



## **RESPONS**

### **Responsible Skills Alliance for Sustainable Management of Small Hotels and Restaurants**

**539920-LLP-1-2013-1-BG-LEONARDO-LMP**

**Национален доклад**

**Държава: България**

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Този доклад отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържанието в нея информация.



## **СЪДЪРЖАНИЕ**

- 1. Предмет на проучването**
- 2. Критерии, които влияят на дейността на МСП в ХОРЕКА сектор**
- 3. Критерии за провеждане на допълнително обучение**
- 4. Нови умения на мениджърите на малки хотели и ресторанти**
- 5. Заключение**

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Този доклад отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.



## 1. Предмет на проучването

Развитието на съвременния туризъм се характеризира с все по-засилваща се конкуренция между туристическите дестинации в сферата на качеството и цените и с нарастващо разнообразие на предлаганите туристически продукти.

Новите туристически дестинации се развиват динамично спрямо установените пазари, именно поради предлагането на нещо ново и непознато.

Туристическата ни индустрия следва трайна тенденция на бърз растеж през последните няколко години. Благодарение на природното и историческо разнообразие в рамките на едно сравнително ограничено пространство, България има значителен потенциал за развитие на туризма. Такъв потенциал са не само черноморското крайбрежие и планините, които заемат повече от 1/3 от територията на страната, но също и обектите, включени в Списъка на световното наследство на ЮНЕСКО, повече от 600 минерални водоизточници, хиляди местни традиционни и културни атракции; повече от 5 % от територията на страната е със статут на защитена територия (вкл. 3 национални и 11 природни парка) 40 000 исторически паметника, 160 манастира, повече от 330 музея и галерии, богати традиции в провеждането на фестивали и празници, запазено етнографско наследство, национална кухня и качествени вина и др. В страната има официално обявени 142 курорта, от които 58 са балнеолечебни, 56 планински климатични и 28 морски.

Въпреки значителната подкрепа през последните години за публичните структури в сферата на туризма, основният актьор в сектора са **МСП в туризма**, които не са обвързани с държавната туристическа политика и не са обезпечени с финансови средства. Анализите на българския туризъм показват, че по отношение на конкурентоспособност, качество и разнообразие на услугите и утвърдени дестинации на международния пазар, българският туризъм се намира на средно равнище спрямо развитите туристически държави.<sup>i</sup>

Проектът «**RESPONS**» е приел за своя целева група именно представители на МСП в туризма - мениджъри на места за настаняване и хранене. Тяхната нужда от обучение и подобряване на компетентностите е във фокуса на планираните дейности.

Проучването, проведено в рамките на Работен пакет 2, трябва да допринесе за оценка на ситуацията във всяка страна по проекта и да зададе основата, върху която ще се надстройват останалите дейности по проекта.

Потенциални респонденти, които отговарят на модела в проучването, получиха писмо с молба да отговорят онлайн на въпросника (<https://www.surveymonkey.com/s/7KLD89C>) или да попълнят електронна форма (Приложение 1), която да върнат по електронна поща на партньора. Покана за участие в проучването получиха 35 хотела и 15 ресторанта, отговарящи на критериите, предварително определени от партньора, отговорен за проучването.

Получени бяха 33 отговора (14 места за настаняване и 19 места за хранене) или респективно 66 % от анкетираните са отговорили, като само един респондент отговори онлайн на въпросника, 9 върнаха попълнена анкетна карта по електронна поща, останалите 23 са получени чрез индивидуални интервюта, проведени face-to-face или по телефона.

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Този доклад отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.

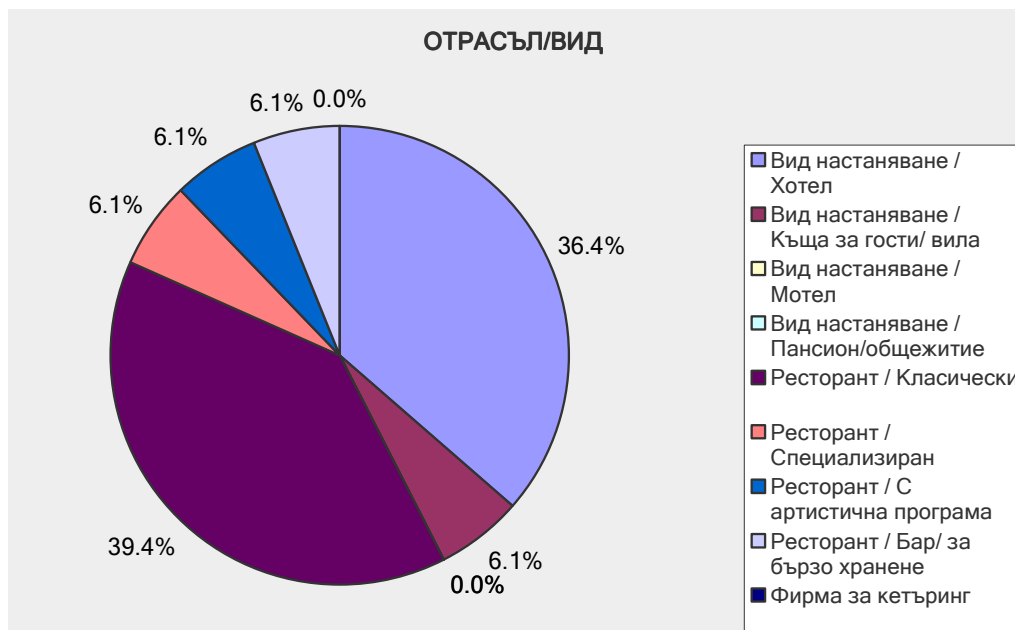
## ХАРАКТЕРИСТИКИ НА РЕСПОНДЕНТИТЕ:

### В зависимост от мястото на осъществяване на дейността на МСП:

- 14 - Балчик,
- 12 - Добрич;
- 3 - Варна;
- по 1 - в София, КК „Албена”, с. Оброчище, с. Кранево.

### В зависимост от вида дейност на МСП:

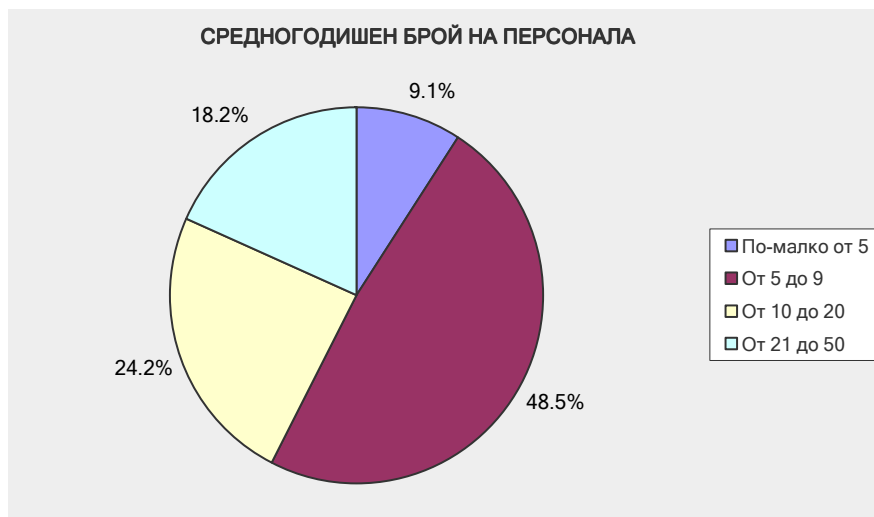
- места за настаняване - хотел/къща за гости/ вила/ вилно селище - 42.5 % от отговорилите, съответно:
  - хотел - 36.4 %;
  - къща за гости/ вила - 6.1 %;
- места за хранене - 57.5 %, от които:
  - ресторант / класически - 39.4%;
  - ресторант / специализиран - 6.1%;
  - ресторант / с артистична програма - 6.1%;
  - ресторант / бар/ за бързо хранене - 6.1%.
- 2 от анкетираните ресторанти предлагат кетъринг, като част от основната си дейност.



Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Този доклад отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.

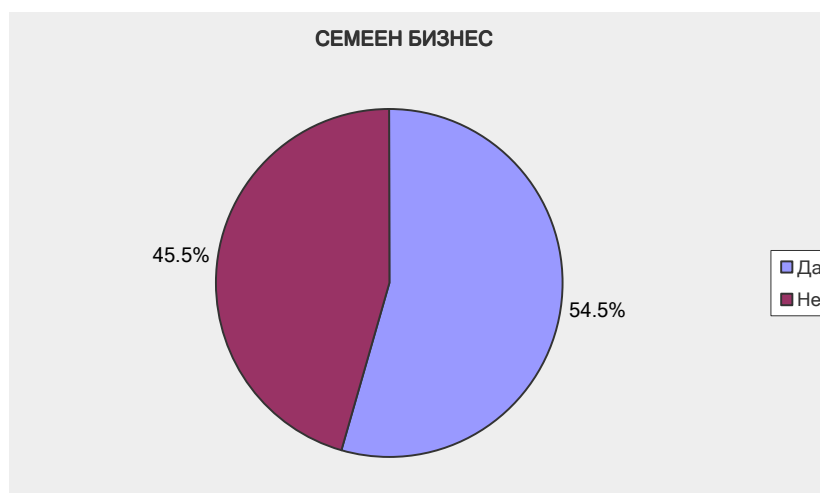
**В зависимост от средногодишния брой на персонала, броя на зетите лица е разпределен по следния начин:**

- По-малко от 5 - 9.1%;
- От 5 до 9 - 48.5%;
- От 10 до 20 - 24.2%;
- От 21 до 50 - 18.2%.



**В зависимост от начина на осъществяване на бизнеса:**

- семеен бизнес - 54.5 %;
- несемеен бизнес - 45.5 %.



Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Този доклад отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.



На базата на дадените отговори могат да бъдат направени **следните изводи** по отношение на основните характеристики на респондентите в проведеното проучване:

- географското и териториалното разпределение на отговорилите е предпоставка за получаването на различни мнения и различни гледни точки;

- приблизително еднаквото разпределение на отговорите в зависимост от вида дейност е условие за адекватност на последващите препоръки и действия по проекта;

- получени са отговори от всички респонденти на всички въпроси, което е показател за добре структурираната и ясна анкетна карта;

- семействеността сред целевата група е двойно по- висока по отношение на местата за хранене - 66.16 % от тях развиват бизнеса семейно, докато по отношение на хотелите този процент е само 35.71 %;

- моделът - респондент в проучването, на базата на което ще бъдат създадени и продуктите по проекта, е мениджър на обект за настаняване/ хранене, обикновено има до 9 служители, с голяма вероятност (почти 50 % - всеки втори) работи в семеен бизнес и работи в малък/ средноголям град.



## 2. Критерии, които влияят на дейността на МСП в ХОРЕКА сектор

Проучването целеше да разбере **1) степента на важност** и наличието на **2) фирмен опит** по отношение на иновативни услуги и възможности в обектите за настаняване/изхранване.

Проучването формулира 12 категории, избрани от сферата на ежедневни задължения и отговорности, и чиято важност да бъде оценена. Отговорите позволяват да се направят следните изводи:

### СТЕПЕН НА ВАЖНОСТ

- всички отговорили оценяват високо важността на предложените теми, като в различна съвкупност те са важни и много важни за над 98 % от тях;

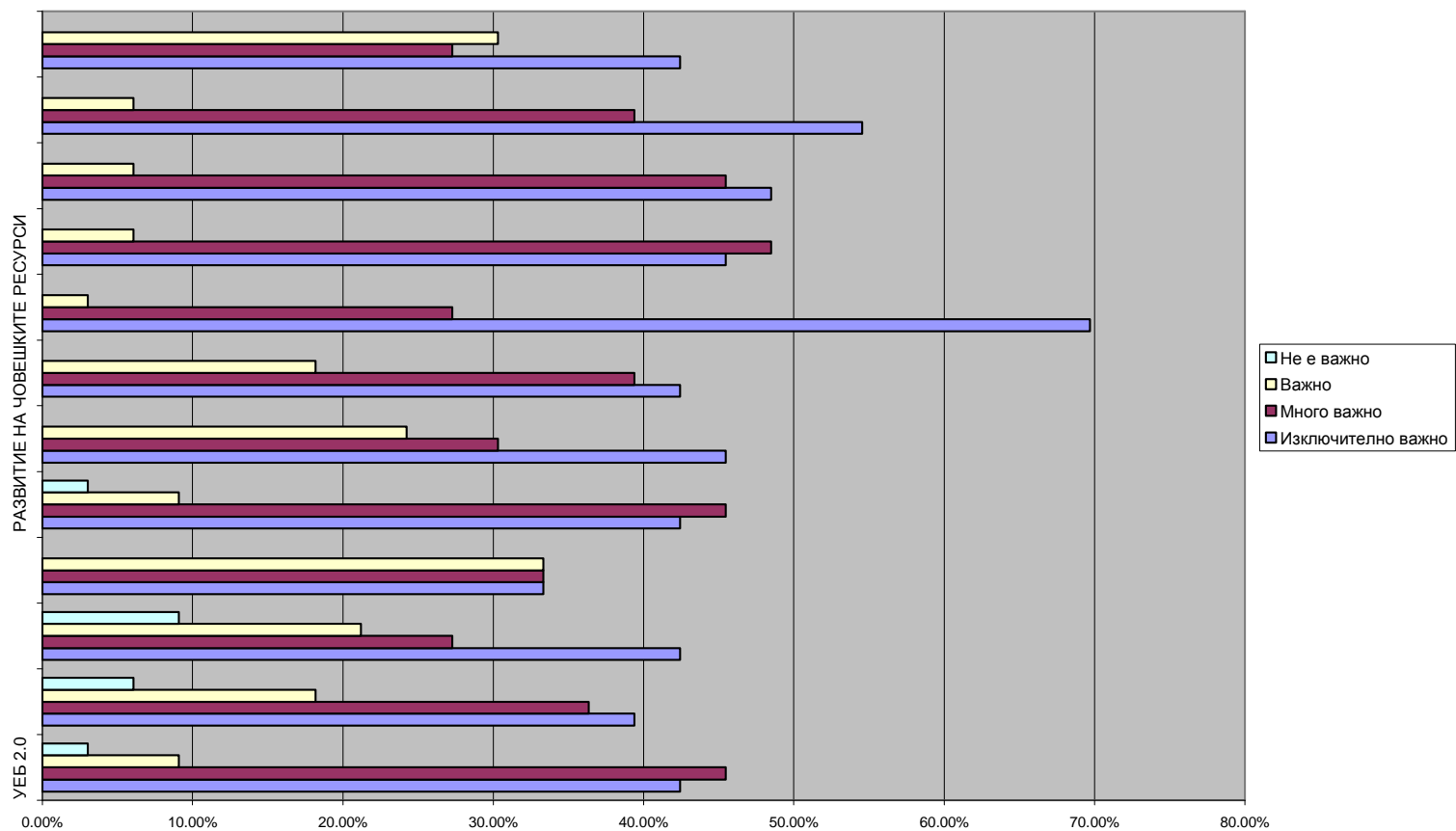
- с най-ниска степен на важност (от 3 - до 9 %) от разглежданите теми за избраните представители на целевата група са тези, свързани с предлагането на **уелнес - услуги, УЕБ 2.0 и възможността гостите да могат онлайн да правят резервации, да управляват своите поръчки и т.н. по отношение на обекта**. Това се отнася и за двете групи анкетираните, като почти няма разлика в подредбата;

- от другата страна, с най-висока степен на важност са оценени темите, свързани с **„безопасни условия на труд”, „екологично отговорно място” и „социална отговорност на работното място”**- за почти 70 % от анкетираните осигуряването на безопасни условия на труд е изключително важно, съответно, за 65 % от мениджърите на хотели и почти 74 % от тези на ресторанти;

- да работят в „екологично отговорно място” е изключително важно за над 55 % от анкетираните, респективно, за 50 % от сферата на хотелиерството и почти 58 % за ресторантьорите;

- високи оценки по отношение на важността за бизнеса получава и категорията **„Местна общност и социални инициативи”** - 45 % и от двете групи смятат, че възможността да си част от местната общност и да допринасяш за реализирането на социални инициативи е съществено за тях.

### Степен на важност



Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Този доклад отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържанието в нея информация.





## ФИРМЕН ОПИТ

Втората група въпроси проучва наличието на опит в представителите на целевите групи по проекта, като дава възможност всеки анкетиран да направи оценка на фирмения опит в същите категории, които вече респондентите са оценявали по степен на важност.

Изводите, които могат да бъдат направени, на базата на предоставените отговори, са следните:

- в най-долния край на скалата по компетентност се нареждат въпросите, касаещи **„Уелнес - предложения”** и **„Онлайн - услуги”**, следвани от три категории с еднакви резултати - **„Специфичен опит в хотелското/ ресторантьорското обслужване”**, **„Местна общност и социални инициативи”** и **„Екологично работно място”**. Едва между 10 и 15 % са фирмите, които имат фирмен опит, свързан с тематиката;

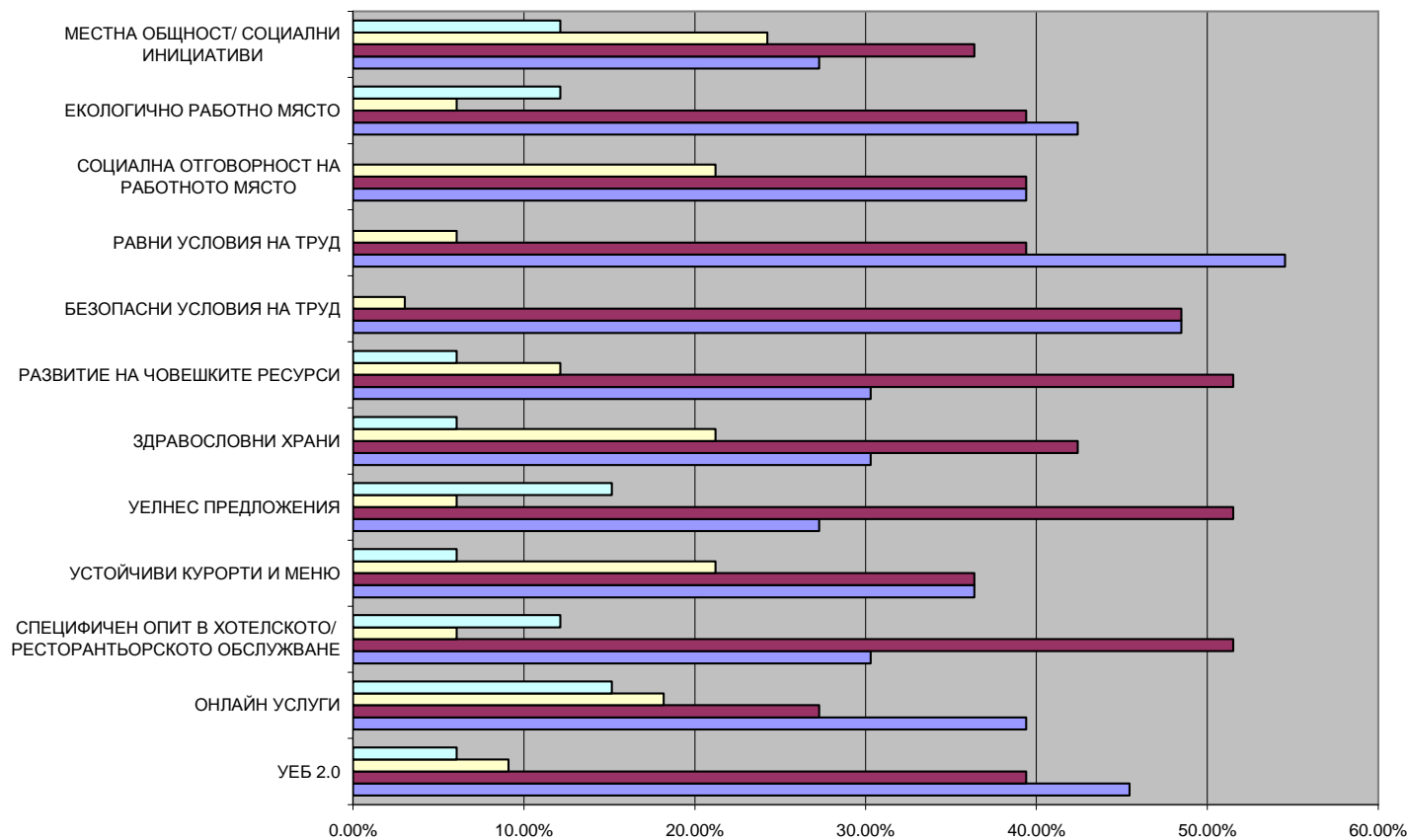
- голяма част от отговорилите и от двете групи преценяват, че на фирмите им липсват знания и умения в посочените сфери - 14 % от хотелиерите определят фирмите си като „начинаещи” или „неопитни” и 23.2 % от ресторантьорите;

- най-ограничени компетентности на фирмено ниво в определена категория проучването отчита в сферата на **„Местна общност и социални инициативи”** за групата на ресторантьорите;

- за разлика от посочените по-горе, сред сферите, формулирани в проучването, има и такива, в които фирмите притежават значителна компетентност. 55 % от общо отговорилите оценяват високо нивата си на фирмена компетентност в голяма част от посочените теми, като най-задълбочени са познанията на дружествата за **„Равни условия на труд”** и **„Безопасни условия на труд”**, съответно 95 % от ресторантьорите и 93 % от хотелиерите считат, че фирмите им са компетентни в това отношение.



### Фирмен опит



Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.

### 3. Критерии за провеждане на допълнително обучение

Една от целите на проучването е да оцени ситуацията и да очертае насоките, които ще се следват при разработката на продуктите, планирани по проекта.

След като респондентите са оценили фирмената си компетентност с определени сфери, в рамките на следващата група въпроси те дават отговори по отношение на иновативни умения, които управителят на малък хотел/ресторант трябва да притежава.

Какви изводи могат да бъдат направени на базата на показаните резултати?

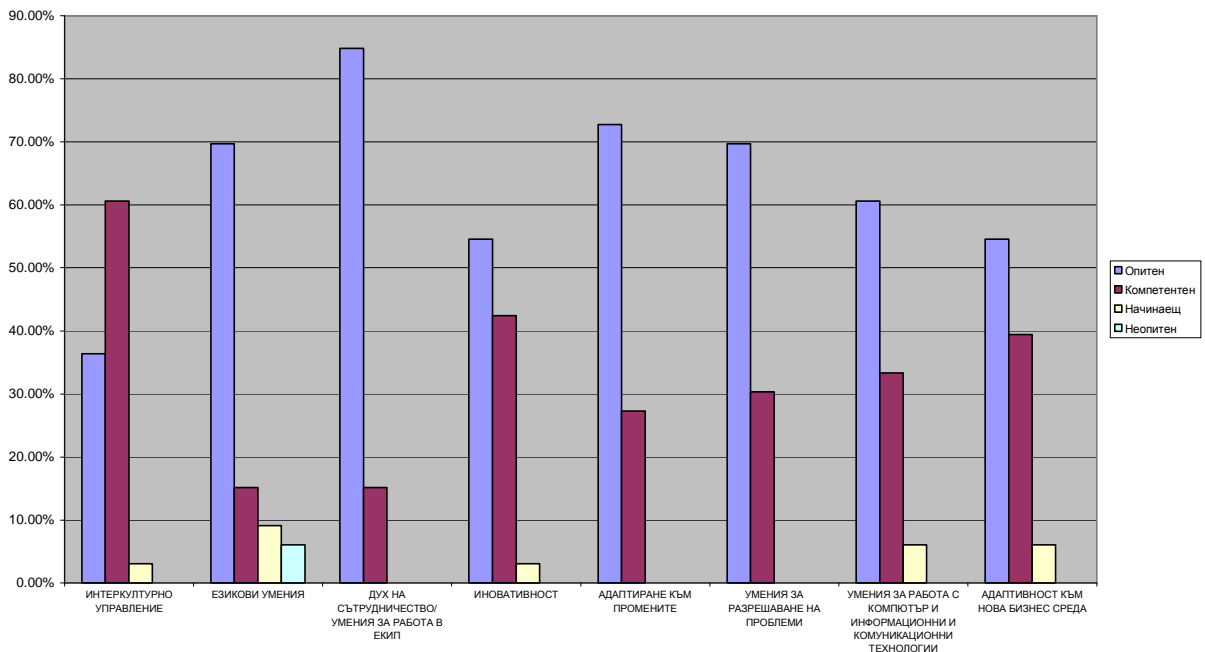
- анкетираните мениджъри и от двете групи оценяват обективно собствената си компетентност, като най-ниски оценки са поставили в категориите „Езикови умения“ и „Умения за работа с компютър“, следвани от „Умения за адаптивност“;

- най-високо ниво на компетентност според отговорите на анкетата мениджърите на МСП - хотели и ресторанти, притежават по отношение на „Уменията за работа в екип“, в която сфера 85 % са „опитни“ и 15 % са „компетентни“;

- почти еднакви умения притежават представителите на целевите групи, що се отнася до „адаптация към промените“ - около 70 % от отговорилите дават най-високата оценка на този въпрос;

- разликите между отговорите в двете групи анкетирани - хотелиери и ресторантьори са пренебрежимо малки, под 2 % и може да не се взема предвид.

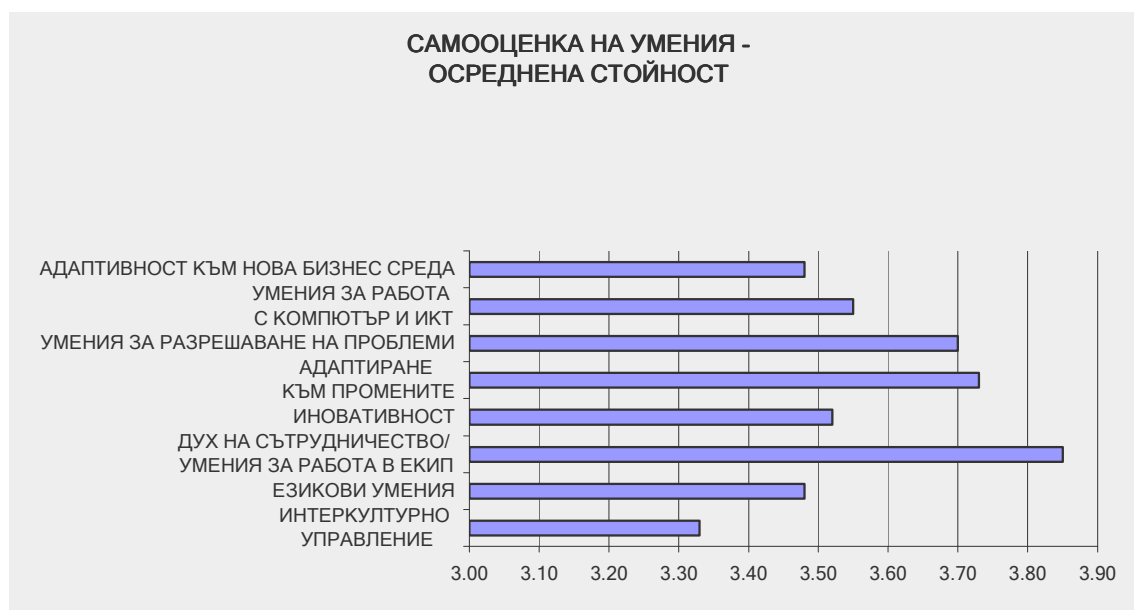
САМООЦЕНКА НА УМЕНИЯТА



Проучването дава възможност на респондентите да формират осреднена стойност на самооценката си по отношение на компетенциите си във вече посочените сфери. Голяма част от отговорите се намират до горния край на скалата за оценка - „4“ е

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява само личните виждания на нейните автори и от Комисията не може да бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.

посочената горна граница и всички осреднени стойности на самооценките се намират между 3.33 и 3.85.



#### 4. Нови умения на мениджърите на малки хотели и ресторанти

Ученето и развиването на уменията през целия живот са определени като ключови елементи в отговор на настоящата икономическа криза, на застаряването на населението и на една по-широка икономическа и социална стратегия на Европейския съюз<sup>ii</sup>.

Мениджърите на МСП в туристическия бранш са част от един перспективен сектор като туризма и имат своята отговорност по отношение на постоянно нарастващата му роля за устойчивото развитие. Осъзнаването на значението и поемането на такива отговорности от страна на мениджъри на МСП в сферата е труден и сложен процес, който минава и през повишаване на знания, умения и компетентности.

Анкетното проучване търси отговори на въпроси, свързани с последващо обучение и образование за тези мениджъри.

Изводите, които могат да се извлекат от отговорите в тази група, позволяват да се очертае картината на предпочитаното обучение като вид и съдържание:

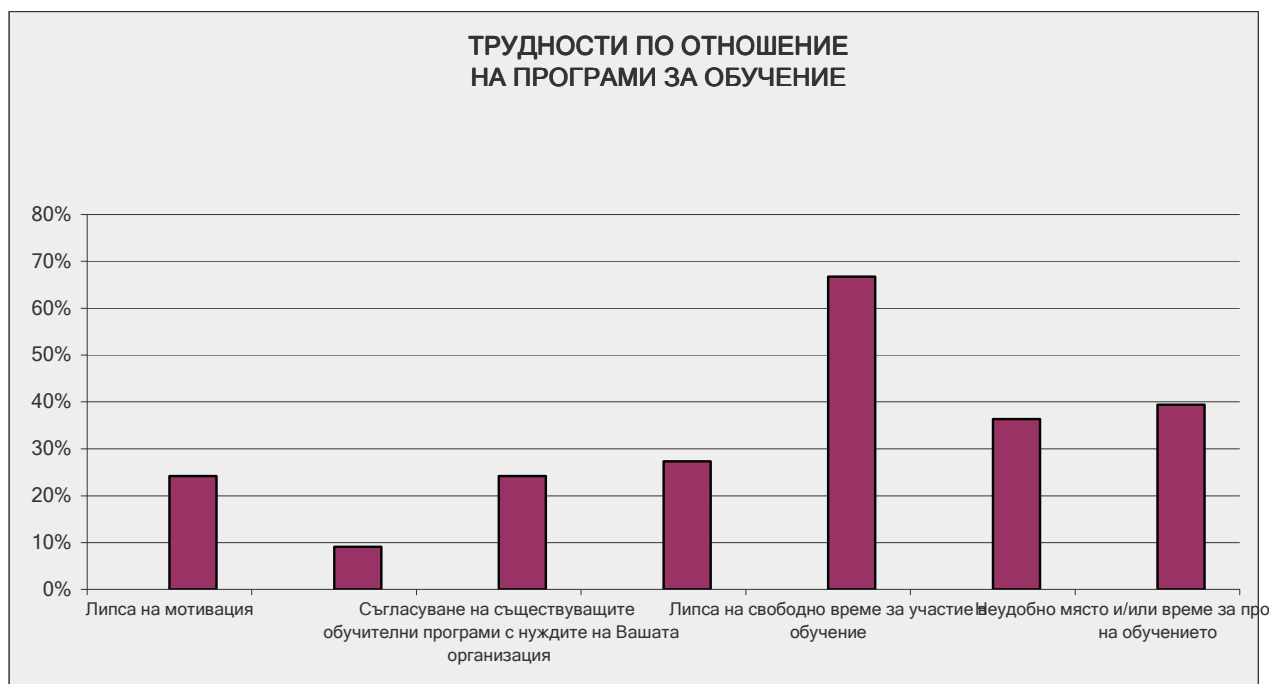
- основната бариера, която създава трудности за 66.7 % от анкетираните по техния път към повишаване на компетентностите и знанията, е липсата на свободно време, респ. 71.42 % - при хотелиерите и 63.16 % - при ресторантьорите;

- на второ място като проблем, отново и за двете групи, са проблемите, свързани с мястото и/ или времето на обучение - 39.4 % от анкетираните посочват това като пречка, съответно 35.7 % сред мениджърите на хотели и 42.10 % сред мениджърите на обекти за хранене;

- третата трудност, дефинирана от отговорите на проучването, е липсата на достатъчно информация - тя съществува за 36.4 % от анкетираните, съотв. 35.7 % от хотелиерите и 36.8 % от ресторантьорите не получават и не намират актуална информация за програми за обучение;

- в отговорите на този въпрос за първи път се откриват съществени разлики в мненията, формирани на браншови признак:

- 31.58 % от мениджърите на обекти за хранене считат, че липсва съгласуваност на съществуващите учебни програми със специфичните нужди на конкретното дружество, докато при хотелиерите това е проблем само за 14.29 % от тях;
- 35.7% от хотелиерите посочват като проблем високите цени на програмите за обучение в техния бранш, докато във втората група само 21.05 % коментират цената като фактор.



Отговорите, дадени на последния въпрос в анкетната карта, потвърждават голяма част от изводи, направени по-горе.

Представителите на целевата група отдават своите предпочитания на обучение, съобразено с техните нужди, отговарящо на техните възможности и носещо им реални ползи, като очакват да получат адекватни предложения по отношение на:

**- формата:**

- дистанционно - това е важно за 66.7 % от всички анкетирани, съотв. за 57.14 % от хотелиерите и 73.68 % от мениджърите на обекти за хранене;

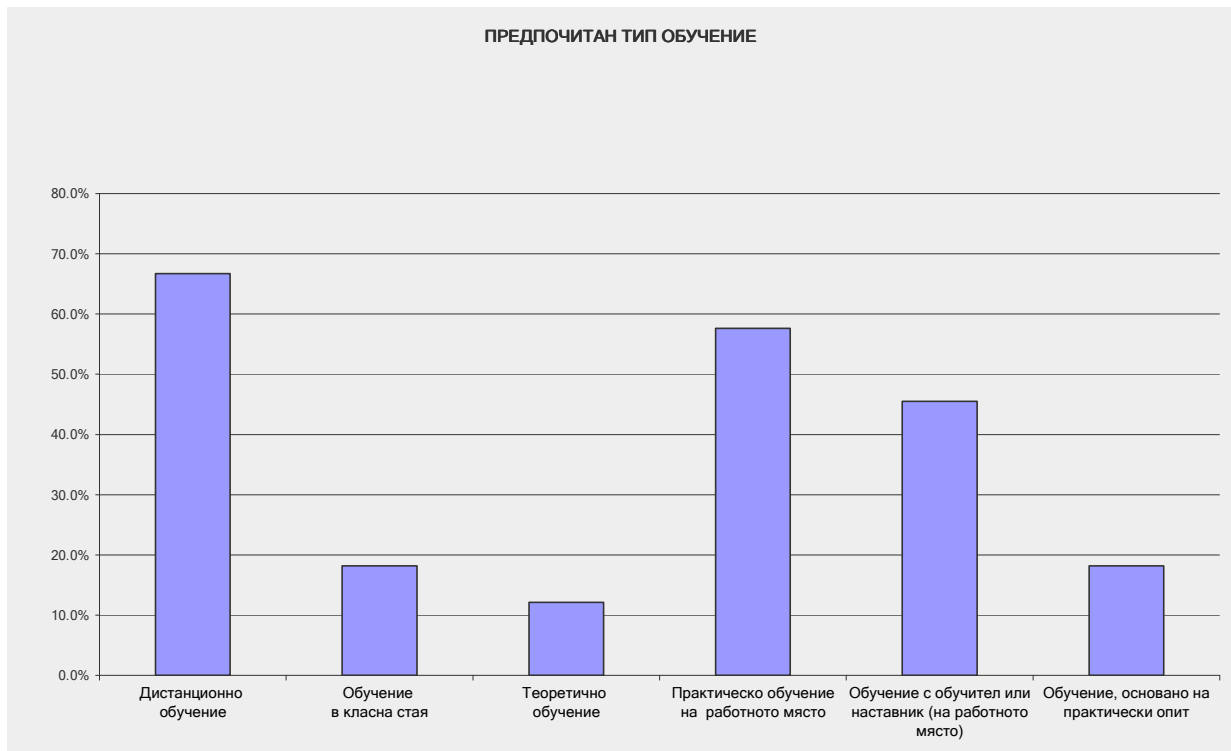
- само 18 % от анкетираните посочват обучението в стандартна класна стая като опция за подобряване на компетентности, съотв. 28.57 % от хотелиерите и 10.51 % от представителите на заведенията за хранене;

**- съдържанието** (анкетираните дават повече от един отговор) -

- практическо обучение на работното място - предпочитано от 57.6 % (57.14 % за хотелиери и 57.89 % за ресторантиери);

- обучение с обучител или наставник на работното място - 45.5 % общо за анкетиранияте; респ. 50 % за представителите на обекти за настаняване и 31.58 % от ресторантьорите;

- обучение, базирано на практически опит - 18.2 % от анкетиранияте, сред които 14.29 % от хотелиерите и 21.05 % от мениджърите на ресторанти предпочитат обучението да е базирано на практически опит.





## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тенденциите в развитието на туризма и постоянно нарастващата конкуренция в сектора изискват управителите / собствениците на малки хотели и ресторанти да притежават новаторски управленски умения, които да им позволят да създадат и ръководят устойчив бизнес, проявявайки социална отговорност при запазване на местната си идентичност.

Създаването на нов професионален профил на мениджъра на МСП от HORECA сектора е провокирано от необходимостта представителите на избраните целеви групи да се изправят пред основните предизвикателства в сектора:

1) увеличаване на търсенето от страна на туристите към качеството, привлекателността, разнообразието и новостите при туристическите услуги;

2) важната роля на ИКТ в хотели по отношение на търсенето, планиране и реализация на пътуванията;

3) намиране на точния баланс между самостоятелното развитие на дестинациите, защитата на околната среда и развитието на конкурентна икономическа дейност;

4) доставка на безопасни и висококачествени услуги.

Проучването, проведено в рамките на Работен пакет 2 трябва да очертае факторите и тенденциите в сектора на национално ниво, като на тази основа търси дефиниране на необходимите знания, умения, компетенции.

Анализът на получените анкети позволява да се направят препоръки към бъдещите дейности и продукти по проекта:

### **Потребителят на дидактическите материали по проекта е:**

- мениджър на обект за настаняване /хранене, обикновено има до 9 служители, с голяма вероятност (почти 50 % - всеки втори) работи в семеен бизнес, който е локализиран в малък/ средноголям град;

- притежава знания, умения и компетентности за изпълнение на ежедневни и рутинни дейности, свързани с управлението на бизнеса, но има желание и търси възможности да ги обогатява с нови решения и методи;

- дневният му график е запълнен, не разполага със свободно време, няма много служители, на когото да възлага и делегира дейности;

- умее да се адаптира към промените, може да работи в екип и търси сътрудничество;

- притежава определени познания по информационни технологии, чужди езици, но оценява необходимостта от подобряване на квалификацията си;

- оценява значимостта на новите реалности в света на бизнеса, като осъзнава, че информационните технологии са инструмент за комуникация, реклама, търговия и т.н.;

- осъзнава, че обучението и подобряването на компетенциите са процеси, които зависят до голяма степен от неговата воля и възможности;

- „отворен” към иновации в сферата;

- иска да развива бизнеса си и устоява на конкуренцията.



**За него е изключително важно да придобива знания, умения и компетентности в нови сфери, които да му дадат възможност:**

- да управлява човешките ресурси в обекта, гарантирайки безопасни условия на труд, екологична работна среда; равни условия на труд;
- да развива бизнеса си по социално отговорен начин, като допринася за успеха на социални инициативи в интерес на местната общност;
- да овладява нови методи, които да му позволят да е „пред“ конкуренцията;
- да привлича гости и клиенти в обекта, придобивайки умения за общуване в интеркултурна среда.

Всяко едно обучение е комплексен продукт, в който се фокусират търсене и предлагане, очаквания и резултати.

Реализирането на основното дидактическо отношение в процеса на обучение - между преподаването на „учителя“ и ученето на „обучаемите“ и постигането на планираните цели зависи от това до каква степен двете страни са наясно с очакванията на другата, до каква степен ги следват, но преди всичко, какво предлагат и по какъв начин.

**Мениджърът на МСП от хотелиерско- ресторантьорския бизнес очаква обучение, което е съобразено с неговите нужди и отговаря на критериите му по отношение на:**

- **форма, време и начин на провеждане;**
- **програма и учебен план;**
- **интерактивност, практическа насоченост;**
- **иновативно съдържание;**
- **максимално оползотворяване на време и ресурси;**
- **практически ползи за подобряване на туристическия продукт и по-висока удовлетвореност на крайния потребител.**

---

<sup>i</sup> „Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България”, 2009 - 2013 г., Министерски съвет, Държавна агенция по туризъм.

<sup>ii</sup> Стратегия „Европа 2020“ за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж”