINȚE ACTUALE ÎN TURISMUL INTERNAȚIONAL ȘI INDUSTRIA OSPITALITĂȚII	18
1.1. EVOLUȚIA FENOMENULUI TURISTIC	18
1.1.1. Coordonate etimologice și istorice.....	18
1.1.2. Delimitări conceptuale privind turismul și turistul.....	22
1.1.3. Industria turismului și piața turistică.....	25
1.2. TURISMUL ȘI DEZVOLTAREA DURABILĂ	34
1.2.1. Relația dintre turism și dezvoltarea durabilă	34
1.2.2. Interacțiunea dintre mediu și turism.....	37
1.3. RELAȚIA DINTRE INDUSTRIA OSPITALITĂȚII ȘI INDUSTRIA TURISMULUI	40
1.4. EVOLUȚII RECENTE ÎN TURISMUL INTERNAȚIONAL	46
1.4.1. Cadrul general	47
1.4.2. Evoluția contribuției turismului în economie	49
1.4.3. Evoluția indicatorilor circulației turistice internaționale.....	51
1.4.4. Perspective	60
CAPITOLUL 2. AGREMENTUL ȘI ANIMAȚIA ÎN TURISM	63
2.1. DEFINIREA ȘI TIPOLOGIA SERVICIILOR TURISTICE.....	63
2.1.1. Criterii de clasificare a serviciilor turistice.....	63
2.1.2. Tipuri de servicii turistice	67
2.2. AGREMENTUL ÎN RELAȚIE CU DIVERSIFICAREA SERVICIILOR TURISTICE	69
2.2.1. Agrementul.....	70
2.2.2. Diversificarea serviciilor turistice - mijloc de stimulare a cererii	77
CAPITOLUL 3. TURISMUL TEMATIC	81
3.1. ÎNCADRAREA TEORETICĂ A TURISMULUI TEMATIC	81
3.1.1. Conceptul de turism tematic: definiție, caracteristici și principii.....	81
3.1.2. Rolul și tendințele turismului tematic în contextul dezvoltării durabile regionale și locale....	83
3.2. RELAȚIONAREA CU AGREMENTUL	86
3.2.1. Turismul tematic, mod de valorificare și conservare a spațiului rural.....	86
3.2.2. Coordonate ale turismului tematic în unele țări europene	88
3.2.3. Drumurile tematice și rolul lor în dezvoltarea locală	90

3.3. CATEGORII DE TURISM TEMATIC	92
3.3.1. Turismul cultural.....	92
3.3.2. Patrimoniul cultural-religios, factor turismogen tematic.....	93
3.3.3. Turismul uval	95
3.4. FORME ALE TURISMULUI TEMATIC	97
3.4.1. Turiștii în căutarea sacralului și miracolului	98
3.4.2. Turismul de croazieră	99
3.4.3. Ecoturismul.....	101
3.4.4. Turismul de aventură	104
3.4.5. Turismul medical	106
3.4.6. Turismul festivalier	108
CAPITOLUL 4. TURISMUL ÎNTUNECAT	110
4.1. CONCEPTE	110
4.1.1 Topografia terorii.....	110
4.1.2. Sacralizarea răului absolut în contextul hiperconsumerist	113
4.2. TENDINȚE ÎN EVOLUȚIA TURISMULUI ÎNTUNECAT	115
4.2.1. Benchmarking-ul industriei turismului întunecat.....	115
4.2.2. Efectele economice ale turismului întunecat.....	117
4.3. EXPERIENȚE INTERNAȚIONALE	119
4.4. EXPERIENȚE DE TURISM ÎNTUNECAT ÎN ROMÂNIA	122
4.4.1. Experiența turiștilor la Castelul Bran.....	123
4.4.2. Monumentul memorial Calvarul Aiudului.....	126
4.4.3. Memorialul Victimelor Comunismului și al Rezistenței din Sighetul Marmației.....	126
PARTEA A II-A. CONTRIBUȚII LA CERCETAREA ȘTIINȚIFICĂ.....	129
CAPITOLUL 5. EVOLUȚII RECENTE ÎN TURISMUL ROMÂNESC ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI ȘI REDRESĂRII POST CRIZĂ.....	129
5.1. OFERTA DE CAZARE TURISTICĂ ÎN ROMÂNIA	129
5.1.1. Evoluția capacității de cazare în perioada 2019-2023.....	129
5.1.2. Analiza ofertei de cazare pe destinații	131
5.2. CIRCULAȚIA TURISTICĂ ÎN ROMÂNIA.....	136
5.2.1. Evoluția circulației turistice în perioada 2019-2023.....	136
5.2.2. Analiza circulației turistice pe destinații.....	144
CAPITOLUL 6. INVESTIGAREA PERCEPȚIILOR ȘI ATITUDINILOR TURIȘTILOR ÎNTR-UN HOTEL TEMATIC	152
6.1. METODOLOGIA CERCETĂRII	152
6.2. REZULTATE ȘI COMENTARIU	153
6.2.1. Distribuția frecvențelor	153
6.2.2. Îndeplinirea obiectivelor de cercetare	160

CAPITOLUL 7. CERCETARE CALITATIVĂ PRIVIND POSIBILELE STRATEGII DE DEZVOLTARE A TURISMULUI TEMATIC – ÎNTUNECAT ÎN ROMÂNIA	172
7.1 PROIECTAREA CERCETĂRII	173
7.2. CONSIDERAȚII GENERALE ASUPRA TURISMULUI ÎNTUNECAT ÎN ROMÂNIA.....	175
7.3. POTENȚIALUL DE VALORIFICARE	178
7.4. DRACULA – REPER PENTRU TURISMUL ÎNTUNECAT?.....	181
CONCLUZII.....	185
BIBLIOGRAFIE.....	188
ANEXE.....	198
ANEXA 1. CHESTIONAR PENTRU CERCETAREA CANTITATIVĂ	198
ANEXA 2. GHID DE INTERVIU PENTRU CERCETAREA CALITATIVĂ	203
ANEXA 3. TRANSCRIPT INTERVIURI PENTRU CERCETAREA CALITATIVĂ	205

REZUMAT

Lucrarea analizează dezvoltarea turismului tematic în România, oferind o abordare complexă care începe cu o trecere în revistă a evoluțiilor din turismul internațional și național. Primele capitole explorează tendințele actuale din turism și industria ospitalității, subliniind evoluția fenomenului turistic și relația acestuia cu dezvoltarea durabilă. În acest context, sunt analizate diverse forme de turism, inclusiv turismul cultural, ecoturismul, turismul de aventură și turismul întunecat. De asemenea, lucrarea examinează interdependența dintre turism și agrement, subliniind importanța diversificării serviciilor turistice pentru a stimula cererea și a îmbunătăți experiențele turistice. Aceasta este urmată de o analiză detaliată a turismului tematic, care include categorii variate, de la turismul cultural la turismul religios și turismul întunecat. Se subliniază rolul acestor forme de turism în conservarea și valorificarea patrimoniului cultural și natural, oferind totodată oportunități de dezvoltare economică pentru regiunile locale. În cadrul turismului întunecat, lucrarea discută atracțiile bazate pe istorii și locuri cu conotații sumbre, evidențiind modul în care acestea pot deveni puncte de interes pentru turiști, atât la nivel internațional, cât și în România. Exemplele analizate includ Castelul Bran și Memorialul Victimelor Comunismului, care servesc drept studii de caz pentru potențialul turismului întunecat în România. Cercetarea cantitativă a vizat explorarea percepțiilor și atitudinilor turiștilor față de ambianța unui hotel tematic. Acest studiu a utilizat un chestionar autoadministrat, distribuit turiștilor care au fost oaspeți ai unui hotel tematic, cu scopul de a înțelege factorii care influențează satisfacția acestora și intenția de a reveni. Cercetarea a arătat că elementele de design tematic și atmosfera hotelului joacă un rol crucial în crearea unei experiențe memorabile pentru turiști, influențând astfel recomandările și loialitatea acestora. De asemenea, s-a observat că venitul mediu al turiștilor poate avea un impact asupra experienței acestora, turiștii cu un venit mai ridicat fiind mai predispuși să aprecieze și să recomande hotelurile tematice. Cercetarea calitativă a fost realizată prin interviuri semi-structurate cu experți din domeniul turismului, având ca obiectiv identificarea strategiilor viabile pentru dezvoltarea turismului întunecat în România. Discuțiile au evidențiat potențialul considerabil al acestui tip de turism, în special datorită renumelui internațional al mitului Dracula. Expertizele colectate sugerează că turismul întunecat poate deveni un segment de piață profitabil, dacă sunt implementate strategii bine gândite, care să includă dezvoltarea infrastructurii, crearea unor parcuri tematice și utilizarea de tehnologii moderne pentru a oferi experiențe imersive. Figura lui Dracula a fost identificată ca un element central în atragerea turiștilor străini, dar a fost subliniată necesitatea diversificării ofertei pentru a satisface și cerințele turiștilor locali. Concluziile tezei. Concluziile tezei subliniază importanța dezvoltării unui turism tematic bine structurat și diversificat în România, care să valorifice atât resursele culturale și naturale, cât și miturile și legendele locale. Turismul întunecat reprezintă o oportunitate unică pentru România, în special în contextul globalizării și al interesului crescut pentru experiențe de nișă. Implementarea unor strategii inovatoare, care să integreze elemente de autenticitate culturală și tehnologie modernă, poate transforma România într-o destinație de top pentru turismul tematic. Lucrarea recomandă autorităților și antreprenorilor din domeniu să colaboreze pentru dezvoltarea unei strategii naționale coerente, care să sprijine acest tip de turism. De asemenea, se sugerează extinderea cercetărilor viitoare, atât pe partea de cerere și ofertă, cât și pe integrarea noilor tehnologii și impactul lor asupra experienței turistice.

Cuvinte cheie: agrement, turism tematic, turism întunecat, tendințe în turism internațional, strategii pentru turismul românesc.

SUMAR

Titlul tezei: *Noi strategii de dezvoltare a turismului tematic în România*

Autor: Iulian-Petru Tenie

Conducător științific: Prof. univ. dr. Gabriela Țigu

An: 2024

Instituție: Academia de Studii Economice din București

Teza de doctorat intitulată „Noi strategii de dezvoltare a turismului tematic în România” abordează un subiect de mare relevanță pentru dezvoltarea sectorului turistic din România, oferind o analiză cuprinzătoare asupra modalităților de valorificare a patrimoniului natural, cultural și istoric al țării. Într-o eră a globalizării, unde turiștii caută experiențe unice, personalizate și tematizate, România poate deveni o destinație de top dacă își adaptează resursele turistice la cerințele pieței internaționale.

Lucrarea analizează potențialul turismului tematic în România și subliniază importanța acestuia pentru creșterea atractivității țării pe plan internațional. De asemenea, se evidențiază contribuția turismului tematic la dezvoltarea economică a regiunilor, crearea de locuri de muncă și protejarea patrimoniului cultural și natural. Teza include o analiză detaliată asupra diverselor forme de turism tematic – turism cultural, ecologic, de aventură și întunecat – și propune soluții inovatoare pentru valorificarea acestora.

Contextul și relevanța cercetării

În contextul actual al globalizării și al transformărilor economice, turismul tematic joacă un rol crucial în diversificarea ofertei turistice la nivel global. Turiștii nu mai sunt interesați doar de vacanțe standardizate; aceștia doresc experiențe autentice, care să le ofere o legătură profundă cu locurile vizitate. Această tendință globală se reflectă și în Europa, unde destinațiile turistice de nișă, bazate pe teme culturale, istorice sau naturale, atrag tot mai mulți vizitatori.

România, datorită resurselor sale naturale și culturale variate, are potențialul de a se integra în acest curent internațional. Mitul Dracula, castelele medievale, peisajele montane și Delta Dunării reprezintă elemente unice care pot fi transformate în atracții turistice tematice, însă dezvoltarea acestui sector necesită o abordare strategică și inovatoare. În ciuda acestor resurse, turismul tematic rămâne relativ subdezvoltat în România, comparativ cu alte țări europene, în special din cauza lipsei unei strategii coerente și a infrastructurii turistice insuficiente.

Obiectivele cercetării

Lucrarea își propune să ofere o serie de soluții inovatoare pentru dezvoltarea turismului tematic în România, integrând experiențele internaționale și adaptându-le la specificul local. Printre principalele obiective ale cercetării se numără:

1. **Evaluarea situației curente a turismului tematic la nivel global și național:** Lucrarea își propune să analizeze tendințele internaționale din industria turismului tematic și să identifice modele de succes care pot fi adaptate și implementate în România. Această evaluare este esențială pentru a înțelege unde se poziționează România în peisajul global și care sunt oportunitățile de creștere.
2. **Analiza impactului economic al turismului tematic:** Un alt obiectiv major al lucrării este evaluarea modului în care turismul tematic poate stimula economia locală și regională. Se investighează contribuția acestui sector la crearea de locuri de muncă, dezvoltarea infrastructurii și creșterea veniturilor din turism în diverse regiuni ale României.
3. **Propunerea de strategii pentru dezvoltarea sustenabilă a turismului tematic:** Oferirea de soluții inovatoare pentru dezvoltarea turismului tematic, care să integreze tehnologiile moderne și să promoveze sustenabilitatea. Acest obiectiv include utilizarea realității virtuale, aplicațiilor mobile și altor tehnologii moderne pentru îmbunătățirea experienței turistice și crearea unor produse turistice atractive și competitive.
4. **Cercetarea percepțiilor turiștilor asupra experiențelor tematice:** Unul dintre punctele centrale ale lucrării este cercetarea cantitativă asupra percepțiilor turiștilor români și străini față de oferta turistică tematică din România. Studiul cantitativ explorează factorii care influențează satisfacția și intenția de revenire a turiștilor, în special în ceea ce privește hotelurile tematice.
5. **Analiza calitativă a turismului întunecat:** Pe baza interviurilor realizate cu experți din industrie, lucrarea propune soluții pentru valorificarea turismului întunecat în România. Acest segment include locații cu o conotație istorică sumbră, cum ar fi Castelul Bran și Memorialul Victimelor Comunismului, și oferă un potențial neexploatat pentru atragerea turiștilor străini.

Turismul tematic: oportunități și provocări în România

Turismul tematic este definit prin focalizarea pe o anumită temă care leagă întreaga experiență a turistului de destinație. Această formă de turism s-a dovedit deosebit de populară în Europa, unde țările au creat produse turistice tematice integrate, capabile să atragă turiști din diverse segmente de piață. De exemplu, Franța și Italia au dezvoltat cu succes turismul vinicol și gastronomic, în timp ce Germania s-a concentrat pe turismul cultural și istoric.

În România, oportunitățile pentru dezvoltarea turismului tematic sunt semnificative. Există o bogăție de resurse culturale și naturale care pot fi valorificate, inclusiv peisajele rurale pitorești, mănăstirile istorice, tradițiile și miturile populare. Mitul lui Dracula este probabil cea mai

cunoscută legendă asociată cu România, însă această resursă a fost insuficient exploatată din punct de vedere turistic. În plus, ecoturismul și turismul cultural ar putea atrage turiști care caută experiențe autentice și naturale.

Provocările cu care se confruntă România în dezvoltarea turismului tematic sunt multiple. În primul rând, infrastructura turistică este limitată, în special în regiunile rurale și montane, unde se află majoritatea resurselor turistice. În al doilea rând, promovarea internațională a României ca destinație turistică tematică este insuficientă, iar brandingul țării este inefficient. Pentru a depăși aceste provocări, teza sugerează crearea unei strategii naționale de turism tematic, care să integreze toate regiunile și să colaboreze cu sectorul privat.

Cercetarea cantitativă: percepțiile turiștilor asupra hotelurilor tematice

Pentru a înțelege mai bine preferințele și așteptările turiștilor, a fost realizată o cercetare cantitativă prin intermediul unui chestionar autoadministrat, aplicat turiștilor cazați la hoteluri tematice din România. Acest studiu a permis identificarea factorilor care influențează satisfacția și intenția de revenire a turiștilor în astfel de locații. Principalele concluzii au fost:

- **Designul și tematica hotelurilor:** Majoritatea turiștilor au subliniat că designul tematic și atmosfera hotelului au avut un impact semnificativ asupra experienței lor. De asemenea, elementele de autenticitate au fost apreciate, iar atenția la detalii a fost considerată un factor esențial pentru crearea unei ambianțe plăcute.
- **Personalizarea experienței:** O altă concluzie importantă a fost legată de importanța personalizării serviciilor. Turiștii au apreciat acele hoteluri care au reușit să ofere experiențe tematice unice, adaptate preferințelor și nevoilor lor.
- **Factorul venitului:** Turiștii cu venituri mai ridicate au fost mai predispuși să evalueze pozitiv experiențele tematice și să le recomande prietenilor sau colegilor. Aceasta sugerează că hotelurile tematice pot atrage un segment de turiști premium dacă reușesc să îmbunătățească calitatea serviciilor.

Cercetarea calitativă – Turismul întunecat în România

Turismul întunecat, deși o nișă relativ nouă în industria turismului global, oferă României o oportunitate unică de a atrage turiști străini prin valorificarea unor atracții istorice și mitologice cu conotații întunecate. Această formă de turism include vizitarea locurilor asociate cu moartea, suferința și tragediile istorice, iar România are câteva dintre cele mai renumite locații din această categorie.

Castelul Bran, cunoscut la nivel internațional drept „Castelul lui Dracula”, este un punct central al acestui tip de turism. Deși popular printre turiștii străini, potențialul acestei atracții nu este pe deplin exploatat. Turismul întunecat ar putea fi extins și diversificat prin includerea altor

locații istorice, precum Memorialul Victimelor Comunismului de la Sighet sau Monumentul de la Aiud, care oferă o oportunitate de a atrage turiștii interesați de istorie.

Interviurile realizate cu experți din turism au evidențiat necesitatea diversificării ofertei de turism întunecat. **Dracula ca brand internațional** este un punct de plecare, însă România trebuie să dezvolte o ofertă mai largă, care să includă experiențe tematice diverse, ce reflectă complexitatea istoriei și culturii țării. **Inovația tehnologică** poate juca un rol esențial în acest sens, prin utilizarea realității virtuale și augmentate pentru a oferi turiștilor experiențe captivante.

Concluzii și recomandări

Teza concluzionează că turismul tematic și turismul întunecat au un potențial neexploatat în România, care poate contribui semnificativ la creșterea economică a țării și la consolidarea poziției sale pe piața internațională. Implementarea unor strategii clare și coerente poate transforma România într-o destinație atractivă pentru turiștii internaționali, mai ales în contextul globalizării și al creșterii cererii pentru experiențe personalizate.

Printre recomandările tezei se numără:

1. **Dezvoltarea infrastructurii turistice:** Este necesară îmbunătățirea infrastructurii, în special în zonele rurale și montane, pentru a facilita accesul turiștilor la atracțiile tematice și pentru a oferi servicii de calitate.
2. **Parteneriate între sectorul public și privat:** Colaborarea între autoritățile locale și operatorii privați este esențială pentru dezvoltarea și promovarea turismului tematic. Astfel, se poate crea o ofertă integrată, capabilă să atragă turiști din diverse segmente de piață.
3. **Diversificarea ofertei tematice:** Deși mitul Dracula rămâne un punct central pentru turismul întunecat, este esențial să fie dezvoltate și alte forme de turism tematic, cum ar fi turismul cultural, ecologic sau religios, pentru a atrage un public mai larg.
4. **Inovație tehnologică:** Utilizarea tehnologiilor moderne, cum ar fi realitatea virtuală, poate îmbunătăți considerabil experiențele turistice și poate contribui la crearea unor produse turistice competitive pe piața internațională.

În concluzie, România are toate resursele necesare pentru a deveni o destinație de top în turismul tematic și întunecat, însă este nevoie de o strategie bine structurată, investiții în infrastructură și promovare adecvată pentru a atinge acest obiectiv



Curriculum Vitae Europass

Informații personale

Nume: Iulian Petru Tenie

Adresă: Arhipelag nr 1, 800045 Galati, România

Telefon: +40722616552

Email: iulian_tenie@yahoo.com

Facebook: www.facebook.com/iulian.tenie

Yahoo! Messenger: iulian_tenie@yahoo.com

Experiență profesională

Lucrator economist

ICMRSG Galati, România

01/10/1990 – 10/04/1993

Inspector financiar persoane juridice

ANAF Galati, România

10/04/1993 – 15/05/2008

Președinte Asociație Club de Dans Sportiv

ACDS Beija-Flor Galati, România

22/01/2007 – prezent

Manager și Proprietar

Agencia de turism Beija-Flor, Galati, România

31/10/2007 – prezent

Manager operațional

Alex & Comp, Galati, România

17/06/2009 – 01/02/2013

Manager resurse umane

Alex & Comp, Galati, România

01/02/2013 – 01/09/2015

Manager departament administrativ-logistic

Alex & Comp, Galati, România

01/09/2015 – 05/05/2016

General Manager

Pirates Resort Mamaia, Noy Business Transactions, Galati, România

05/05/2016 – prezent

Educație și formare

Lucrător economist

Liceul Economic și de Drept Administrativ Galati

15/09/1986 – 15/06/1990

Jurist

Universitatea "Anghel Rugină" Galati, România

01/10/1993 – 15/06/1998

Economist

Universitatea "Constantin Brâncoveanu" Pitești, România

01/10/2002 – 15/06/2006

Master în management financiar-contabil

Academia de Studii Economice București, România

01/10/2003 – 15/06/2005

Program postuniversitar: Antrenor de dans sportiv

Școala Mirona, Reghin, România

01/10/2009 – 15/06/2011

Program postuniversitar: Manager în turism
Ministerul Turismului, București, România

01/01/2008 – 31/03/2010

Program postuniversitar: Management Strategic în Ospitalitate
Ecole Hoteliere Lausanne, Elveția & Academia de Studii Economice București, România

01/01/2018 – 15/06/2019

Competențe personale

Limba maternă

Română

Limbi străine cunoscute

Engleză - B1 (Ascultare, Citire, Participare la conversație, Discurs oral, Scriere)

Franceză - A2 (Ascultare, Citire), A1 (Participare la conversație, Discurs oral, Scriere)

Competențe de comunicare

Dezvoltarea de soft-skills necesare industriei ospitalității și poziției de conducere.

Competențe organizaționale/manageriale

Înțelegerea și aplicarea conceptului de leadership.

Competențe dobândite la locul de muncă

Dezvoltarea competențelor prin varietatea de poziții de conducere din diverse domenii.
Lucru aplicat pe baza de previziuni bugetare. Capacitate de înțelegere și analiză P&L.

Competențe digitale

Utilizator independent: Procesarea informației, Comunicare, Creare de conținut, Securitate,
Rezolvarea de probleme.

Alte competențe

Analiză financiar-contabilă, Organizare de evenimente, Arbitru și antrenor dans sportiv,
Scafandru profesionist.

Permis de conducere

Categoria B

27.08.2024

