

ас д-р ИРЕНА ЕМИЛОВА
НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ, София

**РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА – ПРЕДПОСТАВКА ЗА РЕАЛИЗАЦИЯТА НА
ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПЕРСОНАЛ**

**DEVELOPMENT OF TOURISM – A PRECONDITION FOR EMPLOYMENT REALIZATION
OF TOURISM PERSONNEL**

Assistant Prof. Dr. IRENA EMILOVA
NEW BULGARIAN UNIVERSITY, Sofia

Abstract: This study is an attempt to analyze the problems of finding of an intersection point between the great number of Tourism management universities or colleges, the increase of hotel capacity, low payment in tourism industry and the insufficiency of competent personnel.

Key words: competence, development, education, hospitality, hotel capacity, human resources, tourism market.

Развитието на туристическия пазар, характеризиращо се с голяма динамика предполага преди всичко сигурна реализация на кадрите в туризма. Тази теза е логически обоснована, наблюдавайки практиките на развитите туристически държави в света. У нас обаче, на този етап се забелязва обратната зависимост, т.е. развитието на туризма не предполага реализиране на туристическия персонал, парадни различни причини.

С настоящето изследване се прави опит да се анализират проблемите, възникнали през последните няколко години и представляващи голямо предизвикателство именно с тяхното решаване, свързани с намирането на пресечната точка между: от една страна - големия брой висши учебни заведения и колежи по туризъм, подготвящи предимно управленски туристически персонал, от друга – увеличаването с високи темпове на легловата база у нас, от трета – ниското заплащане, и на последно място - недостига на квалифицирана работна ръка.

Българският туристически пазар

Трябва да уточним, че общият размер на приходите от международен туризъм през 2007 г. възлиза на 2.284 млрд. евро, което представлява с 10,8 % повече спрямо същите за предишната година (2006 г.). Нашата страна е била посетена от 3 % повече туристи в сравнение с изминалата, което в абсолютно измерение представлява 7.726 млн. туристи. Освен това се запазва тенденцията, наблюдавана през последните няколко години, при която Европейският съюз продължава да бъде най-големия генератор на международни туристически пристигания у нас. Паралелно с това за същия период общият обем на разходите от български туристи, направени в чужбина, възлизат на 1.332 млрд. евро.

Ако обърнем внимание на статистическите данни от тази година, ще установим, че с 23.4% повече чуждестранни туристи са посетили България през първите два месеца на годината (2008 г.) в сравнение със същия период миналата година, като 18.1% от тях са граждани на страни от Европейския съюз.

Общите приходи, формирани от всички чуждестранни туристи през

януари и февруари 2008 г., възлизат на 97.8 млн. евро, като можем да заключим, че в сравнение с миналата година този показател се е увеличил с 19%. Запазва се и тенденцията за намаляване броя туристи, идващи от Сърбия и Македония, причинен от въвеждането на визов режим за техните граждани с влизането на България в Европейския съюз.

В същото време общият обем на разходите, направени от български туристи в чужбина, възлиза на 137.8 млн. евро. За сравнение – през миналата година той е бил с 32.4% по-нисък.¹

Най-голям процент от чужденците, посетили зимните ни курорти този сезон, са били гърци – 20%, следвани от руснаци – 19%, и британци – 17%. Средната възраст на туристите е 35 години, а болшинството от тях – 63%, са имали завършено висше образование.

В сравнение с изминалия туристически сезон (2007 год.), процентът на чужденците, посетили България за първи път през тази зима, се е увеличил от 37 на 69 на сто. За сметка на това процентът на хората, които са посетили България за втори или пореден път, е намалял от 63 на 31 на сто. Намаление се отчита и в средния брой посещения, направен от чужденците, които са посетили България за втори или пореден път – от 3.8 по време на миналогодишното лято до 2.5 по време на зима 2008.

Като основна причина за посещението си в България по-голямата част от чуждестранните туристи – 73.2%, са посочили възможностите за практикуване на масови зимни спортове – ски и сноуборд. Други 20% от тях са посетили България с цел практикуване на екстремни зимни спортове. Едва около 18.5% от чужденците са посетили страната ни с цел спа-туризъм, което показва, че България не е предпочитана

¹ Анализи на отдел „Статистика и анализи“, дирекция „Туристическа политика“, Държавна агенция по туризъм, 2008 г.

като като спа-дестинация през зимния сезон².

Въпреки процентното увеличение по отношение на приходите от туризъм и броя международни туристи, посетили България, ако вземем предвид класификацията на Световната организация по туризъм (WTO) и Европейския съвет по туризъм (ETC), ще забележим спад от 0,1 % по втория показател, което насочва вниманието преди всичко върху качеството на обслужване, респ. върху човешкия капитал, съотношението качество-цена и туристическата инфраструктура.

Развитие на хотелиерската инфраструктура

През последните десет години хотелиерската инфраструктура отбелязва едни от най-високите темпове на растеж в Европа, включително и спрямо преките ни конкуренти – Гърция, Турция, Хърватска и Румъния. Хотелският капацитет в Европа нараства годишно с 3-4%, докато в България през последните 6 години средногодишният темп на растеж е три пъти по-висок – 12%. На международния туристически пазар обаче общата конкурентоспособност на българския туризъм се определя като средна. България заема 54-та позиция от 124 държави в световната класация по туристическа атрактивност, като основните ни конкуренти стоят на предни позиции.

И през миналата година се запазва тенденцията, регистрирана от 2001 г., към намаляване на средните разходи на място за целия престой в България. В сравнение с 2004 г. е намаляла и средната стойност на туристическия пакет услуги, като това се дължи главно на по-ниската стойност на пакетите за граждани на Балканските страни, Източна и Западна Европа. Обратно,

² Проучване на „Ноема“ - Изследване на туристите в България - Зима 2008 г., по поръчка на ДАТ

пакети с по-висока стойност - през 2007 г. в сравнение с 2004 г. - са закупили гостите от Германия и Русия. Средно за престоя си в страната най-много разходи са направили туристите от Западна

Европа, следвани от Русия и Германия. Най-малко са изразходвали у нас туристите от Северна Америка, Балканските страни и Източна Европа (приходи от международен туризъм).

^{*}The Bulgarian Property Index Magazine

Приходи	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Брутни приходи в млрд. евро	2.4	3.0	3.8	4.8	5.2	5.5	6.0
Нетни приходи в млрд. евро	1061.9	2000	3000	4.2	4.5	5.0	5.5
Среден приход от един туристоден в евро	43	55	60	65	70	75	90

**източник: Държавна агенция по туризъм*

Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в България за периода 2008-2013 година^{*} поставя като една от основните си цели позиционирането на България като туристическа дестинация от по-висок клас на световния пазар по отношение на качеството и добавената стойност. За тази цел е необходимо да се увеличи делът на специализираните видове туризъм, ефективна реклама,

увеличаване броя на туристите като цяло и относителния дял на платежоспособните туристи, ограничаване износа на БВП за конкурентни дестинации и увеличаване пътуванията на българите вътре в страната.

Интерес представлява и посоченото в стратегията разпределение на легловата база по видове комплекси и в дялово отношение.

^{*} http://www.tourism.government.bg/bg/tourism_politic

Разпределение на легловата база

Леглова база по	Дял, в проценти
Черноморие	56.8
Планински комплекси	9.8
Балнеоложки комплекси и селища	4.6
Градски хотели във вътрешността на страната	28.8

**източник: Държавна агенция по туризъм*

Необходимо е да уточним, че всъщност няма точни данни за легловата база в страната. По данни на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация те са 600 хил. Според Държавната агенция по туризъм, но неофициално те са около

900 хил., като 2/3 са по Черноморието, а останалите се разпределят като най-голям относителен дял в столицата и Родопите. Само в Созопол леглата са 17 хиляди (с 3 хиляди са се увеличили спрямо последната една година); 35 хиляди легла притежава к.к. Златни

пясъци, концентрирани в 83 хотела (за сравнение през 1957 година са били 8 хотела).

Факт е увеличаващата се с бързи темпове леглова база у нас, като необходимата ѝ инженерна и туристическа инфраструктура се характеризира с изоставащи спрямо първата темпове на развитие. Освен това се появява и проблемът пред инвеститорите в туризма, свързан с ресурсната осигуреност, касаеща човешкия фактор и управлението на хотелиерската инфраструктура.

Образованието по туризъм

Както вече беше споменато в момента в България се наблюдава изпреварващо развитие на материалната база в туризма по отношение на осигуряването на необходимите туристически кадри. При наличието на 50 акредитирани висши училища в България само в 14 от тях се предлага висше образование по туризъм като през учебната 2005/ 06 година са обучавани 6 000 студента.

В същото време обаче според специалисти в областта, учебните планове и програми на по-голямата част от висшите учебни заведения не отговарят на потребностите на пазара на труда в туристическата индустрия, чието развитие се характеризира с твърде голяма динамика¹. Основните промени, настъпващи в макросредата, заобикаляща туристическия бизнес са свързани преди всичко с: промените в политическата и икономическа среда; интензивните промени в туристическото търсене и предлагане; глобализацията на туристическия пазар; развитието на информационните технологии в туризма; опасността за околната среда в дестинациите; влиянието на туризма върху социално-културните и икономически фактори, др.

¹ Анастасова Л., *Висшето образование по туризъм в България, Бургаски свободен университет, 2005*

Тези аспекти, характеризиращи развитието на туристическата индустрия у нас е необходимо да намерят място в учебните програми на специализираните висши училища по туризъм, за да кореспондират на търсенето на квалифицирана работна ръка.

От друга страна е важно да се обърне внимание на засиленото обвързване на учебния процес с практическото обучение като начин на получаване не само на знания, но и на умения. По този начин студентите влизат в реална бизнес среда и имат възможност освен да формират качества и да направят впечатления на евентуално бъдещите си работодатели. В този смисъл се осъществява среща на интересите между туристическата действителност и човешкия ресурс – кадрите в туризма намират своята реализация, инвеститорите – своя персонал.

Следващият проблем касае качеството на обслужването. Конкретен хотел с четири или пет звездна категория трябва да разполага и с необходимия персонал, притежаващ съответните качества и умения. Специалистите в туризма са категорични, че в момента липсва обучен и добре подготвен персонал в българските курорти, причините за което могат да се намерят в ниското заплащане на труда и сезонния характер на работата. Според различни проучвания едва около 25 на сто от фирмените разходи за персонал е необходимо да се инвестират в обучение. Освен това, добре подготвения български туристически персонал се реализира успешно в други туристически страни като Гърция, Испания, Кипър, САЩ и др. Сравнителни данни показват, че все още степента на удовлетвореност на туристите от качеството на обслужване в България е по-ниска в сравнение със същото в Гърция и в Турция.

От друга страна големите туристически предприятия открито изразяват намеренията си да инвестират

в привличането на чуждестранен персонал отвън.

Човешкият потенциал в туристическата индустрия

Според изследване на ААМР¹ (Американската агенция за международно развитие), проведено преди две години, съществуват големи потребности от квалифициран и обучен персонал в туризма. Резултатите показват, че тези потребности могат да се систематизират в няколко направления:

- Потребности от обучение;
- Потребности от специалисти;
- Използване на собствени и външни програми за обучение;
- Инвестиции в развитието на персонала;
- Потребности от програми за мотивация на персонала.

Изводите, направени на база проведеното проучване насочват вниманието към острата нужда от професионалисти и персонал с необходимата квалификация и образование по туризма.

Обектът на проучване, чуждестранните и български инвеститори, идентифицира основните пречки пред инвестициите в туризма.

Чуждестранните инвеститори изтъкват като основно препятствие недостига на квалифицирана работна ръка и подчертават необходимостта от организиране на обучения по обслужване на клиенти. Българските инвеститори изразяват позицията си по отношение на липсата на стимули за инвестиране в развитието на човешките ресурси и несъответствието между образованието и квалификацията на туристическия персонал и потребностите на индустрията. Акцентът в

изследването се поставя върху необходимостта от регламентирането на гъвкави форми на заетост, съобразени със сезонния характер на бизнеса².

Основните изводи и резултати от проучването се свеждат до следното: потребностите от квалификация и изисквания за специфични умения за различните категории длъжности не са еднакви по отношение на отделните туристически фирми в страната. Съществуват значителни разлики при подбора, квалификацията, заплащането и обучението на персонала между различните предприятия в индустрията.

Като най-съществена се откроява разликата между сезонните (летни и зимни) туристически обекти и постоянно действащите такива, което особено се задълбочава по отношение на бизнес хотелите и ресторантите в големите градове и туристическите обекти със сезонен характер в по-отдалечените части на страната³.

Трябва да отбележим, че кризата за кадри в туризма придобива все по-големи размери. Решението на проблема надхвърля националните рамки и се търси на международно ниво. Могат ли най-младите да направят избор, който да даде дългосрочна стабилност в бранша. Според студентите работодателите в туризма предявяват изключително високи изисквания. От своя страна работодателите твърдят, че не съществува съответствие между очакванията на студентите за високо заплащане и техните умения.

Липсата на достатъчно добре подготвени квалифицирани кадри за нуждите на туризма е явна не само в началото на летния сезон. По данни на Регионалната служба по заетостта (РСЗ) във Варна обявените свободни позиции в сферата на туризма към месец май 2008 са над 400 като търсенето е

¹ Проучване на нуждите от квалифицирана работна ръка и специални умения в българската туристическа индустрия, изготвен от проект Пазар на труда, ААМР, март 2006 г.

²

http://www.pension.bg/bglabor/LaborMarket/bg/report_tourism_final_BG.doc

³ Пак там

насочено предимно към позиции като администратори, сервитьори, бармани, готвачи, камериерки и спасители¹. Освен това се забелязва значителен интерес към работата в туризма, а свободните работни места се обявяват сравнително рано поради растящия с всяка изминала година недостиг на работна ръка. В началото на лятото заявените свободни места се увеличават, докато кадрите значително намаляват. Нерядко в разгара на сезона някои от позициите остават незаети и се налага занижаване на изискванията към квалификацията на персонала от страна на работодателите.

От друга страна, по данни на катедра "Икономика и организация на туризма" към ИУ – гр. Варна, учебните заведения в морската столица приемат максималния брой студенти, отпуснати от министерството на образованието. Според тях и по данни на Колежа по туризъм във Варна тази година като бакалаври в сферата на туризма ще се дипломират над 350 души. Общият брой на обучаващите се студенти е над 1300 и освен тях в Техникума по туризъм се обучават 810 ученици.

Не можем да не обърнем внимание и на факта, че членството на България в Европейския съюз дава по-широка възможност за избор на работно място на младите специалисти в туризма у нас. Най-търсените възможности за работа сред студентите по туризъм остават страните от ЕС или САЩ. Работата в чужбина дава важен опит и позволява спестяването на средства за следващата учебна година.

На следващо място, опитът от работата в чужбина логично завишава изискванията на българските студенти. Рядко обаче техните очаквания биват удовлетворявани от българските работодатели. Според студентите изискванията на работодателите са прекалено високи за предлаганите

условия на работа. Всяка година туристическият бранш организира студентски трудови борси в рамките на Панаира на туризма и свободното време във Варна, въпреки което голяма част от работодателите явно все още не осъзнават причините за проблема с кадрите, твърдят студентите.

Според проучване² на консултантска агенция към момента заплатите в туризма не се отчитат като високи спрямо средните заплати в страната. Освен това, работата в туристическите курорти е все по-малко привлекателна за жителите на морските градове. По-голямата част от туристическия персонал са студенти и ученици или работници, идващи от вътрешността на страната. Заплатите се определят като ниски, имайки предвид сезонния характер на работата, което се явява причина свободните позиции да не са атрактивни за висококвалифицираните кадри.

Тъй като не се успява да се намери решение за преодоляване на дефицита на работна ръка, Министерството на труда и социалната политика предлага осигуряването на персонал от чужбина. Очакванията са за 10 хил. души от Молдова. Според направено проучване въпреки относително ниските заплати, които се предлагат у нас, разходите за транспорт и настаняване, както и таксите за обработка на документите на сезонните работници от чужбина значително оскъпяват цената на импортната работна ръка. Така средствата за наемане на чужденци стават значително по-големи за работодателите от тези, които се налага да правят за българските граждани. Младешките в Молдова също имат възможност да работят в страните от ЕС или САЩ, използвайки същите програми както българските си връстници. САЩ предлагат няколко варианта за работни визи Work & Travel-J1 за студенти,

¹ По данни на дирекция Информация и анализи, Регионална служба по заетостта – Варна, 2008 г.

² Изследване на Национална агенция „Мираж консулт“

Seasonal Work-H2B - работа в определени сфери за обмен на трудов опит като осигуряваната заетост е предимно в туристическия отрасъл. Това допълнително затруднява достъпа на българския бизнес до квалифицирана работна ръка. В такъв случай, решение може да се търси в повишаване на трудовите възнаграждения, което ще резултира в привличането на повече кандидати за работа. В този смисъл, инвестициите в материалната база не са противопоставени на инвестициите в персонала.

След направения анализ на гореразгледаните аспекти на туризма у нас, могат да се направят няколко изводи и препоръки:

→ Засилване ролята на общинската администрация и прозрачност при отчитане на приходите на държавата от туризъм и дейностите, за които се изразходват тези средства.;

→ Въвеждане на стимули или данъчни преференции за инвестиране в човешките ресурси;

→ Осъществяване на ефективен контрол върху спазването на държавните изисквания към туристическите обекти с

цел предотвратяване на нелоялната конкуренция;

→ Въвеждане на единни сертификати за хотелите и туристическия персонал;

→ Регулация на пазара на сувенири;

→ Проучване и въвеждане на опита на други туристически държави;

→ Създаване на гъвкави форми на заетост, отговарящи на потребностите на туристическия бизнес;

→ Разработване на професионални програми за обучение и контролиране качеството на тяхното провеждане;

→ Въвеждане на допълнителни часове по практическо обучение от страна на университетите и на повече възможности за специализация по време на обучението. Организиране на стажантски програми;

→ Актуализиране на учебните програми с цел проследяване и обхващане на нови тенденции в развитието на туристическия бизнес.

→ Установяване на тесни връзки между образованието и бизнеса, с цел адекватно посрещане на нуждите на пазара на труда.