

TENDINȚE DE DEZVOLTARE A INDUSTRIEI OSPITALITĂȚII ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Irina GUZIC, studentă

CZU: 338.486(478)

irinaguzic17@mail.ru

The hospitality industry is one of the largest and fastest-growing systems in the revenue-generating economic sector, which enjoys global as well as national importance. But at present, the hospitality industry in the Republic of Moldova is being formed, and a detailed analysis of the given industry will contribute to the formation of the image of the hospitality sector, on the development of national tourism and last but not least on the national economy.

Industria ospitalității este partea componentă a sectorului turistic care la moment se află în dezvoltare, dar totodată contribuie atât la dezvoltarea turismului receptor, cât și la dezvoltarea economiei naționale.

Industria ospitalității reprezintă totalitatea activităților economice bazate pe crearea serviciilor și produselor menite să satisfacă nevoile și cerințele turiștilor [1, p.263]. Pentru prima dată industria ospitalității a apărut în epoca antică, fiind motivată de deplasarea persoanelor în afara zonei de reședință, construcția drumurilor, apariția primelor Jocuri Olimpice (776 î.Hr.). Primele structuri de recepționare erau numite „hanuri” și „taverne”, ele fiind amplasate pe marginea drumurilor principale, și ofereau călătorilor servicii de bază, cum ar fi cazarea și alimentația. În perioada Evului Mediu serviciile ospitaliere erau oferite de instituțiile religioase, care prestau servicii de bază: cazarea și alimentația, precum și servicii suplimentare: servicii de frizerie și servicii medicale. Tot în această perioadă în SUA și Franța au apărut primele taverne, iar în Franța concomitent și-a luat naștere industria restaurației și în 1765 a fost deschis primul restaurant francez „Boulangerie”. Până în anul 1794, pe timpul Revoluției Franceze, existau deja cinci sute de restaurante la Paris, iar având în vedere cât de repede s-a dezvoltat soarta bucătarilor francezi, putem spune că datorită revoluției ideea restaurantului s-a răspândit în întreaga lume [2, p.21].

Mai târziu, în secolul al XIX-lea au apărut primele moteluri, iar în 1898 la Londra s-a deschis primul hotel „Savoy” (actualul Ritz-

Carlton), care oferea servicii de cazare și alimentație, dar deoarece hotelurile au început să introducă un „plan european” de organizare, oaspeții hotelurilor achitau doar pentru cazare, iar mesele puteau fi luate la restaurantul hotelului conform meniului „à la carte” sau să mănânce în afara hotelului.

În secolul XX, industria ospitalității a înflorit, SUA și Europa au devenit liderii în acest domeniu, deoarece noile forme de organizare a industriei hoteliere au început să apară practic în fiecare oraș și, de asemenea, are loc formarea primelor lanțuri hoteliere, cum ar fi „Marriott International” „Four Seasons” etc. Cu timpul au apărut primele rețele de alimentație publică de tip „fast-food”, ca de exemplu „MacDonald’s”, „KFC” etc.

În momentul actual, industria ospitalității este foarte complexă fiind alcătuită din unități de cazare (hoteluri, moteluri, hotel-apartamente, tabere de odihnă, camping-uri, pensiuni turistice și agroturistice, vile, sate de vacanță etc.), unități de alimentație publică (restaurante, baruri, cafenele, cantine, bufete etc.) și unități de agrement (parcuri de distracție, cluburi, grădini publice, terenuri sportive etc.) [3].

Exemplu care demonstrează complexitatea industriei ospitalității Republicii Moldova este hotelul de 4 stele „Jolly Alon” din orașul Chișinău, fondat în anul 1996. Hotelul oferă două tipuri de servicii: de bază fiind cazarea și alimentația, iar suplimentare sunt: organizarea conferințelor, evenimentelor, excursiilor, sală de sport, servicii de catering, wellness și servicii de transfer hotel-aeroport [5]. Hotelul dispune de 76 de camere destinate pentru rezervare, care oferă toate comoditățile pentru un om de afaceri sau un simplu turist, iar serviciile prestate sunt de calitate înaltă și prețurile corespunzătoare. Deoarece hotelul se află la limita categoriilor de 4 și 5 stele, au fost comparate prețurile la serviciile oferite de hotelul „Jolly Alon”, hotelul „President” de 5 stele și „Bernardazzi Grand Hotel & SPA” de 4 stele.

Astfel analizând Tabelul 1, observăm că „Jolly Alon” are prețurile mai ridicate comparativ cu celelalte două. Faptul dat poate fi explicat prin poziționarea hotelului „Jolly Alon” în centrul guvernamental, gama largă de servicii și fondul de numere mai mare, așadar, prețurile ridicate sunt motivate. Totodată, hotelul s-a poziționat reușit pe piața hotelieră a Republicii Moldova și, prin urmare, beneficiază de legisla-

ția adecvată și parteneriate internaționale cu NATO, OSCE, UNICEF, FAO Moldova etc. Partea negativă fiind fluctuațiile fiscale, care din anul 2019 s-au modificat de trei ori, în 2019 TVA pentru HoReCa a fost redusă de la 20 la 10%, care ulterior a fost ridicată până la 15%, iar în decembrie 2020 a fost micșorată la 12%. În linii generale, hotelul „Jolly Alon” dispune de venituri stabile, posibilitatea creșterii financiare, existența cererii la servicii și existența tehnologiilor moderne ce permit realizarea activității sigur și calitativ.

Tabelul 1

Analiza comparativă a prețurilor la cazare la hotelul „Jolly Alon”, „Bernardazzi Grand Hotel” și hotelul „President”

Jolly Alon		Bernardazzi Grand Hotel		President	
	Preț		Preț		Preț
Superior Single	148	Standad Queen	70	Standard Single/ Double	85
Superior Double	162	King Room	80	Standard Double/ Twin	85
Delux	178	Deluxe Twin Room	80	Semi Lux	100
Suite	210	Demi-Lux	90	Lux	135
Executive Suite	268	Family Lux	110	Apartament	170
Superior Suite	300	Lux	100	-	-

Sursa: Elaborat de autor în baza ofertei hotelului „Jolly Alon”, <http://www.hotelpresident.md/ro/> și <http://grandhotelmoldova.md>

Conform analizei bazate pe activitatea hotelului „Jolly Alon”, trebuie de menționat că industria ospitalității are succes pe piața serviciilor Republicii Moldova, acest fapt poate fi confirmat de Tabelul 2:

Tabelul 2

Indici de volum ai cifrei de afaceri a activităților turistice din Republica Moldova

Activitatea economică	Ianuarie-decembrie 2020 (%) față de ianuarie-decembrie 2019
Activități de cazare și alimentație publică	55,4
Activități ale agențiilor turistice, turoperatorilor și serviciilor de rezervare și asistență turistică	41,0
Activități de recreere și agrement	72,0

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor statistice ale BNS al Republicii Moldova.

Deși cifra de afaceri este în creștere, nu trebuie să ignorăm dificultățile cu care industria ospitalității se confruntă la moment cauzate de:

repartizarea neuniformă a structurilor de primire turistică, diferența preț-calitate, lipsa specialiștilor, legislația învechită, lipsa clasificărilor, concurența, instabilitatea politică etc., însă domeniul ospitalității are posibilitatea de a se dezvolta prin crearea parteneriatelor, penetrarea noilor zone, controlul calității, pregătirea profesională și, nu în ultimul rând, practicarea activităților durabile, cum ar fi: elaborarea cadrului legislativ adecvat, instruirea personalului, crearea noilor structuri de cazare și agrement, utilizarea energiei regenerabile, crearea locurilor de muncă, care va contribui la reducerea șomajului, numărul emigrărilor în zone urbane sau peste hotare, de asemenea, un factor important este utilizarea produselor autohtone, care vor permite dezvoltarea afacerilor naționale și vor promova producători autohtoni pe piața națională și, totodată, este importantă și promovarea zonelor turistice, care va contribui la atragerea mai multor turiști în țară. Dezvoltarea durabilă va contribui la rezolvarea unei serii de probleme, cum ar fi: șomajul, migrația, sărăcia, economia scăzută etc., și va avea efect pozitiv asupra dezvoltării turismului intern și receptor.

La finele studiului, putem concluziona că Republica Moldova are o bază largă de structuri de primire turistică, care, cu părere de rău, au un management insuficient, care se combină cu lipsa clasificărilor, insuficiența structurilor de primire turistică, repartizarea neuniformă și prețurile ridicate. Însă pentru ameliorarea situației pot fi implementate următoarele măsuri: crearea produsului competitiv propriu, reducerea prețurilor pentru consumatori interni, atragerea investițiilor, crearea structurilor de primire rurale și încurajarea din partea statului a industriei ospitalității durabile.

Referințe:

1. SZTRUTEN, G. Ecomanagement hotelier – premisă a performanței în industria ospitalității. București: Editura Universitară, 2011. 197 p. ISBN: 978-606-591-303.
2. MINCIU, R. *Economia turismului*. București: Uranus, 2004. 263 p. ISBN: 594-84-89-100-925.
3. Legea Republicii Moldova cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova nr.352 din 24.11.2006.
4. [Jolly Alon – Hotel & Business Center](#)

*Recomandat
Victor CIOBANU, lector univ.*