

доц. д-р ВАСИЛ МАРИНОВ

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ

**ОТНОШЕНИЕТО НА ПРАКТИКАТА КЪМ ПРАКТИЧЕСКАТА
ПОЛЕЗНОСТ НА УНИВЕРСИТЕТИТЕ – ПРОБЛЕМИ И ВЪЗМОЖНИ
РЕШЕНИЯ**

**THE RELATION OF PRACTICE TO PRACTICAL UTILITY OF UNIVERSITIES
– PROBLEMS AND POSSIBLE SOLUTIONS**

Associate Prof. Dr. VASIL MARINOV

SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”

Abstract: The objective of the present paper is to present some empirical data for the relations between the practice and the universities and for their practical utility, to define some problems and some possible solutions of these problems. The necessity of such type of scientific developments comes from the fact that often the problems in this area remain either not quite clearly defined, or, which more often, not defined in a quantitative manner. The basic idea set in the paper and in the interpretation of the data is that the universities, all in all, should serve for the needs of business (or more widely said – the needs of the “practice”), which means that to be effective, they should have information on the opinions from the “practice”, including the view for their utility.

Keywords: relations between the business and the universities, empirical data, opinions, views

Целта на настоящата разработка е да представи някои емпирични данни за отношението на практиката към университетите и тяхната практическа полезност, да формулира основни проблеми и някои възможни решения на тези проблеми. Нуждата от подобни разработки произтича от това, че много често проблемите в тази област или остават недостатъчно ясно формулирани или – още по-често – не са количествено определени. Основна идея, залегнала в доклада и в интерпретацията на данните е, че в крайна сметка университетите трябва да обслужват нуждите на бизнеса (или по-широко на „практиката“), което означава, че за да бъдат ефективни, те трябва да имат информация за вижданията на практиката, в т.ч. и за преценката на тяхната полезност.

**1. РЕЗУЛТАТИ ОТ ОЦЕНКИТЕ НА
КАПАЦИТЕТА НА МЕСТНИТЕ АКТЬОРИ
ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ФОНДОВЕТЕ НА
ЕС**

1.1. Източници на информация

В периода 2004-2008 г. са проведени няколко проучвания за капацитета на местните актьори за използване на фондовете на ЕС (Михайлов и др., 2004; Маринов и др., 2006; Маринов и Гарнизов, 2006; Станев и др., 2006; Garnizov et al., 2008)¹. Те включват и въпроси за интензивността на взаимодействията между бизнеса и университетите, както и оценка за относителните предпочитания към университетите като доставчик на информация, обучение и консултантска помощ във връзка с използването на фондовете на ЕС. Макар че данните са по-обща и надхвърлят значително сферата на туризма, информацията от тези проучвания изглежда полезна и уместна, доколкото става въпрос за актуална тема и нова област на работа, към която актьорите от практиката проявяват повишен интерес в

¹ Авторът е участвал във всички посочени проучвания и е бил ръководител на експертните проучвания, осъществени от Програмата за развитие на ООН през 2005-2006 г.

последните 2-3 години. Така например към 2006 г. $\frac{3}{4}$ от туристическите организации и близо половината от туристическите фирми искат да участват активно в използването на фондовете на ЕС, а $\frac{1}{4}$ от туристическите организации и над $\frac{1}{3}$ от туристическите фирми изразяват по-умерено желание за участие. (Маринов, 2006, с. 22). През 2008 г. 75 % от общините декларират намерения за кандидатстване с проекти по операция 3.1 на Оперативна програма „Регионално развитие“ (Подобряване на туристическите атракции и свързаната с тях инфраструктура), а 60% - по операция 3.2 (Развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинацията) (Garnizov et al., 2008).

От друга страна, осъществени през 2007 г. оценки (Malhassian et al., 2007; Marinov, 2007) показват значително разминаване на проектното търсене с философията на туристическия приоритет на Оперативната програма за регионално развитие, в която е концентриран най-големият ресурс за публична подкрепа на туризма (218 млн. евро за периода 2007-2013 г.), което поставя под съмнение ефективното и ефикасно използване на средствата от фондовете на ЕС и предполага значителна експертна помощ за идентифициране и разработване на уместни, осъществими, ефективни и ефикасни проектни предложения.

Проучването на неправителствените организации и бизнеса обхваща 474 фирми, в т.ч. 41 от сферата на туризма или 9% от извадката и 419 неправителствени организации, в т.ч. 17 от сферата на туризма или 4% от извадката (Маринов и др., 2006, с. 18 и приложение 1). Проучването на

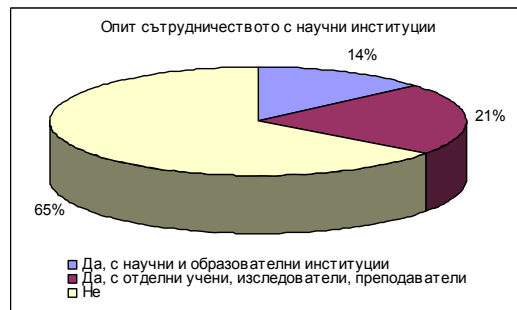
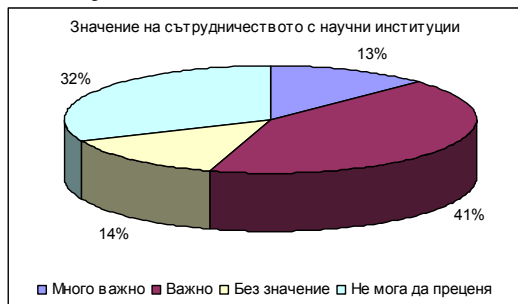
общините и областите от 2006 г. (Маринов, Гарнизов, 2006, с. 16) обхваща 243 общински (92%) и 28 областни администрации (100%), а проучването на бенефициентите на Оперативна програма Регионално развитие, обхваща всичките 264 общини, 9 министерства и агенции, които са конкретни бенефициенти на операциите на програмата, както и избрани неправителствени организации (по-специално туристическите сдружения и асоциации) (Garnizov et al., p. 11). Тези данни показват, че изходната информация се основава на сравнително големи, а в някои случаи на практика изчерпателни извадки, които осигуряват висока надеждност на изводите.

1.2. Партньорство бизнес-наука

При проучването на фирмите са поставени изрични въпроси за партньорството „бизнес-наука“ (Маринов и др., с. 106-107).

Повече от половината от фирмите (54%) определят връзката „бизнес – наука“ като важна за своето развитие (13% – като много важна и 41 % като важна). Особено силна е диференциацията в отговора за важността на връзката с науката за бизнеса по отрасли. **За най-важна се смята връзката с науката от фирмите в туризма** (27% много важно и 47 % важно), финансовите услуги (24% и 48%), горското стопанство (19% и 54%), комуналните услуги (17% и 50%) и хранително-вкусова промишленост (16% и 50%). Значително по-ниски от средните стойности посочват респондентите от отрасли съобщения (6% и 18%) и търговия (0% и 48%).

Фиг. 1. Значение на и опит в сътрудничеството между бизнеса и научните институции



Тази сравнително висока оценка на важността на връзката бизнес-наука, обаче е повече декларация или намерение отколкото реалност. Докато повечето от фирмите разглеждат партньорството с научните среди като важно за своето развитие, то много по-малко от тях поддържат подобни взаимоотношения. Българският бизнес не е свикнал да си сътрудничи с научни организации - само 1/3 от фирмите имат опит в такова сътрудничество. При 1/4 от фирмите, които смятат сътрудничеството с научни организации и учени за много важно и при 1/2 от тези, които го смятат за важно, тази положителна нагласа не е довела до реално сътрудничество. За туристическите фирми резултатите отново са по-благоприятни от средното – повече от половината от тях (53%) имат опит в сътрудничество с научните среди.

Особено тревожно е, че **сътрудничеството с науката е по-често не-институционализирано** (в 60% от случаите то е с отделни учени, а не с организации). Този модел не създава добри предпоставки за по-мощни проекти, в т.ч. и съфинансирани от структурните фондове. Средно 14 % от фирмите си сътрудничат с научни институции, а 21% с отделни учени. В сферата на туризма обаче, е много по-висок дялът на случаите на институционално сътрудничество (40%) в сравнение със сътрудничеството с отделни учени или преподаватели (13%), респ.

съотношението между двете форми на сътрудничество е 75:25 при средно 40:60.

1.3. Предпочитан доставчик на информация, обучение и техническа помощ във връзка с използването на структурните фондове (СФ)

Практически всички респонденти от неправителствения и бизнес-сектора споделят мнението, че е необходима организация, която да осигурява информация, обучение и друга подкрепа във връзка с използването на структурните фондове. С това не са съгласни по-малко от 1% и в двата сектора (Маринов и др., с. 139-140).

Що се отнася до най-подходящия тип организация, която може да осъществява подобна дейност, двата сектора също показват сходство в избора си на типа организации, но ги ранжират по различен начин. Неправителственият сектор предпочита най-много подобна организация да е НПО с национален обхват на дейност (30%), а на второ място поставя консултантските фирми (22%). Бизнесът, обратно, поставя на първо място консултантските фирми (30%), а на второ – национални НПО. С по-малко значение са централната и регионалната администрация. Но и в двата случая на последно място сред изброените 9 възможности се поставят висшите учебни заведения (3% при бизнеса и 2% при НПО). Това е индикатор за **ниското доверие на**

фирмите и НПО към висшите учебни заведения като потенциален партньор в процеса на изграждане на капацитет за използване на фондовете на ЕС. При туристическия бизнес резултатите отново са малко по-благоприятни от средното, но в никакъв случай не са

успокояващи – 5% от фирмите неправителствените организации смятат висшите учебни заведения за подходящ „доставчик“ на подкрепа. За разлика от това нито една неправителствена организация не дава своето предпочитание на университетите.

Табл. 1 Предпочитан доставчик на информация, обучение и техническа помощ

	НПО (2006)		Бизнес (2006)		Областни администрации (2006)	Общини	
	Средно	Туризъм	Средно	Туризъм		2006	2008
Без отговор	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
Общинска администрация	4%	0%	12%	11%	п.а	п.а	п.а.
Областна администрация	8%	6%	4%	3%	7%	5%	4%
Деконцентрирани структури на централната администрация	9%	13%	5%	3%	11%	9%	16%
Министерства и агенции	10%	13%	9%	18%	36%	42%	52%
Висше учебно заведение - университет, колеж, институт	2%	0%	3%	5%	0%	4%	1%
Неправителствена организация с общински обхват на дейност	4%	0%	6%	3%	0%	1%	0%
Неправителствена организация с регионален обхват на действие	8%	31%	9%	11%	4%	3%	1%
Неправителствена организация с национален обхват на действие	30%	19%	20%	24%	11%	16%	3%
Консултантска фирма	22%	19%	30%	21%	25%	17%	22%
Друго	3%	0%	1%	3%	7%	1%	1%
Не е необходима такава организация	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%

Вижданията на общините по същия въпрос се различават с много високото доверие към централната администрация (42%). **Но и в този**

случай доверието в университетите е на много ниско ниво – едва 4%, като изпреварва само малките местни неправителствени организации. В отговорите на областните администрации ситуацията е екстремна – няма нито един случай, в който университетите да са посочени като подходяща организация за подкрепа.

Един от парадоксите, свързани с горните данни, е, че особено консултантските фирми и някои неправителствени организации привличат активно за своята дейност като доставчик на информация, обучение или техническа помощ учени и преподаватели от университетите.

2. ПРОБЛЕМЪТ И НЕГОВИТЕ ВЪЗМОЖНИ ПРИЧИНИ

В крайна сметка се очертава изводът за един неблагоприятен образ на българските университети като „пространство на безполезно за практиката академично знание”. (Маринов и др., с. 154-155). Възможни са поне две обяснения за тази ситуация:

1) университетите не предлагат на практиката подходящи и практически полезни решения или

2) въпреки че предлагат такива решения, университетите не са успели да формират подходящ имидж.

Независимо, че ситуацията в сферата на туризма изглежда по-благоприятна в сравнение със средното, тя в никакъв случай не може да се смята за успокояваща.

В допълнение може да се припомни едно от съвременните предизвикателства пред туристическото развитие в България в началото на XXI век, формулирано през 2000 г. – „за туризма в България има твърде много научни разработки, които често са с остарели концепции или не отговарят на практическите нужди и твърде много приложни разработки, които търсят решаването на практически проблеми, но често пропускат това, което науката

вече знае” (Маринов, Петров, 2000, с. 198).

3. ВЪЗМОЖНИ РЕШЕНИЯ: ПРИМЕРЪТ С ПРОИЗВОДСТВЕНИЯ СТАЖ В СПЕЦИАЛНОСТ „ТУРИЗЪМ” В СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

При всички случаи подобряването на образа на университетите и по-доброто разбиране на нуждите на практиката предполага по-тесни контакти и взаимодействие между университетите и практиката. Една от възможностите за това е провеждането на производствения стаж на студентите от специалност „Туризм”, който се оценява като една от силните страни и специфични особености на обучението на бакалаври по туризм в Софийския университет.

По-нататък се разглежда накратко производственият стаж за специалност „Туризм” в Софийски университет. В сегашния му вид той се осъществява от 1995 г. Сравнително дългият период позволява да се оценят обективно неговите предимства и недостатъци и да се направят по-общи заключения за ползата от производствените стажове. По-детайлно представяне и оценка на производствения стаж е направена от Воденска и Минковски (2005), поради което в настоящия доклад представянето е ограничено и се фокусира само върху основни параметри на стажа¹.

Производственият стаж в специалност „Туризм” в Софийски университет се основава на концепцията за обучение тип „сандвич”. Стажът е заложен в шести семестър на учебния план за подготовка на бакалаври. Продължителността му е не по-малко от 4 месеца (целият семестър), но на практика по споразумение между

¹ Използваните по-долу данни са от цитираната публикация (Воденска, Минковски, 2005) или са предоставени от ръководителя на производствения стаж гл.ас. Румен Минковски.

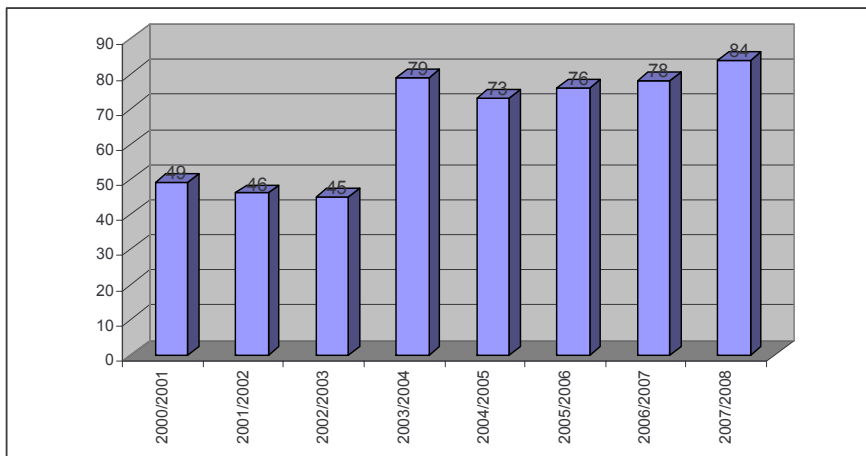
студента и работодателя обикновено продължава през целия период, в който е възможно провеждането му (от 1 март до 30 септември). Периодът е подбран така, че студентите вече да са получили значителни знания по основни „туристически“ дисциплини (напр. „Основи на туризма“ – I сем., „Хотелски операции“ – III сем., „Ресторантски операции“ – III сем., „Маркетинг в туризма“ – IV сем., „Туристическа интерпретация и екскурзоводска дейност“ – V сем., „Туроператорска и агентска дейност“ – V сем. и др.). Същевременно той е удобен за туристическата индустрия, доколкото съпада с периода, в който има повишено търсене на кадри. Сравнително голямата продължителност на стажа позволява на студентите да навлязат в детайлите на работата, да придобият и затвърдят необходимите умения и не на последно място – да развият увереност в собствените си способности за справяне с възложената им работа. Друго предимство на по-голямата продължителност е повишаването на заинтересоваността на работодателите да „инвестират“ в тяхното въвеждащо обучение на място.

Студентите се настаняват на работа предимно в туристически агенции и туроператори (43%) и хотели (34%), по-малко в ресторанти (15%) и неправителствени организации (8%). За насочването на студентите всяка година през декември се организира среща с потенциалните работодатели, на която те представят своите организации, позициите, за които търсят стажанти и основните изисквания към тях и имат

възможност за преки контакти със студентите, на които им предстои осъществяване на стажа.

За изминалия 12-годишен период може да се отбележи една важна количествена тенденция. В самото начало бизнес средата не беше готова да приема студенти на стаж за толкова продължително време и в първите няколко години много трудно се намираха туристически организации, с които катедрата можеше да си партнира. В резултат на многобройните срещи, развитието на контактите със заинтересованите страни и не на последно място в резултат от осъзнаването на ползите за самите работодатели, това положение се промени и вече от няколко години отчитаме повече заявки от туристически организации, отколкото са студентите, подлежащи на стаж. С други думи, в последните няколко години **«търсенето» на студенти от специалност «Туризм» в Софийския университет за производствен стаж надвишава «предлагането»**, което осигурява големи възможности за избор от страна на катедра «География на туризма» като организатор на стажа, но също и от страна на отделните студенти. Важно е, че тази тенденция се реализира в условия на значително нарастване на общия брой обучавани, респ. на броя студенти, които осъществяват производствен стаж – за времето от 2000/2001 да 2007/2008 година броят на студентите, настанявани за производствен стаж е нараснал с над 70%.

Фиг. 2. Брой студенти от специалност „Туризъм”, осъществили производствен стаж



Организацията на производствения стаж изисква значителни усилия и време. В опростен вид основните етапи могат да се представят както следва: (Табл. 2).

Табл. 2. Основни етапи на организацията и провеждането на производствен стаж в специалност „Туризъм” на СУ „Св. Климент Охридски”

Етап	Основни дейности	Период
Предварителна работа със студентите	<ul style="list-style-type: none"> • Срещи и лекции 	Октомври-ноември
Трудова борса (среща между потенциалните стажанти и работодатели)	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка на автобиографии • Представяне на работодателите • Преки контакти между работодателите и студентите 	Декември
Подбор на стажантите	<ul style="list-style-type: none"> • Подбор и разпределение на стажантите • Съвместно осъществяване от представител на катедрата и на работодателите 	Януари-февруари
Начало на производствения стаж	<ul style="list-style-type: none"> • Интервю • Инструктаж от работодателя и ръководителя на стажа • Тристранни договори 	Март
Наблюдение на производствения стаж	<ul style="list-style-type: none"> • Споразумения между студентите и работодателите за предстоящите дейности • Супервайзър от туристическата фирма 	Март-Юни
Оценка на трудовото представяне	<ul style="list-style-type: none"> • Представител на катедрата • Оценка от работодателя по стандартен формуляр 	Юни
Заклучителен отчет и заверка	<ul style="list-style-type: none"> • Самооценка от студента и задълбочен отчет • Представяне на заключителен отчет от студента 	Октомври
Обобщен отчет	<ul style="list-style-type: none"> • Беседа с представител на катедрата • Изготвя се от ръководителя на стажа • Представя се на следващата среща с работодатели 	Ноември

Натрупаният опит позволява да се формулират редица ползи от производствения стаж във вида, в който се провежда в специалност „Туризъм“ на Софийски университет:

- За студентите – възможност за пряк досег с реалната практика и за „приземяване“ на теоретичното обобщение

- За работодателите – получаване на нови идеи, но също така по-добро виждане за подготовката на кадри в университета

- За преподавателите (университета) – възможност за получаване на обратна връзка за дефицитите на обучението и за подобряване на практическата ориентация на обучението

Най-важният индикатор за полезността на стажа е, че значителна част от студентите продължават да работят в организациите, в които са провели производствения си стаж.

Използвани източници:

- 1.) Воденска, М., Р. Минковски. Организация и провеждане на производствения стаж на студентите от специалност "Туризъм" при СУ "Свети Климент Охридски". - Сб. докл. От Международна научно-практическа конференция: България и ЕС - Предизвикателства към бизнес обучението, 19-20 септември 2005 г. , Несебър с. 80- 85.
- 2.) Маринов, В. Структурните фондове на ЕС и туризма. – Туристически мениджмънт и развитие, 2006, бр. 8-9, с. 22-25.
- 3.) Маринов, В., П. Петров. Предизвикателства пред българския туризъм на прага на XXI век. - Проблеми на географията, 2000, 1-4, с. 189-199.
- 4.) Маринов, В., В. Гарнизов, Г. Георгиев. Оценка на капацитета на неправителствените организации и бизнеса за участие в усвояването на средства от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС. С., ПРООН, април 2006. 239 с. (<http://www.undp.bg/publications.php?id=1766>)
- 5.) Маринов, В., В. Гарнизов. Оценка на капацитета на общините и областните администрации за участие в усвояването на средства от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС. С., ПРООН, юли 2006. 219 с. (<http://www.undp.bg/publications.php?id=1670>)
- 6.) Михайлов, Д., В. Маринов, Ю. Спиридонова и др. Оценка на общинския и областния капацитет за усвояване на средства от структурните фондове и фонда за сближаване на Европейския съюз. С., ПРООН, 2004. 53 с. (http://www.undp.bg/user_files/bg/documents/misc/assessment_eu_funds_july04/assessment_eu_funds_25july04.pdf).
- 7.) Станев, И., Я. Бюрер-Тавание, В. Маринов, В. Гарнизов, Д. Малхасян. Доклад за развитието на човека България 2006. Готови ли сме за фондовете на Европейския съюз. С., ПРООН, 2006. 135 с.; (<http://www.undp.bg/publications.php?id=1867>)
- 8.) Garnizov, V., V. Marinov et al. Midterm action plan for strengthening the capacity of OPRD beneficiaries. Final report. - EuropeAid/122660/D/SER/BG Creating project pipeline for SF applications - Project Generation Facility – Elaboration of ERDF project proposals. Euroconsultants SA, Formaper, ADO SA,, NIRAS A/S, Nomisma SPA. 7 May 2008, 107 p. (непубл.)
- 9.) Malhasian D., Marinov V., McClements C. Can the OPRD absorb Structural Funds and on what Conditions? An Analysis of Project Demand Relative to Proposed OPRD Operations. Findings, Conclusions and Recommendation for Further Programming and Programme Design and Further Support to Potential Beneficiaries. April 2007 (<http://www.colmmcclements.eu/documents/ BG Operational Programme.pdf>)
- 10.) Marinov, V. Capacity to absorb EU funds in support to tourism development (the case of Operational Programme Regional Development). – In: International scientific conference “Tourism – theory and practice”. Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Sofia 1- 2 June 2007.

Настоящата разработка е представена на Националната конференция „Подготовка и реализация на кадрите в туризма – съвременни изисквания“, гр. Сандански, 24-26 юни 2008 г., организирана от Катедра „Туризъм“ на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“.
