

Oana-Diana Curteanu (Crîșmariu)

Managementul experienței turiștilor în destinații

Colecția
Per aspera ad astra

Editura ASE
București
2025



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Copyright © 2025, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

CRÎȘMARIU, OANA-DIANA C.

Managementul experienței turiștilor în destinații / Oana-Diana

Curteanu (Crîșmariu) ; cuv.-înainte de Gabriela Țigu. - București :

Editura ASE, 2025

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0572-3

I. Țigu, Gabriela (pref.)

338.48

Editura ASE

Redactor: Daniela Vorovenci

Tehnoredactor: Alexandra Barbu

Coperta: Alexandra Barbu

Autorii noștri își asumă întreaga responsabilitate pentru: ideile exprimate, corectitudinea științifică, originalitatea materialului și sursele bibliografice menționate.

Cuprins

Cuvânt-înainte.....	7
Introducere	9
Capitolul 1 Elemente definitorii privind experiența turiștilor	
în destinații.....	13
1.1 Conceptul de experiență și caracteristicile acesteia	13
1.2 Corelația dintre managementul cunoștințelor clienților	
și experiența turistică	18
1.2.1 Managementul cunoștințelor clienților	18
1.2.2 Experiența turistică	25
1.3 Dimensiuni ale experienței și importanța acestora în destinații.....	27
1.4 Conturarea experienței memorabile în destinație	32
Capitolul 2 Impactul dezvoltării și promovării destinațiilor	
asupra experienței turistice	36
2.1 Destinația: componente și faze de dezvoltare	36
2.2 Lanțul valoric al destinației și influența serviciilor turistice prestate	43
2.3 Conceptul de brand și influența acestuia asupra experienței în destinație...	47
2.4 Destinațiile inteligente și experiența turistică	49
Capitolul 3 Rolul organizațiilor de management al destinației	
în conturarea experienței turiștilor.....	52
3.1 Organizațiile de management al destinației – caracteristicile și rolul lor	52
3.2 Organizația de management al destinației și influența sa în conturarea	
experienței turistice	66
3.3 Managementul destinațiilor turistice în situații de criză	73
3.3.1 Situațiile de criză – caracteristici, acțiuni specifice și efecte	73
3.3.2 Impactul pandemiei de COVID-19 asupra experienței în destinații	78
Capitolul 4 Cercetare cantitativă privind experiența memorabilă	
în turism	83
4.1 Cadrul metodologic al cercetării	83
4.1.1 Contextul și metodologia cercetării	83
4.1.2 Obiectivele cercetării	101
4.1.3 Ipotezele cercetării	102
4.2 Analiza rezultatelor cercetării	102
4.2.1 Analiza frecvențelor.....	103
4.2.2 Analiza de corelație.....	113

4.2.3 Analiza de regresie.....	132
4.2.3.1 Influența exercitată de dimensiunile experienței turistice memorabile asupra emoțiilor resimțite de către turiști în călătorie (EM_CALAVE).....	132
4.2.3.2 Influența exercitată de dimensiunile experienței turistice memorabile asupra însemnătății călătoriei (INSEMN_CALAVE)..	136
4.2.3.3 Influența exercitată de dimensiunile experienței turistice memorabile asupra sentimentului de recreere resimțit în călătorie (RECR_CALAVE)	141
4.3 Concluziile și limitele cercetării	146
Capitolul 5 Dezvoltarea modelului CANVAS pentru organizațiile de management al destinației, care vizează crearea unei experiențe memorabile.....	152
5.1 Modelul CANVAS și utilitatea sa	154
5.2 Dezvoltarea modelului CANVAS pentru crearea unei experiențe memorabile într-o destinație	157
5.3 Exemplu de aplicare a modelului CANVAS pentru crearea unei experiențe memorabile în destinația Mangalia.....	161
Concluzii.....	171
Bibliografie	177
Lista abrevierilor	191
Lista tabelor.....	192
Lista figurilor	196
Lista anexelor	198
Anexe.....	199

Cuvânt-înainte

În ultimele decenii, turismul a cunoscut transformări semnificative, devenind un domeniu complex, interdisciplinar și profund influențat de dinamica socială, economică și tehnologică a lumii contemporane. În acest context, accentul s-a mutat de la simpla vizitare a atracțiilor turistice către generarea de experiențe semnificative, autentice și memorabile pentru vizitatori.

Experiența turistică reprezintă esența unei vizite într-o anumită destinație, influențând în mod direct satisfacția, loialitatea și recomandările turiștilor. Într-o piață globalizată cu o ofertă tot mai diversificată, succesul unei destinații depinde în mare măsură de capacitatea sa de a oferi experiențe memorabile care să răspundă așteptărilor și nevoilor diverse ale vizitatorilor.

O experiență turistică de calitate depășește simpla vizitare a unor obiective turistice; ea implică imersiune în cultura locală, autenticitate, servicii excelente și surprize plăcute. Turiștii caută, din ce în ce mai mult, autenticitate, povestiri și momente speciale care să le rămână în amintire, influențând percepția asupra destinației și determinând eventuale vizite repetate. Prin urmare, crearea unei atmosfere plăcute, a unor activități variate și autentice, precum și oferirea unei experiențe integrate devin priorități strategice pentru orice destinație.

Lucrarea de față își propune să analizeze în profunzime conceptul de experiență turistică memorabilă și să evidențieze factorii determinanți care contribuie la conturarea acesteia în cadrul destinațiilor turistice. Având la bază o fundamentare teoretică solidă, completată de o cercetare aplicativă riguroasă, demersul științific vizează identificarea relațiilor dintre dimensiunile experienței turistice, emoțiile resimțite de vizitatori, percepția semnificației călătoriei și gradul de recreere experimentat în cadrul destinațiilor. Mai mult, obiectivele de cercetare care au fost propuse și atinse în această lucrare au vizat identificarea impactului experiențelor anterioare asupra vizitei într-o anumită destinație, examinarea rolului organizațiilor de management al destinațiilor în conturarea experienței în destinație, analizarea măsurii în care se pune accentul pe crearea unei experiențe echilibrate a turiștilor în diverse destinații, analiza percepției turiștilor români asupra experienței memorabile în destinații, dar și elaborarea unor planuri de dezvoltare a organizațiilor de management al destinațiilor bazate pe cercetarea satisfacției turiștilor români, în urma vizitelor în destinații.

În centrul acestei abordări se află rolul esențial al organizațiilor de management al destinațiilor (OMD), entități responsabile de proiectarea și coordonarea strategiilor de dezvoltare turistică. Sunt analizate și argumentate științific numeroase aspecte care vizează rolul acestor entități, influența lor în conturarea experienței turistice în destinații, sustenabilitatea lor, adaptarea la situații de criză etc. De altfel, acesta este un demers științific deosebit de actual și important atât pentru literatura de specialitate din țara noastră, cât și pentru managementul turismului în România, în condițiile în care, în prezent, observăm un interes deosebit pentru înființarea și susținerea organizațiilor de management al destinației, atât din partea autorităților naționale și locale, cât și din partea mediului privat din zonele de interes turistic.

Având la bază literatura de specialitate, dar și experiența internațională în dezvoltarea organizațiilor de management al destinației, precum și rezultatele propriei cercetări cantitative, lucrarea propune un model aplicabil – CANVAS pentru OMD – care poate servi drept instrument strategic pentru dezvoltarea unor experiențe turistice coerente și orientate către nevoile reale ale vizitatorilor.

Prin structura sa clară, această lucrare oferă o contribuție valoroasă la literatura de specialitate, fiind utilă atât cercetătorilor și practicienilor din domeniul turismului, cât și decidenților implicați în formularea politicilor de dezvoltare turistică la nivel local, regional sau național. De asemenea, lucrarea se constituie

într-un reper pentru înțelegerea tendințelor actuale privind comportamentul turiștilor români și mecanismele prin care destinațiile pot deveni mai atractive, competitive și sustenabile.

În concluzie, într-o perioadă în care diferențierea destinațiilor turistice se realizează tot mai mult prin prisma calității experiențelor oferite, demersul analitic și aplicativ al acestei lucrări este nu doar oportun, ci și necesar. Mai mult, poate contribui la o bună pregătire a viitorilor profesioniști ai turismului românesc.