

**HUMAN RESOURCES AND COMPETITIVENESS FOR INCREASED  
COMPETITIVENESS IN TOURISM**

**RESURSELE UMANE ȘI COMPETITIVITATEA PENTRU COMPETITIVITATE  
SPORITĂ ÎN TURISM**

**Suslenco Alina**

**Cercet. șt. pr. drd.**

**Universitatea de Stat "Alec Russo",**

**mun. Bălți, Republica Moldova**

**e-mail: [alina.suslenco@mail.ru](mailto:alina.suslenco@mail.ru)**

*Abstract:* The Republic of Moldova is a country with a considerable tourism potential that impresses the tourists with its vineyards, by beauty and beatitude of its landscapes. The priority forms of the tourism practiced in the last decade in Republic of Moldova are: the rural tourism, the grape growing and the wine-growing tourism, the cultural tourism and the health and beauty tourism. The development of the tourism in the country is a necessity because the country has an impressive fund of monuments and miraculous landscapes. Making an analysis of the human resources employed in the tourism sphere, we noticed that people do not have studies of high quality, even if they have some knowledge in the field of tourism, their practical application is not impossible. Therefore, it is necessary to develop the staff employed in the tourism sphere in order to attract the foreign tourists and to promote the Republic of Moldova as a tourism direction.

*Keywords:* human resources, competitiveness, competitiveness of tourism, tourism, travel agencies.

*Metodă și metodologie.* Drept metode de cercetare în procesul de investigație și elaborare a articolului științific au servit: metoda observației, abducția și deducția, analiza logică și sinteza, analogia și comparația. Rezultatele studiului efectuat sunt prezentate sub formă de grafice și tabele.

*Introducere*

Republica Moldova, deși este o țară mică, dispune de un considerabil potențial turistic, reprezentat de aspectul geomorfologic al teritoriului – o neobișnuită diversitate de rezervații peisajistice sau landșafturi naturale și monumente geologice unice, de valoare europeană și mondială. Republica Moldova dispune de un valoros potențial turistic natural, care se impune prin atracții de un pitoresc deosebit, constituind unul dintre cele mai bogate resurse turistice.

Resursele umane constituie un potențial uman deosebit, unic, rar, dificil de imitat și relativ de înlocuit, ce trebuie înțeles, motivat sau antrenat, în vederea suprapunerii scopurilor sale peste cele ale organizației. Potențialul lor este singurul potențial inepuizabil de creativitate, de soluții și de idei noi, originale și valoroase. Orice politică în domeniul resurselor umane trebuie fundamentată prin cunoașterea trăsăturilor distinctive ale muncii în turism pe evaluarea intensității și modului particular de acțiune a forței de muncă asupra producției turistice și a rezultatelor activității.

### *Cuprins*

Dezvoltarea turismului are o serie de consecințe asupra utilizării resurselor umane în sensul creării de noi locuri de muncă, determinării unui nivel relativ ridicat de instruire a unor structuri profesionale și pe funcții. Specificitatea activității turistice, complexitatea sa, dată de multitudinea și varietatea componentelor, își pun amprenta asupra necesarului de personal și structurii acestuia, asupra exigenței lor privind pregătirea și selecția, asupra eficienței utilizării forței de muncă.

Resursele umane în turism au un rol important în stimularea cererii, crearea unei atmosfere de destindere, formularea deciziei de cumpărare, formarea și menținerea interesului, simpatiei pentru un anumit produs turistic sau destinație de vacanță, unitate hotelieră sau de alimentație, mijloc de transport sau formă de agrement etc. și respectiv în determinarea revenirii turistului.

În ansamblul lor, particularitățile muncii în turism influențează nemijlocit numărul și dinamica lucrătorilor, structura acestora, nivelul productivității muncii, sistemele de cointeresare și, corespunzător, politicile de selecție și recrutare, organizarea pregătirii profesionale. Dacă în trecut resursele umane și modul în care erau utilizate acestea nu erau considerate foarte importante, în prezent, capitalul uman este plasat în centrul tuturor politicilor de dezvoltare ale unei firme, în special în domeniul turismului.

Mai multe instituții de învățământ licențiate pregătesc cadre pentru industria turistică. Perfecționarea cadrelor în turism este asigurat de Centrul National de Perfectionare a Cadrelor din Industria Turismului. În hotele, întreprinderile cheltuie mai mult (cu 63% spor anual, exceptând perioada post criză) pentru formarea profesională a angajaților. Acțiunile pentru crearea unei Școli de hotelărie rămân valabile în continuare.

Sunt multe instituții care pregătesc doar manageri pentru industria turistică. Instituțiile de învățământ licențiate din Republica Moldova pregătesc cadre pentru industria turistică la Specialitatea „Servicii”, specializarea „Turism și servicii” (ușor modificată în timp de unele instituții). Astfel la Colegiul de Ecologie, Academia de Studii Economice din Moldova,

Universitatea de stat de educație fizică și sport, Universitatea agricolă de Stat, Universitatea Liberă Internațională, Universitatea „Perspectiva”, Universitatea de Stat de Relații Internaționale ș.a. sunt catedre specializate de „Turism” (sau „Turism și servicii hoteliere”, „Turism și servicii”, „Turism și natație”, alte variații). Acestea pregătesc la ambele cicluri pentru frecvența la zi și studii fără frecvență absolvenți, care studiază un număr între 8-17 discipule de specializare, inclusiv patrimoniul țării, economia turismului, managementul și marketingul în turism, tehnici de operațiuni în turism, servicii hoteliere, limbi străine, etc. Anual cca. 800-1000 persoane absolvesc instituțiile de învățământ la specializarea „Turism”. Astfel ponderea mare a disciplinelor generale, aproape lipsa de aptitudini practice și abilități în tehnologia ospitalității, face ca numărul excesiv de absolvenți să fie încadrat într-o proporție extrem de mică pe piața turistică autohtonă.

Prestația proastă a absolvenților instituțiilor superioare de învățământ autohtone este remarcat de majoritatea agențiilor care angajează cu greu forța de muncă necesară de pe piață. Dintre elementele nesatisfăcătoare în prestația absolvenților sunt: nivelul teoretic scăzut în domeniul activității turistice, lipsa de abilități practice pentru comunicarea cu clienții, interpretarea cunoștințelor despre atracțiile țării, elaborarea de trasee, promovarea de produse. [Jolondcovschi, 2001, p.24]

Majoritatea programelor de studiu și conținutul materiilor predate nu sunt corelate cu necesitățile pieței turistice. Perfecționarea cadrelor în turism este asigurată de Centrul Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului. Conform legislației naționale toți intermediarii pe piață, dar și structurile de cazare și alimentație a turiștilor sunt obligați să angajeze doar personal brevetat/certificat. Până în prezent au fost eliberate 1514 brevete. [12]

Centrul Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului acoperă prin modulele sale domenii importante pentru industria turismului: administrarea afacerilor, ghidajul oaspeților, tehnologii informaționale, care la alte instituții de învățământ din țară nu sunt ținute. Totuși unele dintre module nu au continuitate și intensitatea necesară. Patru cincimi dintre absolvenții centrului au fost pregătiți pentru intermediarii turistici pe piață angajarea forței de muncă instruită, și doar mai puțin de 18% pentru hotelărie și 0% pentru unitățile de alimentație a turiștilor. [11]

Astfel, acțiunile direcționate pentru dezvoltarea turismului punctează crearea unei Școli de hotelărie care rămân valabile și în continuare deoarece: perfecționarea cadrelor este cea mai solicitată pentru unitățile de cazare, recalificarea din alte domenii este neînsemnată, e redus gradul de perfecționare a cadrelor de conducere, lipsa de juriști pregătiți pentru necesitățile întreprinderilor.

Totodată, structura cheltuielilor întreprinderilor din cazare și restaurante indică o capacitate susținută de a finanța perfecționarea cadrelor pentru sporirea calității ospitalității oferite.

Astfel, întreprinderile cheltuie mai mult (cu 63% spor anual, exceptând perioada post criză) pentru formarea profesională a angajaților, în care la 100% întreprinderile achită din bugetul propriu,

Totuși pregătirea cadrelor nu este motivatoare pentru angajați (sub 0,5% din cheltuieli cu forța de muncă) iar sistemul nu contabilizează alte cheltuieli pentru formare angajați. [11]

Numărul mediu scriptic al angajaților în Agenții de turism și Turoperatori în Moldova a constituit 1346 persoane (2010) mai puțin cu 1/3 decât în 2003, descrescând în medie cu -3,77% anual. [12]

Numărul agențiilor de turism a crescut pînă la 383, dar acestea au devenit mai mici ca dimensiune în ultimii 8 ani. Agențiile de turism în această perioadă s-au micșorat de la media de 8,1 (2003) pînă la 4,3 angajați/agenție în 2010. Astfel, numărul angajaților a scăzut în această perioadă și a ajuns la 0,12% din forța de muncă angajată în țară. [11]

Odată cu micșorarea numărului de angajați pe piața intermediarilor de turism, au crescut poverile de serviciu per salariat. Astfel după 8 ani, un salariat deservește în mediu 120 clienți pe an, în creștere cu 51%, totodată asigurînd un spor al încasărilor de 7 ori mai mari decât în 2003. Acest lucru duce la creșterea responsabilității.

**Tabelul 1**

**Evoluția performanțelor angajaților agențiilor de turism**

	2003	2006	2008	2010	%2010/03	Rata an
Angajați agenții	1927	1840	1531	1346	69,85	-3,77
Turiști pe angajat	79,64	72,22	92,91	120,17	150,90	6,36
Încasări medii pe angajat	75,56	153,37	345,92	526,06	696,20	74,52

Sursa: adaptat de autor în urma analizelor efectuate.

Rata medie de creștere a numărului de angajați a constituit în această perioadă de 3,5% anual. În 8 ani salariile în restaurante și hoteluri a crescut de 2,8 ori, dar a crescut și costul unei ore de muncă de 3,6 ori.

**Tabelul 2**

**Performanțele forței de muncă din Hotelri, restaurante din Moldova**

An	Salariu lunar	Ora-om muncite	Cost ora-om	Zile muncă	Cost zi muncă
2003	827,39	1843,77	5,39	230,47	43,08
2010	2314,98	1428,27	19,45	178,53	155,40

Sursa: adapta de autor în urma analizelor efectuate.

*Concluzii*

În ansamblul economiei globale a turismului, turismul rural se definește ca fiind valorificarea turistică a spațiilor rustice, a resurselor naturale, a patrimoniului cultural, a

imobilelor culturale, a tradițiilor sătești, a produselor agricole, prin intermediul unor produse de marcă (consacrate) ilustrative ale identității regionale, care să acopere nevoile consumatorilor în materie de primire, alimentație, activități recreative, divertisment și diverse servicii, în scopul unei dezvoltări locale, durabile și a unui răspuns adecvat la nevoile de recreere din societatea modernă, într-o nouă viziune socială oraș- sat.

După câte observăm pentru a putea vorbi de competitivitate în domeniul turismului ar trebui de la început să dezvoltăm și să perfecționăm cadrele din domeniul turismului căci doar așa vom putea avea o ofertă valoroasă și bine promovată, vom putea atrage turiștii străini prin intermediul cadrelor bine educate, informate, și care vor putea face față tuturor obstacolelor apărute datorită cunoștințelor și capacităților deținute.

Pentru a putea dezvolta turismul în Republica Moldova ar trebui întreprinse o serie de măsuri care ar lărgi sfera de cuprindere a turismului. Printre ele am putea menționa următoarele:

- Elaborarea și implementarea cadrului legislativ necesar cu privire la turismul rural.
- Efectuarea clasificării structurilor de primire a turiștilor în localitățile rurale.
- Identificarea comunităților rurale în care există posibilități pentru implementarea unor proiecte pilot în domeniul turismului rural.
- Crearea în teritoriu a serviciilor de specialitate în domeniul turismului.
- Crearea bazei informaționale, editarea de ghiduri și cataloage privind oferta de turism rural.
- Implementarea unui program de instruire la nivelul autorităților administrației publice locale și al populației.
- Efectuarea acreditării stațiunilor balneoclimaterice, a bazelor de odihnă și recreere, a clasifica structurile de primire turistică din cadrul acestor stațiuni.
- Efectuarea analizei resurselor de ape minerale din Republica Moldova și a calității acestora din punct de vedere balneoclimateric și a elabora proiecte investiționale spre a fi promovate pe piața internațională.
- Asigurarea implementării unui program de training pentru managerii stațiunilor și unităților relevante în vederea unui management și marketing turistic eficient.
- Implementarea unui program de marketing în general pe republică și în particular pentru stațiuni.
- Includerea în sistemul de cercetări statistice în domeniul turismului rapoarte statistice ale stațiunilor balneoclimaterice și stațiunilor de odihnă și recreere.
- Amenajarea zonelor de odihnă și recreere în conformitate cu standardele internaționale.
- Perfecționarea și dezvoltarea activităților de protecție și restaurare a obiectivelor patrimoniului cultural.

- Instalarea panourilor informaționale în apropierea celor mai importante obiective culturale
- Elaborarea unui sistem de publicitate a monumentelor.
- Amenajarea căilor de acces spre diferite obiective culturale.
- Construcția și amenajarea capacităților de cazare a vizitatorilor în zonele cu un deosebit potențial cultural.
- Facilitarea creării și funcționării atelierelor specializate pentru artizanat și meșteșuguri populare, și includerea acestora în circuitul turistic.
- Facilitarea vânzării obiectelor de artizanat prin diferite rețele de magazine.
- Organizarea instruirii și a formării profesionale a specialiștilor în acest domeniu prin intermediul școlilor polivalente.
- Promovarea și desfășurarea evenimentelor culturale în incinta muzeelor.

Toate aceste măsuri ar duce de dezvoltarea turismului, la creșterea atractivității Republicii Moldova în sfera turismului și la câștigarea de efecte economice de scară care vor duce ulterior la creșterea competitivității economiei țării.

### **Bibliografie**

1. Bran F., Nistorescu P., Simon T., 2000, Ecoturism, București: Economica, 176 pag.
2. Cosmescu I., 1998, Turismul : Fenomen complex contemporan, București : Economică.
3. Draica C, 2003, Turismul internațional : practici de elaborare și distribuție a produsului turistic, București : ALL BECK.
4. Jolondcovschi A., Florea S., 2001, Turismul ecologic și rural : realități și perspective, Chișinău :Prometeu.
5. Minciu P., 2000, Economia turismului, București: Uranus.
6. Miron V., 2002, Turismul rural în Moldova : îndrumar pentru autoritățile publice locale, Chișinău : Știința.
7. Neacsu N., 2000, Turismul și dezvoltarea durabilă, București: Expert.
8. Platon N., 2001, Managementul adaptării industriei turistice a Republicii Moldova: Chișinău pp 23-36.
9. Reniță A.,2002, ABC-ul turismului rural, ecologic cultural, Colecția Natura: Chișinău, pp 18-54.
10. Spânu M., Stoin C., 2003, Turism și marketing turistic, București: Fundației "România de Măine".
11. \*\*\*2012 pensiunile din Moldova, <http://www.tur.md/rom/section/760/>
12. \*\*\*2012, agenția de turism, <http://turism.gov.md/index.php?pag=sec&id=68>

- 13.\*\*\*2012, agenția de turism din Moldova,  
[www.turism.gov.md/index.php?pag=hotel&opa=view&id=133&start=&l=ru](http://www.turism.gov.md/index.php?pag=hotel&opa=view&id=133&start=&l=ru)
14. \*\*\*2011, articol: Turismul rural capătă proporții în RM. Festivalul de la Domulgeni - un exemplu elocvent, <http://www.timpul.md/articol/turismul-rural-capata-proportii-in-rm--festivalul-de-la-domulgeni---un-exemplu-elocvent-24211.html>
15. \*\*\*2012, 25.09., articol: Turismul în RM – oportunități de investiții pentru agențiile de turism, <http://www.jurnal.md/ro/news/turismul-in-rm-oportunitati-de-investitii-pentru-agentiile-de-turism-393632/>.