EU.EM.NET Project W.P 2

Raport de țară: Romania

"Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu este responsabilă pentru posibila utilizare a informațiilor conținute."

Sandrine Reiter

5/14/2013

CONȚINUT

CUPRINS

CONȚINUT 2

Caracterizarea sectorului O&T în România 3

Informare / Promovare / Atragere 3

Promovare şi marketing în sectorul O&T în România 3

Vizibilitatea locurilor de muncă în sectorul O&T în România 4

Dezvoltarea şi pregătirea forţei de muncă 4

Niveluri de pregătire şi calificare existente în România 4

Calitate şi certificare în România 4

Organisme de pregătire şi legătura cu angajatorul; dezvoltarea curriculei în România 4

Păstrarea forţei de muncă în sectorul O&T în România 4

Anticiparea competenţelor (prognoza) în sectorul O&T în România 5

APPENDIX 6

Caracterizarea sectorului O&T în România

Actorii principali ai sectorului O&T în România sunt:

- Camera de comerţ
- Agenţiile de dezvoltare regională
- Asociaţiile profesionale din domeniul Ospitalităţii şi Turismului

Cifrele principale

- Număr de hoteluri: 1330
- Număr de baruri: 1619
- Număr de restaurante: 2693

Alte informaţii nu sunt publice sau nu sunt disponibile.
În România nu există o strategie de turism, ceea ce face dificilă anticiparea nevoii de competenţe.

Informare / Promovare / Atragere

Promovare şi marketing în sectorul O&T în România

În oraşele mici sectorul O&T este promovat prin publicitate directă (din gură în gură).

În oraşele mari sectorul O&T este promovat prin anunţuri publicitare, publicitate la posturile locale de radio şi TV, publicitate în ziare şi prin Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă.

Există, de asemenea, campanii pentru toate categoriile de public în plan național și în străinătate la târgurile internaționale de turism, dar campaniile de marketing nu promovează locurile de muncă în acest sector.

Nu există nici un concurs organizat special în acest sector.

Vizibilitatea locurilor de muncă în sectorul O&T în România

Ocupaţiile sunt identificate și prezentate în termeni de descriere a ocupaţiei în mod oficial în Codul ocupațional românesc. De exemplu, există un cod asociat ocupaţiei de chelner, un angajator poate verifica prin acest cod descrierea ocupaţiei și poate vedea toate competențele necesare. Pe baza acestor informații se poate decide să aplice pentru un loc de muncă de chelner sau nu. (in documentul sursa este cuvantul Employer- angajator , din context mi se pare mai potrivit Employee- angajat)

Dimpotrivă, în România nu este identificat un traseu ocupaţional.

Dezvoltarea şi pregătirea forţei de muncă

Niveluri de pregătire şi calificare existente în România

Nivelurile de calificare sunt: învățământul secundar superior, învățământul post-liceal, ciclu scurt de învățământ superior, masterat sau nivel echivalent.

Au apărut nevoi noi de formare, determinate în principal de schimbările de mediu:

- Expansiunea tehnologiei
- Necesitatea de a vorbi o limbă străină
- Competențe de comunicare
- Utilizarea echipamentelor moderne.

Calitate şi certificare în România

În România nu există un Cadru naţional al calificărilor , în principal din cauza costurilor de implementare.

Organisme de pregătire şi legătura cu angajatorul; dezvoltarea curriculei în România

Principalele parteneriate sunt realizate datorită contractelor încheiate de angajatori în perioada vacanţelor şi prin stagii de pregătire.

Păstrarea forţei de muncă în sectorul O&T în România

Lucrătorilor cu experienţă le sunt oferite locuri de muncă part-time și sunt implicaţi în consilierea și formarea tinerilor.

Nu există acțiuni întreprinse în scopul de a atrage elevii în sectorul O & T şi nu sunt aplicate tehnici de resurse umane cu scopul de a păstra persoanele talentate.

Anticiparea competenţelor (prognoza) în sectorul O&T în România

În România nu se face nimic pentru anticiparea competenţelor; nu există metodologii, strategie, studii,referinţe,evaluare ...

În consecință, nimic nu se anticipează și România trăiește de la o zi la alta.

După cum s-a menționat, în cazul în care ar fi definită o strategie de planificare, sectorul O & T din România ar putea fi promovat mai ușor la diferite nivele ierarhice.

APPENDIX