

DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc2024.v2.35>

CZU: 005.57+005.96

ROLUL COMUNICĂRII ȘI A RESURSELOR UMANE

GAITUR Mădălina, elevă, specialitatea: TUR

Colegiul Național de Comerț al ASEM,

strada Petru Rareș 18, Chișinău

078950575

gaiturmadalina1@gmail.com

Abstract: *Le but de cette recherche était de mettre en évidence la complexité, l'importance et le rôle de la communication et des ressources humaines, en fonction de la relation entre elles et leur fonction individuelle. Ce que j'ai exposé dans les lignes ci-dessous étaient quelques constats sur des thèmes actuels, qui sont important en ce moment dans n'importe quel domaine professionnel. Respectivement, j'ai essayé d'apporter quelques éléments tangentiels par rapport au domaine professionnel auquel j'appartiens, à savoir le tourisme, et d'en souligner les incontournables. J'ai essayé de m'informer le plus possible, afin de reproduire ces catégories de mon propre point de vue. L'importance fondamentale de cette recherche réside dans l'information personnelle, mais aussi dans l'information d'un plus grand nombre de personnes sur certains domaines qui doivent être entendus et connus, respectivement l'importance de la communication dans la vie quotidienne.*

Keywords: *Communication, Ressources humaines, Interaction, Importance, Recherche*

JEL CLASSIFICATION: L83

INTRODUCERE

Fiecare domeniu pe care-l studiem are nevoie de o analiză amplă, iar aceasta devinerealizabilă doar din momentul ce-l studiem sau ni se predă în cadrul orelor, la anumite concursuri sau conferințe. În orice sferă ne decidem să aplicăm, vom avea nevoie de anumite cunoștințe și capacități, care trebuie profesate și antrenate treptat. Pentru orice profesie este nevoie de relația cu resursele umane, cunoașterea afacerilor publice și, nu în ultimul rând, nevoia comunicării.

Viața este o continuitate de elemente, fie pozitive, fie negative, iar pentru atingerea unui apogeu, acestea trebuie așezate într-o ordine clară și clădite în așa mod, încât sensul lor să nu fie zădarnic. Mereu este nevoie să ne dezvoltăm și vrem să creștem continuu, pentru asta trebuie să ne documentăm, să studiem mult și să nu avem frică de încercarea lucrurilor noi.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Cheia succesului este comunicarea. Aceasta este pretutindeni, la orice colț și în orice perimetru al parcursului nostru profesional. Comunicarea este o modalitate în care anumiți indivizi sau întreprinderi rezonează și încearcă să ajungă la un anumit numitor comun. Fie scrisă sau orală, verbală sau nonverbală, aceasta ne oferă posibilitatea de a interacționa unul cu altul și de a iniția afaceri prospere.

Modul în care noi, oamenii, existăm, este strâns legat cu procesul de comunicare, căci lipsa acesteia ne poate dispera. Noi, ca oameni și ca societate, suntem într-o interdependență totală și cu o legătură colosală asupra a ceea ce suntem și a ceea ce vrem să fim.

Indivizii sunt diferiți, cu anumite caractere și principii, de aceea nu mereu se pot înțelege, dar nimic nu e imposibil, mereu există o soluție la orice problemă. Se poate pune întrebarea; care este această soluție? Așadar, nu există nici o enigmă, doar este nevoie de a comunica, mereu

cuvintele pot accelera modificarea sentimentelor. Se spune că oamenii care vorbesc mult, știu să intre ușor în contact cu alții și, fiind mai îndrăzneți, au șanse mai mari de a ajunge mult mai departe decât cei care au frica de a pune o simplă întrebare.

Comunicarea mereu a deschis uși către noi oportunități, ea în permanență va asigura un viitor de succes și relații de lungă durată. Această componentă poate fi un avantaj în personalitatea cuiva, dar, în același timp, și un dezavantaj pentru altcineva, deoarece poate distruge în masă un grup de persoane, poate aduce manipulări asupra cuiva, dar și șantajă pe anumiți indivizi. Este o componentă importantă în procesul socializării și integrării omului. Însă, cea mai complicată fază a acestui grandios proces, este însuși perceperea mesajului pe care vrea să-l ofere receptorului. Traseul parcurs de un mesaj este lung și nu mereu ceea ce este transmis ajunge integral la destinație, astfel se pot isca conflicte sau neînțelegeri, de aceea trebuie să știm cum și când să folosim anumite tipuri de comunicare.

Totuși acest process dispune și de anumite bariere care apar, fie voluntar, fie involuntar, de exemplu: percepția mesajelor, emoțiile puternice, încrederea și credibilitatea, ascultarea, stresul, supraoboseala. Trebuie să învățăm să comunicăm, căci e printre unicele competente care se aplică în toate domeniile posibile.

Studiind la programul de formare profesională tehnică „Turism”, am constatat că este un domeniu destul de actual la moment și care necesită multă atenție. Turismul este un domeniu unde comunicarea este pe primul loc, iar relația cu clienții este esențială. Pentru a progresa în acest domeniu, trebuie să ai un vocabular complex și trebuie să ai cunoștințe în relaționarea cu anumiți oameni. În diverse situații, comunicarea eficientă cu clienții poate duce ușor la convingere, poate oferi o încredere profundă, desigur, uneori poate fi și un mod de aplanare a conflictelor sau chiar un mic mod de manipulare. Astfel, ajungem la ideea că comunicarea este importantă în orice domeniu. Trebuie să știm cum să o abordăm, dar, totodată, aceasta este o modalitate prin care oamenii devin mai uniți și prin care pot atinge mai ușor un scop comun.

Metodele de cercetare au fost bazate pe cunoașterea profundă a relațiilor dintre persoane prin comunicare, care pentru mine sunt de neînlocuit, căci totul pornește de la oameni, cu oameni se continuă și ei sunt cei care formează orice domeniu profesional.

Deci, resursele umane sunt cele care stau la baza unei întreprinderi, acestea sunt forța de muncă care prestează serviciile și cei care reprezintă însuși entitatea. Dacă sunt competente forțele de muncă, atunci și compania va avea un succes garantat, iar dacă acestea vor da dovadă de imaturitate, indiferență și iresponsabilitate, atunci nivelul companiei va scădea considerabil.

Conform surselor de pe internet, forța de muncă reprezintă: „o muncă a gestionării resurselor economiei, ocuparea forței de muncă sau șomeri. Se folosește în general pentru a-ideșcrie pe cei care lucrează pentru o singură companie sau industrie, dar se poate aplica și unei regiuni geografice, cum ar fi un oraș, stat sau țară”. [1]

Pentru o companie, forța de muncă poate fi esențială, dar totuși nu în cantități mari, căci, totodată, ea reprezintă și chetuieli în plus pe care nu toate companiile și le pot asuma, de aceea această responsabilitate de angajare trebuie să fie asumată de către angajator și trebuie să conștientizeze anumite avantaje și dezavantaje. Cea mai eficientă metodă de gestionare a acestei situații, în legătura cu forța de muncă, este analiza prin Metodologia SMART. [2]

Piața forței de muncă este cumva mai stridentă, deoarece pune în evidență prealabilă anumite premise referitoare la ceea ce ține de forța de muncă, care trebuie respectate și, evident, în cazul încălcării acestora vor apărea anumite consecințe ce pot crea distorsionări în activitatea economică a unei întreprinderi. Astfel, informația trebuie să fie clară, concisă și evidentă (condiții de angajare, oportunități, drepturi, obligațiuni, în general, totul despre lucru).

Ocuparea forței de muncă în domeniul economic are anumite perspective, dar și anumite motive inevitabile, cum ar fi: șomajul, sporirea natalității, sistemele de învățământ nepotrivite, dar și însuși economia țării. Companiile sunt nevoite să acționeze rațional și eficient pentru sporirea succesului, dar cea mai inevitabilă oportunitate este angajarea oamenilor calificați în domeniu. Acest domeniu tinde să ofere posibilitatea tuturor oamenilor să-și ocupe un loc de muncă decent, să activeze în anumite domenii economice și să-și creeze o experiență pe potrivă.

Așadar, aceste două componente ale economiei formează un nucleu, de la ele pornesc și cu ele se continuă tot procesul economic. Comunicarea este primordială în relația dintre oameni, este unica metodă de interacționare a forței de muncă. Datorită comunicării se creează relații între conducătorii entității și subalterni. Mereu relațiile necesită timp și spațiu, trebuie să aibă anumite principii profesionale, de aceea trebuie de respectat anumite norme de etichetă, de comunicare sau de relaționare între oameni, bineînțeles, trebuie respectate normele de clasificare a forței de muncă pe criteriile ierarhiilor profesionale.

Procesul de dezvoltare personală este unul anevoios și îndelungat, ceea ce necesită mult efort și are nevoie de implicare totală, căci modelarea unor anumite competențe nu se face foarte ușor, trebuie să-ți impui anumite lucruri, să-ți modifice anumite comportamente și să îți educi o manieră de a te expune corespunzător, inclusiv, a comunica eficient, indiferent de statutul social sau poziția pe care o ocupi într-o entitate.

Este cert că prin procesul de comunicare poți ajunge la sufletele oamenilor și le poți câștiga încrederea, în același timp, îți poți face o reputație pozitivă. Alegerea mereu este de partea noastră, noi decidem cine vrem să fim, cum să fim, și maniera de a ne comporta.

E convingător faptul că oamenii mereu trebuie să aleagă să fie persoane raționale din punct de vedere economic, să-și aleagă cultul vorbirii și să țină cont de anturajul în care se află, iar în prim-plan trebuie să figureze sânguința, să nu uite să tindă spre succes, însă acesta niciodată nu va veni așa ușor, trebuie să învețe cum să abordeze și să gestioneze situațiile. În orice domeniu și entitate, managerul mereu își petrece timpul cu subalternii prin procesul de comunicare, care dacă nu este eficientă, atunci poate duce la consecințe nepotrivite pentru întreg procesul economic al entității.

Deci, obiectivele acestei cercetări științifice țin de ideea de a îndruma anumite persoane către o funcție demnă și meritabilă, de a le orienta spre leadership și de a le face să obțină capacități de a gestiona un grup de oameni. În componența acestora se pot regăsi și descoperi caracteristicile comunicării, aspectele și barierele acestora, totodată, responsabilitățile legate de dezvoltarea resurselor umane și rolul lor pentru o entitate.

În concluzie, aceste două categorii sunt dependente una de cealaltă, reprezintă o importanță deosebită atât individual, cât și per colectiv. Consider că eficiența lor devine posibilă când sunt puse în practică, dar și când sunt gestionate corect. Importanța lor este colosală, iar necesitatea - una primordială!

BIBLIOGRAFIE:

1. <https://ro.wikipedia.org/w/index.php?title=For%C8%9B%C4%83demunc%C4%83&action=edit§ion=1>;
2. <https://termene.ro/articole/obiectivele-smart>.

Coordonator științific: ATANASOV Aurelia,
Profesoară de limba și literatură, română,
Colegiul Național de Comerț al ASEM,
strada Petru Rareș 18, Chișinău