

**UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA“ DIN IAȘI**  
**ȘCOALA DOCTORALĂ DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR**  
*DOMENIUL: ADMINISTRAREA AFACERILOR*

# TEZĂ DE ABILITARE

Creșterea bunăstării consumatorilor  
prin abordări de business pentru  
industria bunurilor și serviciilor

***Candidat:***

***Conf. univ. dr. Cristina FLEȘERIU***

*Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca*

*Facultatea de Business*

Iași

2025

## REZUMAT

Bunăstarea consumatorilor reprezintă un concept multidimensional care cuprinde aspecte fizice, emoționale și sociale din viața indivizilor. Aceasta se referă la măsura în care oamenii percep că nevoile lor sunt satisfăcute și că duc o viață împlinită și sănătoasă. În contextul administrării afacerilor, bunăstarea consumatorilor este recunoscută din ce în ce mai mult ca fiind un factor care influențează nu numai calitatea vieții individului, ci și rezultatele societății. Companiile joacă un rol în creșterea bunăstării consumatorilor prin oferirea de produse, servicii și experiențe care contribuie într-un mod pozitiv la sănătate, fericire și satisfacția generală a acestora. Teza de abilitare explorează modul în care diverse industrii, precum ospitalitatea și turismul, educația, sănătatea și alimentele ecologice, pot contribui la bunăstarea consumatorilor prin crearea și promovarea unor medii care sprijină luarea deciziilor într-un mod conștient, stilul de viață sănătos și modele de consum sustenabile.

În ultimii ani, intersecția dintre ospitalitate și turism, bunăstarea consumatorilor și sustenabilitate a câștigat o atenție deosebită în domeniului administrării afacerilor. Aceste sectoare, deși aparent distincte, au un punct comun: toate influențează modul în care companiile creează valoare, îmbunătățesc experiențele consumatorilor și contribuie la binele general al societății. Pe măsură ce peisajul global se modifică din cauza progreselor tehnologice, a schimbării preferințelor consumatorilor și a creșterii gradului de conștientizare a practicilor sustenabile, importanța înțelegerii și navigării în aceste domenii interconectate a devenit tot mai importantă. Convergența acestor domenii prezintă atât oportunități, cât și provocări care necesită soluții inovatoare și perspective strategice pentru a se asigura prosperitatea companiilor, contribuind în același timp în mod pozitiv la societate.

Teza de abilitare *„Creșterea bunăstării consumatorilor prin abordări de business pentru industria bunurilor și serviciilor”* își propune să exploreze aceste intersecții fiind structurată în două părți principale: activitatea științifică a autorului și evaluarea carierei, însoțită de un plan de dezvoltare profesională. Această lucrare oferă o privire detaliată asupra contribuțiilor autorului în domeniul administrării afacerilor, axându-se pe aspectele specifice ospitalității, turismului, educației, sănătății și consumului de alimente ecologice.

Prima parte a tezei, dedicată activității științifice, intră în profunzime în analiza unor aspecte cheie din industria ospitalității și turismului, încadrate în contextul administrării afacerilor. Astfel, primul capitol din această parte este structurat pe trei direcții majore, începând cu administrarea afacerilor în industria hotelieră. Aici se discută strategiile de penetrare a pieței și extinderea lanțurilor hoteliere internaționale în România, precum utilizarea

francizelor, contractelor de management și investițiilor străine directe. Autorul subliniază oportunitățile și riscurile percepute de aceste lanțuri la intrarea pe piața românească, evidențiind contribuțiile lor la ridicarea standardelor de calitate în industria ospitalității, dar și provocările, cum ar fi barierele legislative, infrastructura deficitară și diferențele culturale. Adaptarea la specificul pieței locale este un alt aspect discutat, fiind subliniate strategiile de personalizare a ofertelor hoteliere și integrarea tradițiilor și culturii locale pentru crearea unei experiențe autentice pentru turiști. Sunt prezentate exemple de lanțuri hoteliere internaționale care au reușit să se extindă cu succes în România.

Următorul subcapitol explorează abordările inovatoare în managementul destinațiilor turistice, cu accent pe strategiile durabile care echilibrează creșterea economică și conservarea resurselor naturale și culturale. Sunt discutate inițiativele de colaborare între sectorul public și cel privat, precum și bune practici internaționale care pot fi replicate în alte regiuni. Autorul subliniază importanța implicării comunităților locale în dezvoltarea turismului, încurajând dezvoltarea unor proiecte care promovează patrimoniul cultural și natural. Utilizarea tehnologiei, cum ar fi aplicațiile mobile și realitatea augmentată, este o altă temă abordată, arătând modul întrebuițării lor pentru îmbunătățirea experienței turiștilor și atragerea de noi segmente de consumatori. Marketingul digital și rețelele sociale joacă un rol în promovarea destinațiilor, iar exemplele de campanii de succes prezentate evidențiază modul într-un care acestea au contribuit la creșterea vizibilității pe plan internațional.

Activitățile de recreere și divertisment sunt un alt subiect tratat, fiind discutate motivațiile și percepțiile consumatorilor cu privire la aceste activități, precum și implicațiile lor asupra afacerilor din turism. Autorul analizează preferințele turiștilor, impactul lor asupra strategiilor de marketing și modalitățile de creare a unor experiențe memorabile pentru clienți. Sunt prezentate studii de caz privind evenimente culturale și festivaluri care au avut un impact pozitiv asupra imaginii destinațiilor, subliniind importanța creării unor evenimente autentice care să atragă turiștii și să stimuleze economia locală.

Cel de 1-al doilea capitol se concentrează pe contribuțiile în creșterea bunăstării consumatorilor prin educație, sănătate și consumul de alimente ecologice. Educația joacă un rol primordial în responsabilizarea consumatorilor, deoarece le oferă persoanelor cunoștințele și competențele de care au nevoie pentru a lua decizii în cunoștință de cauză. Aceasta include nu doar educația formală, ci și oportunitățile de învățare informală, cum ar fi atelierele comunitare și cursurile online, care pot crește gradul de conștientizare cu privire la sănătate, sustenabilitate și consum responsabil. Tehnologiile digitale, cum ar fi cursurile online disponibile tuturor (MOOC), au revoluționat modul în care oamenii accesează conținutul

educațional, făcându-l disponibil și mai personalizat. Prin înțelegerea impactului acestor inițiative educaționale, teza urmărește să evidențieze modul în care acestea pot contribui la responsabilizarea consumatorilor și, în cele din urmă, la o societate mai informată și mai proactivă.

În domeniul sănătății, sunt analizate inițiativele care promovează îngrijirea preventivă și bunăstarea, inclusiv rolul companiilor în sprijinirea sănătății angajaților și a comunității, precum și percepția pe care o au pacienții cu privire la sistemul de sănătate și la serviciile din spitalele din România. Tehnologia ajută la îmbunătățirea serviciilor de sănătate, cum ar fi platformele digitale pentru monitorizarea stării de sănătate și informarea pacienților.

Un alt subiect abordat este consumul responsabil de alimente ecologice, subliniind tendințele actuale și factorii care influențează deciziile consumatorilor, cum ar fi preocupările legate de sănătate și mediu. Autorul propune soluții pentru îmbunătățirea promovării și vânzării produselor ecologice, discutând strategiile de marketing care pot crește acceptarea acestor produse, precum campaniile de informare și colaborările cu influenceri. Sunt analizate provocările întâmpinate de producători, cum ar fi costurile ridicate și accesul pe piață, oferind exemple de inițiative de succes în diverse țări care au contribuit la dezvoltarea acestui sector. Autorul discută despre importanța certificării și transparenței în lanțul de aprovizionare pentru a câștiga încrederea consumatorilor, precum și colaborarea cu sectorul de retail pentru a îmbunătăți disponibilitatea produselor ecologice pe piață.

A doua parte a tezei se concentrează pe evaluarea carierei autorului și pe planul său de dezvoltare profesională. Această secțiune include o autoevaluare a realizărilor profesionale, atât în plan didactic, cât și științific, într-o perioadă cuprinsă între susținerea tezei de doctorat și momentul actual. Autorul prezintă contribuțiile științifice și activitățile didactice, însoțite de implicarea sa în proiecte și colaborări internaționale. Planul de dezvoltare profesională include obiective viitoare, cum ar fi publicarea în reviste de prestigiu, participarea la conferințe internaționale și implicarea în proiecte interdisciplinare care să contribuie atât mediului academic, cât și comunității de afaceri. Activitățile de mentorat pentru studenți și tineri cercetători sunt obiective luate în considerare de către autor, care subliniază importanța sprijinului oferit următoarei generații de specialiști în administrarea afacerilor.

Concluzia tezei subliniază faptul că diverse industrii, precum ospitalitatea, turismul, educația, sănătatea și consumul de alimente ecologice, pot contribui la creșterea bunăstării consumatorilor și la dezvoltarea durabilă. Strategiile inovatoare și adaptarea la nevoile pieței sunt factori de luat în calcul pentru un viitor sustenabil și centrat pe consumator. Autorul oferă exemple și studii de caz relevante care ilustrează impactul pozitiv al inițiativelor discutate

asupra bunăstării individuale și colective, adresându-se astfel mediului academic, practicienilor și factorilor de decizie. Teza subliniază importanța implicării tuturor actorilor – guvern, sector privat, ONG-uri și comunități locale – în promovarea inițiativelor care contribuie la bunăstarea generală și la protejarea resurselor pentru generațiile viitoare. Astfel, afacerile pot fi un vector de schimbare pozitivă, nu doar prin obținerea de profit, ci și prin generarea de valoare socială și de mediu, contribuind la dezvoltarea unei economii mai echitabile și mai reziliente. Autorul concluzionează că succesul pe termen lung al afacerilor depinde de capacitatea acestora de a răspunde nevoilor societății și de a contribui la dezvoltarea durabilă, propunând direcții de cercetare viitoare care să ajute la rezolvarea provocărilor globale actuale.

## ABSTRACT

Consumer well-being represents a multidimensional concept encompassing physical, emotional, and social aspects of individuals' lives. It refers to the extent to which people feel that their needs are met and that they lead a fulfilling and healthy life. In the context of business administration, consumer well-being is increasingly recognized as a factor that influences not only individual quality of life but also societal outcomes. Companies play a role in enhancing consumer well-being by offering products, services, and experiences that positively contribute to health, happiness, and overall satisfaction. The habilitation thesis explores how various industries, such as hospitality and tourism, education, health, and organic food, can contribute to consumer well-being by creating and promoting environments that support conscious decision-making, healthy lifestyles, and sustainable consumption patterns.

In recent years, the intersection of hospitality and tourism, consumer well-being, and sustainability has gained particular attention in the field of business administration. These sectors, though seemingly distinct, share a common point: all influence how companies create value, enhance consumer experiences, and contribute to societal well-being. As the global landscape shifts due to technological advances, changing consumer preferences, and increasing awareness of sustainable practices, understanding and navigating these interconnected fields has become more important. The convergence of these areas presents both opportunities and challenges that require innovative solutions and strategic perspectives to ensure business prosperity while positively contributing to society.

The habilitation thesis *“Increasing Consumer Well-Being Through Business Approaches in the Goods and Services Industry”* aims to explore these intersections being structured into two main parts: the author’s scientific activity followed by career assessment and the professional development plan. This thesis provides a detailed overview of the author’s contributions to business administration, focusing on the specific areas of hospitality, tourism, education, health, and organic food consumption.

The first part of the thesis, dedicated to scientific activity, delves into key aspects of the hospitality and tourism industry within the business administration context. The first chapter of this part is structured around three major directions, beginning with business administration in the hotel industry. Here, strategies for market penetration and the expansion of international hotel chains in Romania are discussed, including the use of franchises, management contracts, and foreign direct investments. The author highlights opportunities and risks perceived by these chains upon entering the Romanian market, emphasizing their contributions to raising quality

standards in the hospitality industry, as well as challenges like legislative barriers, deficient infrastructure, and cultural differences. Adaptation to local market specifics is another aspect discussed, emphasizing strategies for customizing hotel offerings and integrating local traditions and culture to create an authentic experience for tourists. Examples of international hotel chains that have successfully expanded into Romania are also presented.

The next subchapter explores innovative approaches to destination management, focusing on sustainable strategies that balance economic growth with the conservation of natural and cultural resources. Initiatives for public-private collaboration are discussed, as well as best international practices that can be replicated in other regions. The author emphasizes the importance of involving local communities in tourism development, encouraging projects that promote cultural and natural heritage. The use of technology, such as mobile applications and augmented reality, is also addressed, showing how these tools can enhance the tourist experience and attract new consumer segments. Digital marketing and social networks play a role in promoting destinations, with successful campaign examples highlighting how these have increased international visibility. Recreation and entertainment activities are another topic discussed, examining consumer motivations and perceptions regarding these activities and their implications for tourism businesses. The author analyzes tourist preferences, their impact on marketing strategies, and ways to create memorable experiences for clients. Case studies on cultural events and festivals that positively impacted destination image underscore the importance of creating authentic events that attract tourists and stimulate the local economy.

The second chapter focuses on contributions to enhancing consumer well-being through education, health, and organic food consumption. Education plays a key role in consumer responsibility by providing individuals with the knowledge and skills needed to make informed decisions. This includes not only formal education but also informal learning opportunities, such as community workshops and online courses, which can increase awareness of health, sustainability, and responsible consumption. Digital technologies, such as MOOCs, have revolutionized access to educational content, making it more accessible and personalized. By understanding the impact of these educational initiatives, the thesis aims to show how they can contribute to consumer empowerment and, ultimately, to a more informed and proactive society. In health, initiatives that promote preventive care and well-being are analyzed, including companies' roles in supporting employee and community health and patients' perceptions of the healthcare system and hospital services in Romania. Technology helps improve healthcare services, such as digital platforms for health monitoring and patient information.

Another topic is responsible organic food consumption, highlighting current trends and factors influencing consumer decisions, such as health and environmental concerns. The author proposes solutions for improving the promotion and sale of organic products, discussing marketing strategies that can increase acceptance, such as information campaigns and collaborations with influencers. Challenges faced by producers, such as high costs and market access, are analyzed, with examples of successful initiatives in various countries contributing to the sector's development. The author discusses the importance of certification and supply chain transparency to gain consumer trust, as well as collaboration with the retail sector to improve organic product availability on the market.

The second part of the thesis focuses on the author's career evaluation and professional development plan. This section includes a self-assessment of professional achievements, both in teaching and research, from the completion of the doctoral thesis to the present. The author presents scientific contributions and teaching activities, along with involvement in projects and international collaborations. The professional development plan includes future objectives, such as publishing in prestigious journals, participating in international conferences, and engaging in interdisciplinary projects that benefit both academia and the business community. Mentorship activities for students and young researchers are objectives considered by the author, who emphasizes the importance of supporting the next generation of business administration specialists.

The thesis concludes by highlighting that various industries, such as hospitality, tourism, education, health, and organic food consumption, can contribute to enhancing consumer well-being and sustainable development. Innovative strategies and market adaptation are factors to consider for a sustainable, consumer-centered future. The author provides relevant examples and case studies illustrating the positive impact of the discussed initiatives on individual and collective well-being, addressing academia, practitioners, and decision-makers. The thesis emphasizes the importance of involving all actors – government, private sector, NGOs, and local communities – in promoting initiatives that contribute to general well-being and the preservation of resources for future generations. Thus, businesses can be a vector of positive change, not only by generating profit but also by creating social and environmental value, contributing to a more equitable and resilient economy. The author concludes that the long-term success of businesses depends on their ability to meet societal needs and contribute to sustainable development, proposing future research directions to address current global challenges.