



## ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ СТАЖ В ОБУЧЕНИЕТО ПО ТУРИЗЪМ В СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

Васил Маринов, Мариана Асенова, Мария Воденска, Елка Дограмаджиева,  
Румен Минковски, Вася Янева, Вера Николова, Атанас Казаков

Васил Маринов  
Мариана Асенова  
Мария Воденска  
Елка Дограмаджиева

Румен Минковски  
Вася Янева  
Вера Николова  
Атанас Казаков

**ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ СТАЖ  
В ОБУЧЕНИЕТО ПО ТУРИЗЪМ  
В СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ  
„СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“**

Университетско издателство  
„Св. Климент Охридски“

София, 2017

*Това издание се посвещава на  
50-годишнината от създаването  
на специалност „Туризм“  
и  
45-годишнината от основаването  
на катедра „География на туризма“  
в Софийския университет „Св. Климент Охридски“*

*Изданието е финансирано със средства, отпуснати целево от  
държавния бюджет на СУ „Св. Климент Охридски“ за научни изследвания  
през 2016 г. (договор № 205/13.04.2016 г.)*

- © 2017 Васил Маринов, Мариана Асенова, Мария Воденска, Елка Дограмаджиева,  
Румен Минковски, Вася Янева, Вера Николова, Атанас Казаков
- © 2017 Университетско издателство „Св. Климент Охридски“

ISBN 978-954-07-4247-2

# СЪДЪРЖАНИЕ

<b>Въведение.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Производственият стаж във висшето образование по туризъм .....</b>	<b>8</b>
1.1 Същност, значение и особености на производствения стаж.....	8
1.2 Опитът в други страни.....	12
1.3 Ситуацията в България.....	16
<b>2. Производственият стаж в обучението на студенти в ОКС „Бакалавър“ в Софийския Университет ....</b>	<b>21</b>
2.1 Въвеждане на производствения стаж.....	21
2.2 Организация и провеждане на производствения стаж.....	22
2.3 Сравнение с чуждестранния и българския опит.....	26
<b>3. Анализ и оценка на производствения стаж в Софийския Университет.....</b>	<b>28</b>
3.1 Методика.....	28
3.2 Работодатели.....	29
3.3 Стажанти.....	34
3.4 Дейности на стажантите по време на производствения стаж.....	37
3.5 Оценка на производствения стаж от работодателите.....	46
3.5.1 <i>Личностно-професионален профил на стажантите.....</i>	<i>46</i>
3.5.2 <i>Оценка за трудовото представяне на стажантите.....</i>	<i>49</i>
3.5.3 <i>Оценка за работата на стажантите в свободна форма.....</i>	<i>50</i>
3.5.4 <i>Препоръки на работодателите.....</i>	<i>52</i>
3.6 Оценка на производствения стаж от стажантите.....	55
3.6.1 <i>Предходни проучвания на мнението на студентите за производствения стаж като част от обучението по туризъм.....</i>	<i>55</i>
3.6.2 <i>Самооценка на стажантите за трудовото представяне.....</i>	<i>55</i>
3.6.3 <i>Коментари и препоръки към производствения стаж в студентските отчети.....</i>	<i>56</i>
<b>4. Включване на резултатите от производствения стаж в учебния процес.....</b>	<b>67</b>
4.1 Учебната дисциплина „Казуси от учебния стаж“.....	67
4.2 Примерна структура на казус и изисквания към студентите.....	68
4.3 Организация на учебния процес.....	69
4.4 Оценка на мотивацията на преминалите стажа.....	69
<b>Заклучение.....</b>	<b>72</b>
<b>Използвани източници.....</b>	<b>76</b>
<b>The Industrial Placement of Tourism Students at Sofia University “St. Kliment Ohridski”.....</b>	<b>81</b>

## СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ

Таблица 1. Предлагане на висше образование по туризъм в България по професионални направления.....	17
Таблица 2. Основни етапи на организация и провеждане на производствен стаж в специалност „Туризъм“ на СУ „Св. Климент Охридски“ (ОКС „бакалавър“)	23
Таблица 3. Структура на работодателите за производствения стаж по сфера на дейност.....	30
Таблица 4. Структура на работодателите според броя на приетите стажанти.....	33
Таблица 5. Структура на стажовете според основната дейност на работодателя.....	37
Таблица 6. Среден брой дейности, осъществявани по време на стажа.....	38
Таблица 7. Структура на дейностите в обекти за настаняване по години.....	39
Таблица 8. Структура на дейностите в туристически агенции по години.....	42
Таблица 9. Оценка на личностно-професионалния профил на стажантите (средно за 1997-2015 г.).....	45
Таблица 10. Оценка на личностно-професионалния профил на стажантите според мястото на провеждане на стажа и типа работодател.....	47
Таблица 11. Оценка на трудовото представяне на стажантите за периода 2010-2015 г. ....	48
Таблица 12. Класификация на оценяваните характеристики на студентите.....	50
Таблица 13. Структура на положителните оценки от работодателите.....	51
Таблица 14. Самооценка на трудовото представяне от стажантите.....	55
Таблица 15. Обобщение на студентските коментари и препоръки в отчетите за производствения стаж.....	56
Таблица 16. Препоръки за мястото на производствения стаж в учебния план на специалността.....	63
Таблица 17. Препоръки към организацията на стажа от катедра „География на туризма“.....	65

## СПИСЪК НА ФИГУРИТЕ

Фигура 1. Наличие на производствен стаж в учебните планове на специалностите по туризъм.....	18
Фигура 2. Продължителност на производствения стаж.....	19
Фигура 3. Средногодишен брой на работодателите, приемащи стажанти от СУ.....	29
Фигура 4. Структура на работодателите по страни.....	31
Фигура 5. Структура на чуждестранните работодатели по страни (1997-2015).....	31
Фигура 6. Структура на българските работодатели по области (1997-2015).....	32
Фигура 7. Промени в териториалната структура на работодателите.....	33
Фигура 8. Брой проведени стажове в периода 1997-2015 г. ....	34
Фигура 9. Структура на стажовете по страни.....	35
Фигура 10. Структура на стажовете в чужбина по страни.....	35

Фигура 11. Промени в териториалната структура на производствените стажове според мястото на провеждане.....	36
Фигура 12. Структура на дейностите в обекти за настаняване по периоди.....	38
Фигура 13. Структура на дейностите в сферата на храненето по периоди.....	40
Фигура 14. Структура на дейностите в туристически агенции по периоди.....	41
Фигура 15. Структура на дейностите в туристически атракции по години.....	43
Фигура 16. Структура на дейностите в публичната администрация по години.....	43
Фигура 17. Структура на дейностите в туристически сдружения по периоди.....	44
Фигура 18. Структура на дейностите в други организации, свързани с туризма, по периоди.....	44
Фигура 19. Оценка на личностно-професионалния профил на стажантите по периоди.....	46
Фигура 20. Оценка на трудовото представяне на стажантите по години.....	49
Фигура 21. Оценка на трудовото представяне на стажантите според мястото на провеждане на стажа и типа работодател.....	49
Фигура 22. Структура на положителните оценки (дял от работодателите).....	51
Фигура 23. Структура на препоръките на работодателите.....	52
Фигура 24. Структура на препоръките, свързани със знанията на студентите.....	53
Фигура 25. Структура на препоръките, свързани с практическия опит и умения.....	53
Фигура 26. Структура на препоръките, свързани с личностните качества.....	54
Фигура 27. Структура на препоръките, свързани с бъдеща работна ангажираност.....	54
Фигура 28. Разпределение на отправените препоръки – дял от общия брой на препоръките .....	56
Фигура 29. Качества и умения, развити в резултат от производствения стаж.....	58
Фигура 30. Наети на работа в същата организация след края на стажа .....	61
Фигура 31. Мотивация на стажантите (2013).....	70
Фигура 32. Мотивация на стажантите (2014).....	71

# ВЪВЕДЕНИЕ



През 2016 година се навършиха 23 години от въвеждането на задължителен производствен стаж в туристическата индустрия в учебния план за образователно-квалификационна степен „бакалавър“ на студентите от специалност „Туризм“ в Софийския университет „Св. Климент Охридски“. В България той беше въведен за първи път от катедра „География на туризма“ през 1993 година. Това ни дава повод отново да бъдат поставени на дискусия някои ключови моменти при осъществяването му, и да се анализира процеса на взаимодействие между катедра „География на туризма“ на СУ „Св. Климент Охридски“ и представители на туристическата индустрия в България. Това взаимодействие се разглежда и като своеобразен мост за утвърждаване и развитие на сътрудничество и партньорство между университетското обучение и туристическата практика в България. Необходимостта от подобна разработка се обуславя и от факта, че производственият стаж на студентите позволява да се открият важни особености на връзката между състоянието на туристическата индустрия и висшето образование по туризъм, което подготвя потенциалните кадри за този сектор.

Изданието представя историята и постиженията на една иновация, която (поне досега) няма преце-

дент в България - производствен стаж на студентите по туризъм с продължителност между 4 и 6 месеца, който официално е регламентиран в учебния план като отделен семестър.

Това е история на много усилия, инициативи, експерименти и успехи, но също така и история на проблеми, грешки, пропуски, слабости, от които трябва да си извлечем поуки. Това е история, правена от много хора, преобладаващата част от които са работили с изключителна всеотдайност – преподаватели от катедра „География на туризма“ в Софийския университет; работодатели, приемачи стажанти, често без да знаят какви рискове и отговорности поемат, но отдавайки им цялото си сърце и професионален опит, за да ги научат на „реалния бизнес“ в България; самите студенти, изправени пред едно ново голямо предизвикателство, което трябва да ги подготви за истинския им професионален живот.

Двадесет години по-късно вероятно е точният момент историята да бъде разказана. Вече имаме достатъчно опит и достатъчно факти, за да можем да проследим развитието, промените и ефекта на тази иновация.

Смятаме, че това е важно за различни заинтересовани страни. То е важно за нас като преподаватели, за да можем да се поучим от грешките, но и от успехите, и за да разберем какво трябва да променим – не само в организацията на производствения стаж, но и в това, на което обучаваме студентите. Това е важно за нашите настоящи и бъдещи студенти, за да знаят откъде сме тръгнали, какво сме постигнали и какво им предстои. Вярваме, че това може да бъде интересно и за вече завършилите студенти, немалко от които се превърнаха в наши работодатели. Това е важно за нашите партньори-работодатели, за да знаят, че ценим изключително високо техния принос в осъществяването на тази необичайна за България (особено преди 15-20 години) дейност и за успеха на нашите студенти. Това е важно, за да се съхрани „институционалната памет“ – бъдещите участници в този процес в Софийския университет да знаят неговата история. Не на последно място, вярваме, че това би представлявало интерес за други висши училища, които биха искали да работят в тази насока и да извлекат своите поуки от нашите подходи, действия, постижения или грешки.

За да разкажем историята точно и обективно, трябваше да се върнем към фактите, данните, документите. Трябваше да направим анализ на свършеното, на постигнатото, на това кое работи и кое не, на това къде сме сбъркали. За това ни помогна скромната, но важна финансова подкрепа по проект, финансиран от средствата, отпуснати целево от държавния бюджет на СУ „Св. Климент Охридски“ за научни изследвания през 2016 г.

**Първа глава** представя контекста – теоретичните виждания за мястото и ролята на производствения стаж във висшето образование по туризъм, опитът на други страни и съвременната ситуация в България.

**Втора глава** разглежда историята и основните параметри на организацията на производствения стаж в Софийския университет.

**Трета глава** е посветена на детайлен анализ и оценка на производствения стаж въз основа на на-

личната документация за 20-годишен период (регистрационни карти, оценки на работодателите, отчети на стажантите). Разгледани са структурата на работодателите, дейностите по време на стажа, оценката на стажа от работодателите и от стажантите.

**Четвърта глава** представя пример за пряко включване на резултатите от производствения стаж в учебния процес чрез въведената преди няколко години специална учебна дисциплина, наречена „Казуси от учебния стаж – добри и лоши практики в управлението на туризма“.

И накрая, заключението обобщава основните констатации и изводи от извършения анализ.

Както беше посочено, въвеждането и успешното осъществяване в течение на 20 години на производствения стаж за специалност „Туризъм“ е резултат от усилията на много хора. Затова екипът на катедра „География на туризма“ изказва своята благодарност на:

- ✓ Нашите колеги от Манчестерския метрополитенски университет, и по-специално на Саймън Браун, Елизабет Айнесън и Греъм Стоун, които подсказаха идеята за оформянето на производствения стаж в сегашния му вид и спомогнаха за запознаването с британския опит;
- ✓ На Емилия Янакиева, която като отговорен служител от Британски съвет съдействаше активно за плавното осъществяване на финансираните или управлявани от него проекти, които осигуриха взаимодействието с британските ни колеги и известна финансова подкрепа в началните години;
- ✓ На нашите „работодатели“, сред които изрично трябва да споменем Байко Байков, Боян Манев, Благовест Лефтеров, Ирина Найденова, Георги Рачев, Любомир Попйорданов, които спомогнаха за осигуряване на голяма част от работните места за стажантите и бяха от решаващо значение за успеха на производствения стаж, особено в етапа на неговото въвеждане.



# 1. ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ СТАЖ ВЪВ ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ ПО ТУРИЗЪМ

## 1.1 Същност, значение и особености на производствения стаж

В съвременната епоха, която се характеризира с несигурност, постоянни промени и нарастваща мобилност на служители на глобалния пазар на труда, туристическият отрасъл твърде често се сблъсква с проблема за привличане и задържане на качествени служители, които притежават разнообразни умения, знания и компетенции, съответстващи на тенденциите, изискванията и очакванията на развитието на туристическата индустрия (Baum, 2007; Kim, 2014; Teng, 2013). През последните години туристическата индустрия се превръща в един от най-големите световни работодатели, което от своя страна разширява обхвата на средното и висшето образование по туризъм в целия свят. Въпреки този растеж, изследванията показват, че представителите на бранша са на мнение, че се чувства липса на квалифицирана работна ръка, която да отговаря на необходимите изисквания и стандарти за работа в туризма. (Baum, 2007; Richardson, 2012; Wan, Wong, & Kong, 2014; Wang, Ayres, & Huyton, 2010).

Проведено наскоро проучване в страниче-членки на Европейския съюз признава, че съществува напрежение между целта на университетите да подготвят специалисти със знания и умения за изграждане на кариера в туристическата индустрия и очакванията на работодателите, че завършилите висше образование трябва да бъдат в състояние да се реализират пълноценно в практиката, веднага след като бъдат наети. Приема се, че разрешаването на тази дилема може да бъде осъществено чрез придобиване от страна на студентите на практически опит в периода на техния производствен стаж, но за да бъде постиг-

нат този резултат е необходимо внимателно планиране и сътрудничество между академичните институции и работодателите (ЕС, Final Report, 2016).

Разнородният характер на туристическата индустрия поставя големи предизвикателства пред образователните институции за комплексно и разнородно обучение на студентите. В проучванията все по-често се обръща внимание на това дали институциите, предоставящи висше образование по туризъм, осигуряват ефективно академично обучение и възможности за практически опит по начин, който да осигурява необходимите знания и умения за работа в сферата на туризма (Hughes, Mylonas & Benckendorff, 2013; Major & Evans, 2008) и доколко в тях се предлага определено равнище на практическо обучение, чрез включване на студентите в някаква форма на производствен стаж, интегриран в учебната програма (Baker, Caldicott & Spowart, 2011; Hughes et al., 2013; Solnet, Robinson, & Cooper, 2007).

За обозначаване на практическото обучение на студентите в литературата се използват разнообразни термини: професионално обучение, обучение от типа „сандвич“ (редуване на периоди на теоретично и практическо обучение), кооперативен образователен стаж, производствен стаж, контролиран производствен професионален опит, стаж в предприятия от индустрията (Busby, Brunt & Baber, 1997; Solnet et al., 2007).

Въпреки че в редица учебни планове по туризъм се наблюдават тенденции да се ограничават някои аспекти на интегрираното обучение и използването на практически компоненти

(Robinson, Kralj, Brenner & Lee, 2014 г.), прегледът на актуалната литература все пак показва, че производствените стажове са явяват обща черта на повечето учебни планове във висшето образование по туризъм в света (Seyitoğlu & Yirik, 2014). Международният опит показва, че производствените стажове, базирани върху образователния опит на студентите, по традиция играят важна роля за насърчаване на интегрираното обучение, предоставяно в партньорство между академичните институции и индустрията (Aggett & Busby, 2011; Hughes et al., 2013).

Съществуват много дефиниции на понятието производствен стаж, отразяващи неговия разнообразен обхват (Kim & Park, 2013; Ruhanen, Robinson & Breakey, 2013; Zopiatis & Constanti, 2007), но като общо може да се приеме разбирането, че стажът представлява „краткосрочен период на практическа ангажираност, през който студентите се обучават, като натрупват безценен опит за работа в конкретна област или се насочват към потенциална кариера, съобразно собствения си интерес“ (Zopiatis & Theocharous, 2013, с. 34).

Производствените стажове, които отдавна са част от обучението по туризъм (King, 1991), са се превърнали в интересна тема за проучване от изследователите, поради важната им роля на свързващо звено и своеобразен мост между академичното обучение и практическия опит в туристическата индустрия. През последните няколко десетилетия се променя фокусът на тези изследвания (Robinson, Ruhanen & Breakey, 2016). Докато през 80-те и 90-те години на миналия век акцентът се поставя върху обсъждането на въпроса как по най-добър начин да се интегрират производствените стажове в учебните планове и програми във висшето образование по туризъм (Downey & De Veau, 1987), то от началото на новото хилядолетие се отделя по-голямо внимание на тези ключови компоненти на стажовете, които ще доведат до успешни резултати, в т.ч. взаимоотношения (Chen, Ku, Shyr, Chen & Chou, 2009; Kim & Park, 2013), възприятия на заинтересованите страни - включително студенти, работодатели и преподаватели (Breakey, Robinson & Beesley, 2008; Ko, 2008; Pang, Wong, & Wong, 2013; Tse, 2010; Yiu & Law, 2012), стажантски опит (Busby, 2003; Ruhanen, Breakey, & Robinson, 2012; Ruhanen et al., 2013), въздействие на стажовете върху избора и кариерното развитие на студен-

тите (Chen & Shen, 2012; Kim & Park, 2013; Zopiatis & Theocharous, 2013).

Работодателите в туризма и хотелиерството разчитат на институциите за висше образование да „произведат“ възпитаници, които имат не само теоретично разбиране в съответната област, но и практическите умения и знания, да мислят самостоятелно и да се адаптират към нови и предизвикателни ситуации (Spowart, 2011). Проведени през последните години изследвания в областта на обучението по туризъм показват, че производствените стажове играят важна роля при трансфера на редица важни знания, умения и опит за развитие на професионални компетенции у студентите. Към тях могат да бъдат отнесени:

- Осъществяване на по-добър баланс между професионалното и теоретично съдържание в обучението (Busby, 2003);
- Подобряване на уменията, свързани с комуникация, връзки с клиенти, работа в екип, управление на времето, ефективно решаване на проблеми и т.н. (Beggs, Ross & Goodwin, 2008);
- Придобиване на по-задълбочени познания в областта, в която се провежда производственият стаж и по-добро разбиране на това как функционира организацията, в която работи студентът (Lee, 2008);
- Запознаване с по-широк спектър от операции в рамките на организацията, в която се провежда стажът (Crossley, Jamieson & Brayley, 2007);
- Планиране и развитие на кариерата на студента (Chen & Shen, 2012);
- Повишаване на доверието към различните професии в туризма и туристическата индустрия като цяло (Busby, 2003).

Затова и теоретичната основа на настоящото изследване е свързана с разбирането, че академичното обучение по туризъм и производственият стаж, който е неизменна част от това обучение, трябва да кореспондират с актуалните потребности на туристическия бизнес, или казано още по-широко, с туристическата

практика в България и света като цяло. За да бъде ефективно, то трябва да разполага с постоянна информация за мнението и становището на „практиката“ за своята полезност, а в това отношение студентският производствен стаж е безценна възможност за получаване на обратна връзка.

Моделът на обучение от типа „сандвич“, в което се редуват периоди на академично с практически обучение (производствен стаж и трудова дейност) и последващо връщане в университетска среда, е познат отдавна (RISE, 1985). Учебните планове от типа „сандвич“ предлагат определени предимства и ползи и за трите страни, участващи в процеса на обучение - студентите, преподавателите от университетите и индустриалните партньори, предоставили организациите си за провеждане на практическо обучение (RISE, 1985):

#### **Ползи за студентите:**

- Получаване на по-широко знание, чрез повишаване на информираността за състоянието на конкретната организация и за туристическата индустрия като цяло;
- Личностно развитие - комуникативни умения, работа с клиенти, работа в екип, самодисциплина, себепредставяне, самостоятелност, възможност да се живее далеч от дома;
- Възможност за осмисляне на теорията чрез практиката и увеличаване на възможността за тяхната интеграция;
- Натрупване на опит от работата в даден сегмент на туристическата индустрия, който ще подпомогне процеса на вземане на решение къде да се работи след завършване на обучението по туризъм.

#### **Ползи за университета/преподавателите:**

- Контактите с туристическата индустрия могат да повишат знанията и опита на преподавателите;
- Запознаване с новостите и тенденциите на развитие в туристическата индустрия;
- Увеличаването на сътрудничеството с индустрията може да предостави възможности за бъдещи съвместни проекти и партньорство;
- При провеждането на лекции и семинарни занятия по определена дисциплина, преподавателят може да използва опита и знанията на студентите, натрупани по време на

проведения производствен стаж.

#### **Ползи за туристическата индустрия:**

- Възможност за наемане на интелигентна, способна и мотивирана работна сила;
- Ефективност на разходите: по-ниски разходи за стажантския труд, ограничаване на разходите за подбор на нови служители, намаляване на разходите за обучение на новопостъпващи служители и т.н.;
- Вероятност стажантът да „внесе“ в организацията ново, различно, нестандартно мислене, различно от установените традиции и шаблони на екипа, в който работи;
- Възможност за освобождаване на част от времето за рутинната работа на служителите и използването му за решаването на по-сложни въпроси на организацията;
- Възможност за намаляване на претовареността с работа на постоянния екип;
- Вероятност стажантът да притежава по-висока дигитална компетентност от повечето членове на екипа (работа в интернет среда, поддържане на интернет страница, онлайн маркетинг и продажби и т.н.).

Само по себе си обаче, последователното редуване на теорията с практиката не винаги гарантира по-добри резултати при обучението на студентите по туризъм. Продължителността на включването в производствения стаж варира в зависимост от образователните институции от няколко седмици до една година и като цяло студентите се включват в трудовия живот на поне един сегмент от туристическата индустрия. Проучванията показват, че много често липсва споделена визия между бранша и образователните институции, както и свързващи механизми, фокус, ангажираност и ресурси за организация и провеждане на производствения стаж (Busby, 2005). Понякога организации от туристическата индустрия предлагат формално партньорство и гледат на стажа само като възможност за осигуряване на по-евтина работна ръка, докато преподавателите нямат време да подкрепят студентите за по-ефективно провеждане на стажа, а при самите стажанти липсва мотивация и желание за учене и развитие.

Един от съществените проблеми при организирането и провеждането на производствения стаж е съществуващият конфликт на цели – твърде често от една страна организациите

от туристическата индустрия търсят евтина работна ръка, а от своя страна образователните институции, в стремежа си да осигурят подходящи организации, които да предоставят структурирано и целенасочено обучение на студентите, не са в състояние да гарантират висок професионализъм на работата на отговорниците за стажовете и мотивиращо заплащане на положения от студентите труд. Макар да има изключения от това правило, то остава общ проблем почти навсякъде. По същество, партньорства, основани върху подобни конфликтни цели не водят до значими резултати, тъй като липсва стратегическо ръководство на процеса на осъществяване на производствения стаж и не се постига пълно съвместяване на интересите на учебната институция, индустрията и студента.

Често студентите по време на своя производствен стаж изпълняват дейности, без да са включени пряко в организацията на работата, която би могла да свърже вече наученото от тях през първите години на академичното обучение с това, което извършват в момента. Когато след приключване на стажа се включат отново в учебния процес, е възможно те да продължат обучението си със следващи академични курсове, без да свързват резултатите от вече проведения стаж с новата теория. Преминаването през дълъг производствен стаж (4 и повече месеца) не е гаранция, че студентите ще могат да разсъждават задълбочено и добре да осмислят наученото от него или че ще открият някаква връзка между практиката и академичните теоретични курсове.

Ангажирането на туристическата индустрия със стажовете на студентите може да създаде редица проблеми (Solnet, Robinson & Cooper, 2012), като например:

- Повърхностни контакти с индустрията, които не се развиват в дълбочина;
- Създаване на контакти единствено със служителите, които са на относително ниски равнища във фирмената йерархия;
- Служителите, които отговарят за стажантските програми, може да не притежават обучителни и управленски способности за пълно и цялостно развитие на отноше-

ята със стажанта. Ангажиментите със стажантите не носят допълнителни привилегии в кариерното развитие на служителите и затова те гледат на тях като на тежко бреме и загубено време;

- Придобитият от студентите опит често е с ниско качество, защото по време на стажа те изпълняват елементарни задачи, а от страна на индустрията не са полагат големи усилия за подготовка и провеждане на стажа на високо равнище.

Като правило, преподавателите развиват отношения с туристическата индустрия, подпомагат процеса на подбор и настаняване на студентите на работните места, осъществяват контролни функции и посещения на студента по време на производствения стаж и оценяват придобития от тях опит, след като студентите се завърнат да продължат обучението си в университета (Barron, 1996). Именно преподавателите са връзката между индустрията и студентите, и трябва да се фокусират върху осигуряването на качествено образование, което подготвя студентите за трудовия живот и им предоставя възможности за работа и заетост, подходящи за тяхното ниво на квалификация (Crispin and Robinson, 2001). Gummesson (2002) подчертава огромното значение на доброто управление на взаимоотношенията между всички заинтересовани страни:

1) Отношенията между образователните институции и туристическата индустрия трябва да се развиват, управляват и поддържат.

2) Този подход за управление на взаимоотношенията изисква стратегическо решение и ангажимент от страна на представителите на образователните институции.

Образованието по туризъм може да се подобри значително, ако и самите работодатели са в състояние да се включат в проектирането и реализирането на учебните програми по туризъм (Crispin and Robinson, 2001) като предоставят по-добри работни места за провеждане на производствен стаж в туристическата индустрия и по този начин подпомогнат професионалния опит на студентите и възможността да развият непосредствени впечатления и контакти в бранша.

## 1.2 Опитът в други страни

Въпреки, че не съществува единен модел на обучение по туризъм, който да се прилага във всички държави и образователни институции (Gunn, 1998), от години почти във всички чужди академични програми по туризъм се въвежда практическо обучение на студентите. В тази част ще представим накратко опита при подготовката и провеждането на производствените стажове в няколко страни.

### Великобритания

За да се насърчи развитието на връзките между индустрията и образованието, Туристическото общество във Великобритания спонсорира създаването през 1993 г. на Национална група за връзки с висшето образование по туризъм - NLG (Busby, Brunt & Baber, 1997). Това е независима организация от членове и съмишленици, която се стреми да постави акцент върху развитието на изследванията в областта на туризма и повишаване качеството на академичното и професионално обучение, чрез сътрудничество с работодателите. Отчита се фактът, че с нарастването на броя на студентите, обучаващи се по туризъм, ролята на производствения стаж в туристическата индустрия става все по-важна. Производственият стаж варира в диапазона от една или две седмици «трудов опит» до цяла година заетост в туристическата индустрия при т. н. обучение от типа „сандвич”. Целите на производствения стаж<sup>1</sup> при сандвич-обучението по туризъм са студентите да:

- Придобият трудов опит и когато е уместно, да могат да поемат отговорност за изпълнението на задачите и надзора на други хора;
- Получат представа за цялостното управление и използваните управленски методи;
- Получат по-голяма зрялост и самочувствие;
- Участват в процесите на диагностика на ситуацията и вземането на решения;
- Развиват нагласи и стандарти, адекватни на техните кариерни стремежи;

- Получат възможност да прилагат в реални ситуации теории и концепции, научени по време на първата част на курса на академично обучение;
- Получат възможност да направят преценка на собствените си цели за кариера в туристическата индустрия.

Друга съвременна форма за организация на производствените стажове по туризъм във Великобритания е свързана със създадения Tourism Management Institute (TMI) (Институт за управление на туризма, ИУТ). Той обединява редица университети, които предлагат обучение по туризъм и работодатели от туристическата индустрия, предоставящи възможности за провеждане на стажантски програми<sup>2</sup>. Институтът е създаден, за да насърчава и подпомага студентите по туризъм, които търсят краткосрочни и дългосрочни възможности за провеждане на производствен стаж. Той предлага всяка година стажантски места - главно за студенти, които са между втората и последната година от своето обучение и могат да работят 12 месеца. Предоставят се възможности за провеждане на стаж и за по-кратки периоди от време, както и почасова работа за определен брой часове на седмица. Представителите на туристическата индустрия, участващи в Института, включват широк кръг от организации. В същото време, предлаганите от университетите образователни и обучителни курсове варират значително както по отношение на своите цели, така и по отношение съдържанието на учебните програми. За преодоляване на тези различия и за да могат всички заинтересовани страни - студенти, работодатели и университети - да получат най-голяма полза от производствения стаж, е разработен специален кодекс на поведение. Кодексът осигурява рамка за провеждане на стажа в туристическата индустрия и дава насоки на всяка от заинтересованите страни как да участва в този процес.

Институтът подкрепя идеята за производствен стаж, защото е ангажиран с най-високите стандарти в областта на образованието и обучението по туризъм. Само чрез придобиване на пряк практически опит студентите могат да получат информираност и разбиране за това, как успешно да започнат кариерата си в туристическата индустрия.

<sup>1</sup> Целите са цитирани на примера на Университета в Плимут (University of Plymouth). Авторите посочват, че това по същество са и целите на повечето университети във Великобритания, които предлагат обучение по туризъм.

<sup>2</sup> Препоръчваме по-подробно да бъде разгледана интернет страницата на ИУТ: <http://www.tmi.org.uk/>

тическата индустрия. По тази причина Институтът насърчава провеждането на качествени производствени стажове, които допълват академичното обучение на студентите. Той приканва всички работодатели да осигурят възможности за производствен стаж в собствените си туристически организации и насърчава университетите и студентите да направят всичко възможно, за да се гарантира, че производствените стажове ще бъдат ефективни и полезни за всички участващи страни.

Организацията на производствения стаж, според стандартите на ИУТ, е свързана с:

- Сключване на договор, който определя задълженията на всяка от страните и гарантира, че условията в него са договорени преди започване на стажа;
- Пълно информиране на работодателя за целите и задачите на производствения стаж, както и за очакваните ясни резултати от практическото обучение. Това трябва да бъде отразено в рамките на сключения договор за обучение;
- Осигуряване както за студентите, така и за работодателите на необходимата документация за ефективно провеждане на стажантската програма;
- Предварителна подготовка на студентите за участие в интервю за наемане на работа;
- Гарантиране и признаване важноста на производствения стаж и допълнителните отговорности, които студентите ще поемат;
- Ефективна комуникация с работодателя преди започването и по време на стажа, за да се гарантира, че и двете страни (студент и работодател) ще извлекат максимална полза от него;
- Осигуряване на учебен дневник, в който студентът може да записва своите впечатления и напредък по време на стажа;
- Формулиране на учебната цел на производствения стаж;
- Посещение от страна на академичния отговорник на местоработата и работодателя поне три пъти по време на стажа: преди

началото, най-малко веднъж в течение на провеждането му и в края, за да се гарантира изпълнението на учебните цели;

- Включване на работодателя в процеса на оценяване на трудовото представяне на стажанта;
- Определяне на поне един преподавател, който да бъде натоварен с отговорността за управлението и администрирането на производствения стаж и осигуряване на контакт както със студента, така и с работодателя;
- Осигуряване на адекватна обратна връзка от страна на работодателя както по време на стажа, така и след приключването му;
- Гарантиране, че студентите са правилно информирани за изискванията и очакванията към тях от страна на работодателя и университета за участието им в стажантската програма;
- Отговорникът от страна на академичната институция да се среща със студента най-малко веднъж месечно по време на стажа;
- Работодателят следва да бъде информиран своевременно за медицински или други специални потребности на студента;
- Студентът следва да извърши одит на собствените си умения в началото на стажа, като се идентифицират всички области за развитие. В края на стажа тези области трябва да бъдат отново оценени, за предпочитане по време на съвместна среща между студента, представител на работодателя и преподавателя, отговарящ за провеждане на стажа;
- В края на стажа, студентът следва да поиска провеждане на заключително интервю с работодателя. По този начин студентите могат да получат ценна информация по въпроси, свързани с тяхното личностно развитие и необходимите допълнителни умения, които е възможно да придобият в бъдеще.

## Турция

Интересен модел за организация на производствения стаж на студентите по туризъм откриваме в Турция (Collins, 2002)<sup>3</sup>. Производственият стаж е 75 дни и се провежда през летния семестър на третата или зимния семестър на четвъртата учебна година. За организацията на стажа отговаря специално звено, наречено Координационен офис за производствено обучение (Industrial Training Coordination Office - ИТСО). В него работят 6 души - един координатор на стажа, двама асистенти от катедрата и трима асистент-директори. Това звено има опосредстваща функция между студентите и организациите, в които се провежда стажът. Неговата роля е да представи производствения стаж по най-адекватен начин пред всяка от трите заинтересовани страни: стажанти, университет и организации от туристическата индустрия, и всяка от тях да разбере своите права и задължения по време на подготовката, организацията и провеждането на стажа.

Използването на адекватен брой качествен персонал, работещ в това звено, е свързано с разбирането, че студентите трябва да бъдат подпомогнати по възможно най-добрия начин при подготовката и провеждането на техния производствен стаж. Стажантите получават цялостна ориентация за предстоящия стаж - разясняват им се целите и значението на стажа; прави се връзка със законовите и подзаконовите нормативни актове; разясняват се правилата за участие в стажа; дават се съвети как да се справят с потенциалните проблеми. Основен акцент се поставя върху факта, че студентите представляват собствения си университет по време на стажа и следователно, всяко възникнало недоразумение и/или проблем с тяхното поведение ще рефлектира върху тях, като може да се достигне включително и до прекъсване на обучението. В звеното е изработена професионална система за контрол. Работната среда и трудовото изпълнение на стажанта са под постоянно наблюдение от координаторите. Основната цел, която звеното си поставя, е да се гарантира, че производственият стаж ще доведе до подобряване на уменията и способностите на студентите и ще ги предпази от неочаквани ситуации. Координационното звено работи с организациите от индустрията по предварително

съставен план, в който са посочени заеманата от студента позиция (или позиции), правата, задълженията и отговорностите на страните, възможните ротации и смяна на позициите, работното време, предназначението и ролята на длъжността, получаваните компенсации, предоставянето на храна, транспорт, работно облекло (униформа) и настаняване, получаваната заплата, социалното и здравно осигуряване и т.н. Обикновено между университета и приемащата организация се сключва правен договор.

Стажантската програма се разработва така, че да бъде от взаимна полза и за трите участващи страни - студента, университета и организацията. За да бъде подготвена по най-ефективния начин, е необходимо да има тясно сътрудничество между университета и организациите от туристическата индустрия. Това може да се постигне чрез подобряване на разбирателството между организациите и университета, като се провеждат повече срещи, дискусии и посещения на стажантите на работното място. Координационното звено организира текущи срещи, наблюдение и преглед на работата на стажантите. На тези срещи са обменя информация между стажанта и представителите на организацията и университета, за да се анализира напредъка и прогреса на стажанта. В края на стажа, студентите се насърчават да предоставят обратна връзка по отношение на организацията и цялостната програма на проведения производствен стаж.

Въпреки относително добрата организация на производствените стажове чрез координационните офиси в университетите, изследванията в Турция установяват няколко основни проблема (Ergin & Yagci, 2003; Okumus & Yagci, 2005):

Първо, много от университетите, предлагащи обучение по туризъм в Турция са базирани в области, отдалечени от основните туристически дестинации, и често се сблъскват с трудности в изграждането на взаимоотношения с подходящи туристически организации за провеждане на производствен стаж на техните студенти.

Второ, пиковият сезон на туризма в Турция е от началото на май до септември и туристическите организации предпочитат да наемат персонал

<sup>3</sup> Цитираният модел на организацията на стажа е на Департамента по туризъм и хотелиерство в университета Билкент, Анкара, Турция. Авторът посочва, че и други висши учебни заведения в Турция използват сходен модел на организация на студентския производствен стаж в туристическата индустрия.

през този период. Същевременно, академичната година в университетите обикновено започва в средата на септември и завършва в края на юни. Университетите се опитват да преодолее проблема със застъпването във времето, като въвеждат интензивно преподаване и скъсяват академичното обучение в полза на стажа. Тези мерки обаче не винаги са ефективни и създават допълнителни административни и бюрократични трудности както за студентите, така и за преподавателите и административния персонал, отговорен за организиране и провеждане на производствените стажове.

Трети проблем е, че организациите в туризма често наемат студенти, като ги смятат за евтина работна ръка и очакват от тях да работят дълги часове. Студентите не са подготвени за това и по този начин и двете страни остават разочаровани.

Четвърто, туристическите организации не винаги се отнасят добре със стажантите, предлагат им ниско заплащане, лоши условия на труд и т. н. Това води до сериозни проблеми с мотивацията на студентите за започване на работа в туристическата индустрия след приключване на стажа и завършване на висшето им образование.

И накрая, поради ограничения на ресурсите, често координационните офиси трудно осъществяват посещения, контрол и мониторинг на студентите по време на техните стажове в туристическите организации.

## Гърция

Производственият стаж по туризъм в Гърция зависи от вида на образователната институция. По данни на Christou (1999), производственият стаж на студентите по туризъм, обучаващи се в 3- или 4-годишни бакалавърски програми, се провежда в последните шест месеца от обучението им. Те имат свобода на избор по отношение на местоположението и сектора на туристическата индустрия. Въпреки това, университетите предоставят помощ на повечето студенти в избора им на организация, в която да проведат стажа си.

Завършващите висшите научни тренинг центрове по туризъм имат три контролирани пе-

риода за провеждане на производствен стаж, всеки един с продължителност по три месеца. Провеждат се през лятото на всяка учебна година. Студентите нямат право на избор - университетът организира производствения стаж за всички, като осигурява различни хотели. Същото се отнася и до завършващите обучението си по туризъм в частни висши учебни заведения, с тази разлика, че те провеждат производствения си стаж в продължение на шест месеца в края на обучението.

Студентите по туризъм в Гърция посочват следните положителни страни от проведения производствения стаж: по-доброто разбиране за туристическата индустрия и на потенциала на своята бъдеща кариера в нея; натрупания ценен опит от работа в реална бизнес среда; значително подобряване на практическите умения за изпълнение на операции в хотелиерството и ресторантьорството; подобряване на индивидуалните умения за управление на времето; дисциплина, организационни умения, работа в екип, умения за решаване на проблеми, лидерство и мотивация.

Основните критики по отношение на стажа са фокусирани върху условията на труд, особено в сезонните хотели. Най-значимите източници на разочарование за студентите са свързани с прекалено дългия работен ден, дискриминацията в предоставянето на възможности за развитие, усещането, че организациите гледат на тях като на евтина работна ръка или като на тежест, ограничените възможности за прилагане в практиката на техните знания и умения в продажбите и маркетинга, управлението на човешките ресурси и теория на организацията.

## Унгария

Работодателите в областта на туризма в Унгария считат, че се отделя недостатъчно внимание на развитието на чуждоезикови умения и придобиването на практически знания и умения от студентите. Поради тази причина, хората в контекста на висшето образование по туризъм са от съществено значение. В Унгария е задължително те да се провеждат в рамките на един учебен семестър (EC, Final Report, 2016).



## Румъния

Бакалавърските програми по туризъм в Румъния обикновено включват около 35 работни дни в индустрията. Въпреки че осигуряването на практическо обучение и стаж за студентите по туризъм в много случаи не е проблематично, румънските работодатели посочват като една от основните трудности несъответствието между големите разходи на организациите, предлагащи производствен стаж и кратката продължителност на стажа, която не позволява възлагането на по-сериозни ангажименти и включването на студентите в изпълнението на по-отговорни задачи (EC, Final Report, 2016).

## Австралия

В повечето университети на Австралия, студентите, които изучават туризъм, трябва да проведат като заключителен компонент от обучението си шест-месечен задължителен стаж в туристическата индустрия. Организацията и провеждането на стажа се подкрепя от браншовите организации, работещи в сферата на туризма, като ежегодно на около 75% от стажантите се предлага да продължат работа в туристическите организации и след завършване на стажа (Walo, 1999).

Стажантската програма е гъвкава и отговаря на потребностите както на студентите, така и на туристическите организации. Тя има следните характеристики (Walo, 2001):

- Студентите могат да бъдат ангажирани във всеки подходящ сектор на туризма и хотелиерството в Австралия или в чужбина по техен избор;
- Студентите могат да кандидатстват за производствен стаж чрез обичайните процедури за подбор на персонал в предложените организации или алтернативно, сами могат да търсят работа в други организации;
- Студентите имат възможност да избират оперативно базирана или изследователски базирана стажантска програма;

- Производственият стаж може да бъде платен или доброволен;
- Производственият стаж е с продължителност най-малко 600 часа за период от 24 седмици и се провежда през последния семестър на обучението им;
- Производственият стаж е основен компонент от учебната програма и носи 4 от общо 24 задължителни учебни единици;
- Производственият стаж на студентите се оценява от академичен ръководител, който е университетски преподавател, и от представител на туристическата индустрия.

## 1.3 Ситуацията в България

Предходен и сравнително цялостен анализ на висшето образование по туризъм в България е направен от Ракаджийска (2015) в контекста на осигуряването на туризма в България с висококвалифицирани кадри. Учудващо е, че в цитираната публикация фактически не се разглежда практическото обучение на студентите и по-специално производствения стаж. Настоящото проучване се основава на публично достъпни източници (рейтинг на висшите училища, учебна документация на висшите училища), както и на допълнителна информация, набрана пряко от някои от висшите училища.

През последните години специалностите от професионално направление „Туризъм“ са едни от най-преподаваните във висшите училища в България. Според сайта <http://www.rating-lab.com/top-statistiki/top-10-na-naj-prepodavanite-specialnosti> то е на трето място в страната след „Администрация и управление“ и „Икономика“ и се преподава в 17 висши училища у нас. По информация на Министерството на образованието и науката (Рейтингова система на висшите училища, 2015), 15 от висшите училища имат програмна акредитация в направление 3.9. „Туризъм“<sup>4</sup>. Според наши проучвания, още 8 университета провеждат обучение по различни специалности, които според квалификационните им характеристики дават възможност за реализация в сферата на туризма.

<sup>4</sup> Варненският свободен университет е новокредитиран, но на този етап не извършва обучение

**Таблица 1. Предлагане на висше образование по туризъм в България по професионални направления и бразователно-квалификационни степени**

Професионално направление	Образователно-квалификационна степен							
	Брой				Отн. дял			
	Всичко	Проф. бакалавър	Бакалавър	Магистър	Всичко	Проф. бакалавър	Бакалавър	Магистър
3.9. Туризъм	52	9	15	28	69,3%	90,0%	57,7%	71,8%
3.8. Икономика	11		5	6	14,7%	0,0%	19,2%	15,4%
3.7. Администрация и управление	5	1	3	1	6,7%	10,0%	11,5%	2,6%
3.1. Социология, антропология и науки за културата	4		2	2	5,3%	0,0%	7,7%	5,1%
5.12. Хранителни технологии	2		1	1	2,7%	0,0%	3,8%	2,6%
5.13. Общо инженерство	1			1	1,3%	0,0%	0,0%	2,6%
<b>Всичко</b>	<b>75</b>	<b>10</b>	<b>26</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Отн. дял на ОКС	100,0%	13,3%	34,7%	52,0%				

• Към 2015 г. в България се предлагат 75 програми за обучение по туризъм. Повече от половината от тях (52%) са за ОКС „магистър“, една трета (34,7%) – за ОКС „бакалавър“ и 13,3% - за ОКС „професионален бакалавър“.

• Преобладаващата част от програмите са акредитирани в професионално направление „Туризъм“ (69,3%), в т.ч. 90% от програмите за ОКС „професионален бакалавър“, 58% - за ОКС „бакалавър“ и 72% - за ОКС „магистър“. Със значителна тежест е и професионално направление „Икономика“ с 15% от всички програми (в т.ч. 19% от програмите за ОКС „бакалавър“ и 15% от тези за ОКС „магистър“). С по-малко значение са направлениата „Администрация и управление“ (6,7%), „Социология, антропология и науки за културата“ (5,3%), „Хранителни технологии“ (2,7%) и „Общо инженерство“ (1,3%).

• По-голяма част от програмите се осъществяват и в двете основни форми на обучение – редовна (81,6%) и задочна (52,6%), а в някои от университетите е въведена и дистанционна форма (например в Стопанска академия – Свищов).

Установени са около 25 уникални наименования на предлаганите специалности (синоними като „управление“ и „мениджмънт“ се считат като едно наименование). Дори при известно общаване (групиране на сходните наименования), специалностите са около 15. Най-често срещани са „Туризъм“ – 22,7%, „Хотелиерство и ресторантьорство“ (в т.ч. управление на хотелиерската и/или ресторантьорска дейност, кетъринг) – 17,3%, „Икономика на туризма“ (в т.ч. икономика и управление, мениджмънт, маркетинг на туризма) – 12%, „Управление (мениджмънт) на туризма“ – 12%, „Културен туризъм“ (в т.ч. управление) – 9,3%, „Алтернативен туризъм“ (в т.ч. управление) – 5,3%, „Международен туризъм“ – 6,7%<sup>5</sup>.

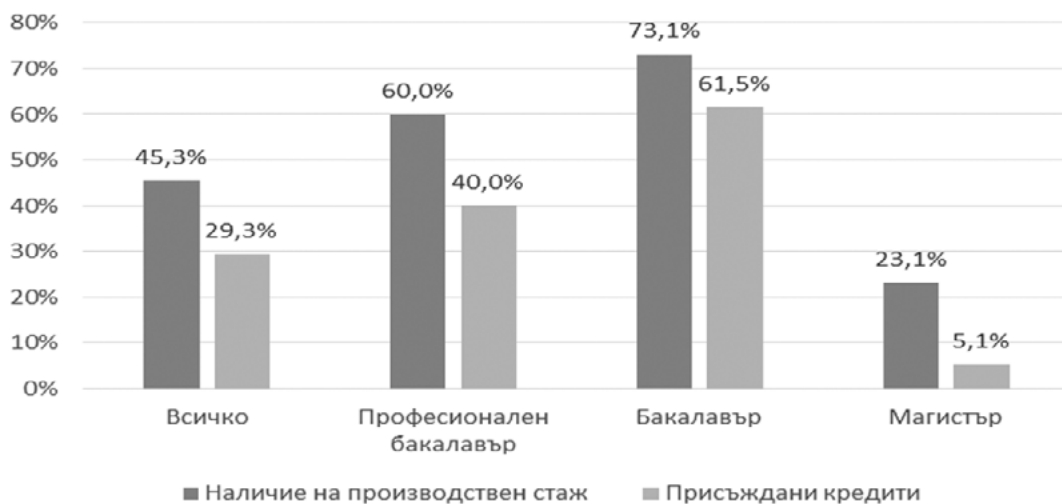
<sup>5</sup> Останалите специалности са представени с 1-2 случая (съответно 1,3-2,7%) и включват „организация и управление на туристическото обслужване“, „маркетинг на туризма“, „аграрен туризъм“, „мениджмънт на туроператорската и турагентска дейност“, „аграрен туризъм“, „екотуризм“, „управление на туристическа дестинация“, „управление на луксозното хотелиерство“, „мениджмънт на круизния туризъм“, „културни и социални дейности в туризма“. С изключение на специалността „организация и управление на туристическото обслужване“, която се предлага само за ОКС „професионален бакалавър“, последните са представени предимно в обучението за ОКС „магистър“.

Разнообразието на специалности, степени и форми на обучение се отразява в голяма степен на разнообразието в начина на организиране и провеждане на практическото обучение на студентите, в това число и на производствените стажове. Производственият стаж не се е наложил като задължителен елемент в обучението по туризъм във висшите училища в България. Прегледът на публично достъпната учебна документация на висшите училища показва, че само 45,3% от изследваните програми предлагат производствен стаж. В 11% от програмите няма производствен стаж, но има засилено практическо обучение през целия период на следване (в почти всички семестри). Производственият стаж е най-типичен за обучението в ОКС „бакалавър“, при което той е документиран в почти три четвърти от случаите (73,1%). Производственият стаж е представен сравнително добре и в обучението за ОКС „професионален бакалавър“ – 60%, като в останалите случаи се залага на активно практическо обучение през целия курс на обучение. Най-слабо е застъпен производственият стаж в магистърските програми – 23,1%.

Подценяването на производствения стаж при обучението по туризъм във висшите училища в България се потвърждава и от присъжданите за него кредити, които би трябвало да отразяват неговото значение и тежест в обучението. Само в 22 учебни плана са установени кредити за производствения стаж, което представлява 29% от всички програми и 65% от програмите, предвиждащи производствен стаж. Абсолютно преобладават учебните планове, според които от производствения стаж се придобиват между 3 и 5 кредита – 17 (77%), следвани от тези със 7-10 кредита – 4 (18%). Единствено в бакалавърската програма на Софийския университет за участие в производствен стаж се получават 30 кредита.

Преобладават програмите, в които производственият стаж е с малка до средна продължителност (Фигура 2). Според учебните планове на 19 програми, за които има данни (това са програми само за ОКС „бакалавър“ и „професионален бакалавър“), продължителността на производствения стаж варира в много широки

Фигура 1. Наличие на производствен стаж в учебните планове на специалностите по туризъм



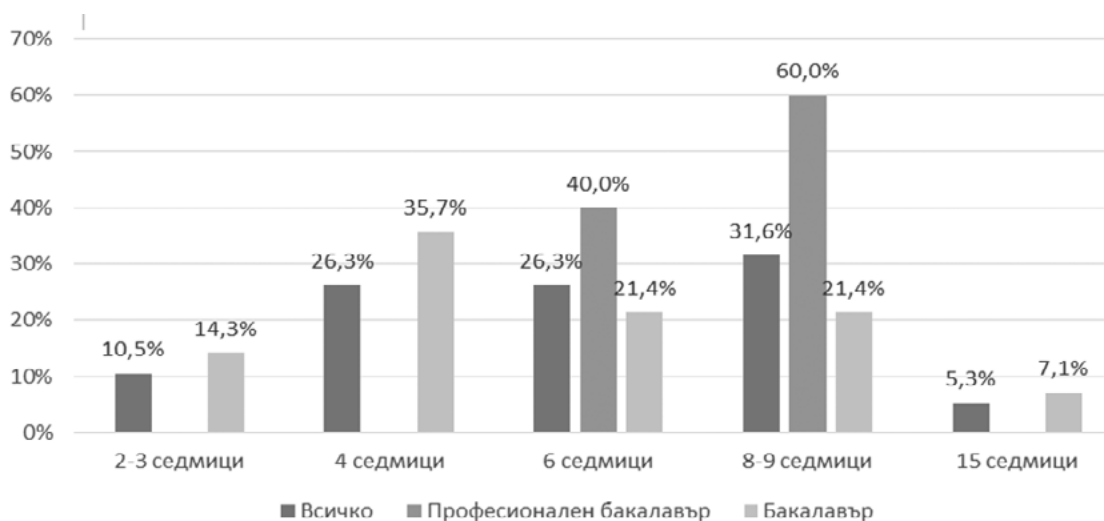
граница – от 2 до 15 седмици за редовната форма на обучение (когато се предвижда производствен стаж при задочна форма на обучение, тя е с двойно по-малка продължителност). В близо две трети от случаите (63%) в редовната форма на обучение стажът е до 6 седмици, в т.ч. 2-3 седмици – 2 (10,5%), 4 седмици – 5 (26,3%) и 6 седмици – 5 (26,3%). В една трета от случаите (31,6%) той е с продължителност 8-9 седмици. Единствено в учебния план за ОКС „бакалавър“ на Софийския университет минималната продължителност на производствения стаж е 15 седмици. Картината е още по-неблагоприятна, ако се разгледа отделно само ОКС „бакалавър“, при която е повишен дялът на стажовете с продължителност до 4 седмици – 50%, в т.ч. 2-3 седмици – 14,3% и 4 седмици – 35,7%.

Производствените стажове в повечето случаи се провеждат еднократно към края на обучението, след получаването на основната теоретична подготовка. Наличните данни за 28 програми показват, че абсолютно преобладава еднократното осъществяване на стажа – 71%.

Разделянето му на две части е характерно главно за магистърските програми на Нов български университет (5 програми – I и III семестър) и програмите за професионален бакалавър на Висшето училище по мениджмънт – Варна (2 програми – II и IV семестър). Единственият случай на разделяне на производствения стаж в бакалавърска програма е също в Нов Български университет (VII и VIII семестър). Тъй като обучението за различните образователно-квалификационни степени е с различна продължителност, анализът на разполагането на производствения стаж в учебния план изисква разглеждането им поотделно:

- В ОКС „професионален бакалавър“ преобладават стажовете след втората година (IV семестър) – 67% или разделени между първата и втората година (33%).
- В ОКС „магистър“ преобладават стажове, разделени между I и III семестър (71%), във II семестър – 14% или в IV семестър – 14%.

**Фигура 2. Продължителност на производствения стаж**



- В ОКС „бакалавър“ абсолютно преобладават стажове в края на обучението – VIII семестър (60%) или VII и VIII семестър (7%). По-рядко се среща обучение от типа „сандвич“ – производствен стаж в VI (13,3%) или VII семестър (13,3%), а в един случай (УНСС) - и в III семестър (6,7%). Единственият случай, когато производственият стаж е обособен като самостоятелен семестър е бакалавърската програма на Софийския университет.

Проучването на публично достъпната документация констатира, че малка част от университетите (около една четвърт) се ангажират с цялостната организация на производствения стаж на студентите. В по-голяма част от висшите училища не се извършва предварителна подготовка, не се сключват договори с работодатели, а организацията е оставена на самите студенти, които имат задачата сами да си намират предприятия или организации за работа по време на стажа. Отчетите за проведен стаж са на базата на служебни бележки, издадени от работодател и доклади – писмени и в някои случаи защитени устно от студентите. Рядко се осъществява контрол по време на стажовете, което води до съмнение в коректното провеждане на стажантските програми. В някои случаи стажът се представя като част от избираемите дисциплини в отделни семестри (напр. Великотърновски университет). Така се формират и кредитите. При тази изборност не е сигурно, че стажът ще бъде проведен от всички студенти.

Освен производствените стажове в някои университети, силно е застъпено общото практическо обучение, което предхожда стажантските програми. Такъв пример е Университетът по хранителни технологии – Пловдив, където общото практическо обучение (включително и стажът) за студентите от специалност „Туризъм“ е 900 часа с 31 кредита, а за специалност „Хотелиерство и ресторантьорство“ – 990 часа с 34 кредита. За засиленото практическо обучение от голямо значение е и наличието на собствена материална база за практики и стажове, с каквато разполагат малко висши училища.

Стратегията за развитие на висшето образование в България за периода 2014-2020 г. визира студентските стажове и тяхното финансиране като една от дейностите, свързани

с целта за „изграждане на устойчива и ефективна връзка между висшите училища и пазара на труда и постигане на динамично съответствие между търсенето и предлагането на специалисти с висше образование“ и определя увеличени брой стажове и практики в реална работна среда като един от очакваните резултати по тази цел. В този контекст и имайки пред вид опита на други страни, ситуацията в България като цяло може да се оцени като неудовлетворителна.

## 2. ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ СТАЖ В ОБУЧЕНИЕТО НА СТУДЕНТИ В ОКС „БАКАЛАВЪР“ В СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ

### 2.1 Въвеждане на производствения стаж

Производственият стаж на студентите по туризъм в Софийския университет в съвременния му вид е въведен с учебния план на специалността през 1993 г., а първите стажове са проведени през 1996 г. В учебния план през следващите години той се обозначава като учебно-производствена практика с наименование „Учебен стаж“. Най-важните отличителни особености на стажа са неговата продължителност и възприемането на подхода „сандвич“ (разполагане на стажа в шести семестър, след получаване на необходимата теоретична подготовка и продължаване на академичното обучение през следващите два семестъра).

Идеята за предоставяне на един цял учебен семестър за провеждане на производствен стаж на студентите по туризъм в СУ „Св. Климент Охридски“ беше вдъхновена от световния опит като цяло и в частност от практиката във Великобритания в средата на деведесетте години на миналия век. В рамките на осъществяващ се тогава проект на Британския съвет за подкрепа на висшето образование по туризъм, беше прочен опита на няколко британски университета и най-вече - подхода на Манчестерския метрополитенски университет (Manchester Metropolitan University). Този опит беше адаптиран към възможностите за организиране на производствен стаж на студентите по туризъм в СУ „Св.

Климент Охридски“ и съобразен с реалностите на туристическата индустрия в България.

Основно предизвикателство в първите години от въвеждането на производствения стаж беше осигуряването на работни места за стажанти, респ. създаването на интерес сред туристическите фирми и взаимодействието с тях. За ограничаване влиянието на проблемите на взаимодействието с туристическата индустрия, описани в предходната глава, при организацията и провеждането на производствения стаж на студентите от СУ „Св. Климент Охридски“ беше отделено значително време за предварителна подготовка както на преподавателите от катедрата, така и на представителите на туристическата индустрия. 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. Наложиха се провеждане на многобройни срещи и дискусии за развитие на партньорства със заинтересовани туристически организации, за да може да бъде променена първоначалната ситуация. За кратко време бизнесът осъзна ползата от наемане на стажанти и много скоро търсенето на стажанти от страна на туристическите организации стана по-голямо от предлагането. В началните години особено важен беше приносът за осигуряване на места за стаж на някои свързани със специалността фирми, сред които трябва да се споменат по-специално „Съншайнтурс“ и „Бохемия“.

През изминалите 20 години организацията и провеждането на производствения стаж претърпяха съществени промени. В началните години по-важните от тях са определянето на персонален отговорник на стажа и въвеждането на ежегодна среща между работодателите и студентите за облекчаване на подходящия избор на място за стаж и на подходящи стажанти за съответните организации. През 2009 г. е осъществена цялостна ревизия на документите, свързани с организацията и провеждането на стажа (договори, регистрационни и отчетни карти, отчети и др.) и е въведена индивидуална числова оценка на стажа. През 2011 г. в учебния план на специалността е въведена нова учебна дисциплина – „Казуси от учебния стаж – добри и лоши практики в управлението на туризма“, която осигурява възможност за споделяне и осмисляне на натрупания от студентите опит.

## 2.2 Организация и провеждане на производствения стаж

Методологията на организацията и провеждането на производствения стаж показва завидна устойчивост за 20 години, въпреки направените промени.

Стажът се провежда в VI семестър на обучението за ОКС „бакалавър“, специалност „Туризм“. Продължителността му е не по-малко от 4 месеца (целият летен семестър) с възможност по споразумение между студента и работодателя да продължи и до 7 месеца (до началото на следващата академична година). Периодът на провеждане е от 1 март до 30 септември на съответната година и е подбран така, че студентите вече да са получили значителни знания по основни туристически дисциплини като: „Основи на туризма“ (II семестър), „Хотелски операции“ (III семестър), „Ресторантски операции“ (III семестър), „Маркетинг в туризма“ (IV семестър), „Туристическа интерпретация и екскурзоводска дейност“ (V семестър), „Туроператорска и агентска дейност“ (V семестър) и др.

Периодът на провеждане на производствения стаж съпада и с повишените потребности на туристическата индустрия от кадри през активния туристически сезон. Продължителността на стажа от 4 до 7 месеца позволява на студентите да

навлизат в детайлите на работата, да придобият и затвърдят необходимите умения и да развият увереност в собствените си способности за справяне с възложената им работа.

Производственият стаж на студентите може да бъде проведен в различни организации, осъществяващи туристическа дейност в страната и чужбина. Допуска се стажът да се проведе както само в една, така и в повече организации.

### Основните етапи на организация и провеждане на производствения стаж са:

**Първи етап:** предварителна работа със студентите. Ръководителят на производствения стаж от катедра „География на туризма“ провежда срещи със студентите от трети курс през месеците октомври и ноември, в които те се запознават с целите на стажа, документацията и правилата за провеждането му. Подготвят се автобиографии и мотивационни писма, необходими за работодателите на предстоящата среща с тях (т. н. „трудова борса“). Според интересите на студентите към определен тип туристическа дейност, те се насочват към запознаване с възможни бъдещи работодатели и традиционните за катедрата партньорски организации. Подготвя се организацията на трудовата борса, в която студентите се включват активно.

**Втори етап:** трудова борса. Всяка година в началото на месец декември се организира среща („трудова борса“) с потенциалните работодатели, на която те представят своите организации, позициите, за които търсят стажанти и основните изисквания към тях. На борсата присъстват студентите от трети курс и преподавателите от катедра „География на туризма“. След представянето на стажантската програма и обобщен отчет за резултатите от изминалата година, следват презентациите на туристическите организации. Във втората част на борсата студенти, преподаватели и работодатели имат възможност за пряко общуване, с цел запознаване, размяна на данни за контакт и насрочване на интервюта на бъдещите стажанти. Ежегодните срещи с бизнеса са важни, защото катедрата получава пряка обратна връзка от туристическите организации за представянето на стажантите – за силните и слабите им страни.

**Трети етап:** подбор на стажанти. През месеците януари и февруари студентите участват в процедура по подбор на стажанти - явяват се на интервюта и избират стажантските си позиции. На този етап се подава Декларация за готовност за стаж и Карта за регистрация, в която са описани позицията, определения наставник от страна на работодателя и периода на стажа. Катедрата оказва персонална логистична помощ на студентите и работодателите. Изготвя се списък на стажантите и организациите, в които ще проведат стажа си.

**Четвърти етап:** начало на производствения стаж. В началото на месец март се провежда инструктаж със стажантите в приемащите организации и се сключват тристранни споразумения. Това е началото на същинския стаж. Студентите, които заминават в чужбина, особено в САЩ, стартират стажовете по-късно (обикновено през месец май). Техните споразумения се подписват от работодателите им и се изпращат сканирани до ръководителя на стажовете.

**Пети етап:** осъществяване и наблюдение на производствения стаж. През периода от март до септември стажантите се контролират от супервайзърите в организацията и се наблюдават от представител на катедрата. Комуникацията със стажантите в страната и чужбина се осъществява чрез кореспонденция онлайн.

**Шести етап:** оценка на трудовото представяне. През периода юни-септември се подготвя Оценка от работодателя и Отчет от стажанта, въз

основа на които се извършва окончателното оценяване на стажа.

**Седми етап:** заключителен отчет, оценяване и заверка на стажа. В началото на следващата учебна година през октомври стажантите предават окомплектован набор от документи, свързани със стажа. Ръководителят на стажа провежда лична беседа със стажанта и заверява стажа. Крайната оценка на стажа се формира въз основа на отчета на стажанта и оценката на работодателя с еднаква тежест 50/50 на двата документа.

**Осми етап:** Изготвяне на обобщен отчет и доклад. Ръководителят на стажовете изготвя обобщен отчет с резултатите от проведения производствен стаж, който представя пред катедрения съвет на катедра „География на туризма”. Част от доклада се представя на трудовата борса пред работодателите и студентите, чийто стаж предстои. Актуализира се списъкът с туристически организации, партньори на катедрата.

**Девети етап:** Участие в задължителна дисциплина „Казуси от учебния стаж – добри и лоши практики в управлението на туризма”. Всеки студент разработва курсов проект - собствен казус от производствения стаж, който представя и дискутира с колегите си. Работата в рамките на тази учебна дисциплина е представена по-подробно в Глава 4.

Основните етапи на организация и провеждане на производствения стаж са обобщени в Таблица 2.

**Таблица 2. Основни етапи на организация и провеждане на производствен стаж в специалност „Туризм” на СУ „Св. Климент Охридски” (ОКС „бакалавър”)**

Етап	Основни дейности	Период	Резултат
1. Предварителна работа със студентите.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Работни срещи;</li> <li>• Академични лекции;</li> <li>• Подготовка на автобиографии;</li> <li>• Проучване на туристически дружества и организации.</li> </ul>	Октомври-Ноември	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Създадена административна и организационна готовност за провеждане на трудовата борса;</li> <li>• Повишена лична мотивация за търсене и намиране на подходяща работа като стажант.</li> </ul>



Етап	Основни дейности	Период	Резултат
2. Трудова борса (среща между преподавателите от катедрата, студентите-потенциални стажанти и заинтересованите работодатели)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Представяне на работодателите;</li> <li>• Осъществяване на преки контакти между работодатели и студенти;</li> <li>• Представяне пред студентите от новия випуск стажанти на обобщен отчет за резултати от стажа от предходната година.</li> </ul>	Декември	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Осъществени преки контакти между преподаватели, студенти и работодатели;</li> <li>• Установен график за провеждане на интервюта за работа;</li> <li>• Получена начална обратна връзка от работодателите;</li> <li>• Представен пред студентите обобщен отчет за резултати от стажа от предходната година.</li> </ul>
3. Подбор на стажанти	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участие в процедура по подбор на стажанти;</li> <li>• Оказване на помощ на студенти, които имат затруднения при намиране на организация за провеждане на стаж;</li> <li>• Предварителни споразумения за наемане на стажанти в туристическите организации;</li> <li>• Работни срещи (съвместно осъществени от преподавател от катедрата, студента и работодателите).</li> </ul>	Януари - Февруари	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сключени предварителни споразумения за работа;</li> <li>• Окончателно настаняване на стажантите в съответните организации;</li> <li>• Списък с разпределение на стажантите и на техните наставници (супервайзъри) по организации .</li> </ul>
4. Начало на производствения стаж	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Инструктаж от работодателя и катедрения ръководител на стажа;</li> <li>• Сключване на тристранни споразумения между студентите и работодателите за предстоящите дейности.</li> </ul>	Март	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планиран процес за организация и провеждане на стажа;</li> <li>• Сключени договори и споразумения.</li> </ul>
5. Осъществяване и наблюдение на производствения стаж	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Провеждане на същинския стаж.</li> <li>• Наблюдение от супервайзър от туристическата фирма и представител на катедрата.</li> </ul>	Март - Юни / Септември	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проведени наблюдения на индивидуалното практическо обучение на стажантите;</li> <li>• Предоставена подкрепа на нуждаещите се.</li> </ul>
6. Оценка на трудовото представяне	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оценка от работодателя по стандартен формуляр;</li> <li>• Самооценка на студента и разработване на подробен и задълбочен заключителен отчет.</li> </ul>	Юни / Септември	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Попълнен оценъчен формуляр от работодателите;</li> <li>• Попълнен формуляр за самооценка от студентите;</li> <li>• Разработен заключителен отчет за проведения стаж.</li> </ul>

Етап	Основни дейности	Период	Резултат
7. Заключителен отчет, оценяване и заверка за изминалия семестър	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Представяне на цялостната документация от проведения стаж от студента на ръководителя на стажа от катедрата;</li> <li>• Беседа с представител на катедрата;</li> <li>• Поставяне на оценка за проведения стаж.</li> </ul>	Октомври	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Представена цялостна документация;</li> <li>• Получена оценка за проведения производствен стаж;</li> <li>• Административна заверка за изтеклия семестър.</li> </ul>
8. Обобщен отчет и доклад	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изготвяне на отчет от катедрения ръководител на стажа;</li> <li>• Представяне на работна среща с участието на студенти, преподаватели и работодатели.</li> </ul>	Декември	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Представен доклад на ръководителя на стажа пред катедрения съвет;</li> <li>• Актуализация на списъка с туристически организации, партньори на катедрата;</li> <li>• Проведена работна среща между заинтересованите страни.</li> </ul>
9. Участие в задължителна дисциплина от учебния план „Казуси от учебния стаж – добри и лоши практики“ през седмия семестър	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработване на собствен казус и презентация от проведения стаж;</li> <li>• Представяне на казуса по време на семинарно занятие и дискусия с колегите и преподавателите;</li> <li>• Участие в семинарни занятия и обсъждане на казусите на останалите колеги.</li> </ul>	Октомври- Януари	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Споделен казус с най-значимо събитие/ситуация от проведения производствен стаж;</li> <li>• Повишена чувствителност към трудовото представяне на останалите колеги;</li> <li>• Развити умения за справяне с различни ситуации, възникващи в туристическата индустрия .</li> </ul>

От съществено значение за ефективната и ефикасна организация на производствения стаж е разработената стандартна документация, която включва:

- Правила за провеждане на производствения стаж на студентите от трети курс, специалност „Туризм“;
- Споразумение за партньорство при провеждане на производствения стаж;
- Декларация за степента на готовност за провеждане на производствения стаж (от студента);
- Карта за регистрация;
- Карта за оценка на участието в производствения стаж (от работодателя);
- Въпросник за самооценка;
- Служебна бележка;
- Отчет на стажанта.

Сред най-сериозните предизвикателства при организацията на производствения стаж е осигуряването на необходимия човешки ресурс и адекватното отчитане на заетостта на съответния преподавател. Традиционно за организацията на производствения стаж отговоря един преподавател, макар че в конкретни ситуации той е подкрепян от целия състав на катедра „География на туризма“. Едноличната отговорност има определени предимства от гледна точка на последователност и универсалност на изпращаните послания и даваните указания, организацията по съхраняване на документацията и пр., но от друга страна ограничава възможността за цялостен мониторинг на осъществяването на стажовете. Същевременно, положените усилия не могат да бъдат отчетени адекватно като ангажимент на преподавателя, доколкото се отчитат само като „извънаудиторна заетост“.

### 2.3 Сравнение с чуждестранния и българския опит

Възприетият в Софийския университет модел за организация и провеждане на производствен стаж на студентите по туризъм има своите съответствия, но и различия със световния и европейския опит.

Най-изразените **сходства** са свързани със следното:

- Производственият стаж, подобно на университетите, предлагащи обучение по туризъм във Великобритания, Австралия, Турция, Гърция и др., е задължителна част от учебния план на специалност „Туризъм“ в СУ „Св. Климент Охридски“ (ОКС „бакалавър“). Участието в стажа носи на студентите 30 кредита и това показва значението, което се отдава на практическото обучение. В това отношение стажът на студентите от СУ е уникален за България.

- Целите, които се поставят по отношение на организацията и провеждането на производствения стаж (развитие на умения на студентите за изпълнение на специфични за туризма дейности и операции; докосване до спецификата на туристическата фирма и организация; възпитаване на отношение, чувство, усет, способност да се „схващат“ нещата в сферата на туризма) са много близки и съответстващи на целите<sup>6</sup> на водещи университети във Великобритания, Австралия, Турция, Гърция (Christou, 1999), предлагащи обучение по туризъм.

- Сходни с тези на чужди университети от Великобритания и Турция са организацията и провеждането на производствения стаж, включващи предварителна подготовка на студентите за участие в стажа, управление и администриране на процеса на протичане на стажа, осигуряване на адекватна обратна връзка от страна на работодателя за трудовото представяне на стажанта.

- Сключват се тристранни споразумения между студента, катедра „География на туризма“ и туристическата организация,

за определяне на правата и задълженията на всеки един от участниците в процеса на подготовка и организация на стажа. По тази характеристика нашият подход прилича на стажа, организиран от университети във Великобритания, Австралия, Турция, Гърция.

- Гъвкавост при насочване на стажантите към конкретни работодатели. Катедра „География на туризма“ предоставя помощ на студентите при търсенето на организация, в които да проведат стажа си, но в крайна сметка студентите сами решават къде ще работят. Използваният гъвкав подход отговаря на потребностите на стажантите и на туристическите организации, и е подобен на този при университетите в Австралия.

**Различията** спрямо световния и европейски опит при организирането и провеждането на стажа се отнасят до:

- Звеното, което се ангажира с организация и провеждане на стажа. Докато в някои страни (Великобритания) се изграждат специални обединения на надуниверситетско равнище, а в други (Турция) - координационни звена в рамките на самите университети със значителен персонал, производственият стаж на студентите по туризъм в СУ „Св. Климент Охридски“ се организира единствено от катедра „География на туризма“, като персонална отговорност е възложена на един от преподавателите. Ограниченият човешки, финансов и административен ресурс неминуемо оказва влияние върху качеството на организацията и провеждането на практическото обучение.

- Времетраене. В анализираниите страни периодът на провеждане на производствените стажове е различен: от няколко седмици до една календарна година във Великобритания, от шест до девет месеца в Гърция, най-малко 600 часа за период от 24 седмици в Австралия, 75 дни в Турция, един учебен семестър в Унгария, около 35 работни дни в Румъния. Практическото обучение на студентите по туризъм от СУ „Св. Климент Охридски“ е един учебен семестър (4-7 месеца), което го поставя в групата на страни-те със средна продължителност на стажа.

<sup>6</sup> По-подробно за целите на производствения стаж по туризъм виж в раздела „Опит в други страни“.

Същевременно, от гледна точка на продължителността си, стажът в Софийския университет няма аналог в България.

- Разположение в учебния план. Производствените стажове се провеждат по различно време в анализирани страни: между втората и последната година от академичното обучение във Великобритания; през летния семестър на третата или зимния семестър на четвъртата учебна година в Турция; в една част от гръцките университети стажът се провежда в последните шест месеца на обучението, а в друга - през лятото на три последователни учебни години по три месеца; през последните шест месеца от обучението по туризъм в Австралия. И в това отношение стажът на студентите по туризъм от СУ „Св. Климент Охридски“ заема междинно положение - той се провежда във втората част от тяхното обучение – шести семестър на третата академична година (при четиригодишна продължителност на обучението);

- Честота на провеждане. Съществува разнообразна практика, свързана с честотата на провеждане на производствените стажове по време на академичното обучение: веднъж – в повечето изследвани страни (Великобритания, Турция, Унгария, Румъния) или на два или три пъти (Гърция). Катедра „География на туризма“ е възприела първия вариант за еднократно провеждане на практическото обучение;

- Развитие на партньорства между участниците в практическото обучение. За разлика от страни, в които има силни и традиционни връзки между участниците в организацията и провеждането на производствените стажове (Великобритания, Австралия), работещите партньорства между катедра „География на туризма“ и туристическите организации са по-ограничени и предимно неформални. Понякога ежегодната поява на нови (и в известен смисъл случайни) работодатели поставя на изпитание стандартите и изискванията на катедрата за качество и ефективно провеждане на производствен стаж на студентите. Като позитивно изключение трябва да се спомене споразумението с Асоциаци-

ята на българските туроператори и туристически агенции от 2013 г., в което една от визираните области за сътрудничество е именно провеждането на дългосрочни студентски стажове.

От гледна точка на ситуацията в България производственият стаж на студентите – бакалаври по туризъм в Софийския университет се отличава със следните по-важни характеристики, които го правят уникален за страната:

- Задължителност и голям брой кредити (12,5% от кредитите за придобиване на ОКС “бакалавър“); присъжданите кредити са 5-6 пъти повече от типичните за България;

- Обособяване в самостоятелен семестър, разположен след получаване на основна теоретична подготовка, но преди приключване на академичното обучение (шести семестър при общо осем семестъра);

- Значителна продължителност (не по-малко от четири месеца, респективно 15 седмици според учебния план), която осигурява възможност не просто за „докосване“ до практиката, но за развитие на разнообразни знания и умения; продължителността е 2-3 пъти по-голяма от типичната за България;

- Утвърдена технология на организацията, провеждането и отчитането, която е еволюирала през годините, но съхранява основните си белези – ясна персонална отговорност от страна на катедрата, предварителна подготовка и подкрепа за студентите (стажантите), активни контакти и взаимодействие с работодателите, стандартна документация, текущ контрол, отчитане и оценка, изрично интегриране на резултатите в учебния процес.

На фона на ситуацията в България към днешна дата, параметрите на стажа в Софийския университет може да изглеждат екстремни, но в сравнение с чуждестранния опит са по-скоро балансирано, компромисно решение по отношение времето на провеждане, продължителността, взаимодействието с работодателите, документацията, цялостната организация, оказването съдействие и контрол на стажантите и не на последно място - влаганите човешки ресурси и административни усилия.

# 3. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА ПРОИЗВОДСТВЕНИЯ СТАЖ В СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ

## 3.1 Методика

Анализът и оценката на производствения стаж е осъществен въз основа на наличната документация за периода 1997-2015 г. За целта са осъществени следните дейности:

- Преглед и систематизиране на наличната документация за производствения стаж, по-специално регистрационни карти, оценки на работодателите и отчети на стажантите;
- Създаване на база данни за количествена обработка на информацията (в SPSS и Excel);
- Обработка и анализ на резултатите.

Базата данни в SPSS включва:

- Идентификационни данни – име на студента, факултетен номер, година на провеждане на стажа;
- Информация за работодателя: наименование, тип (основна дейност), седалище;
- Информация за работното място: местонахождение, наставник с данни за контакт;
- Свързаност на работодателя с катедрата, професионалното направление или факултета;
- Количествена оценка на стажантите от работодателя;
- Количествена самооценка на представянето от стажанта.

Значителна част от информацията се основава на свободните отговори в оценъчните карти за работодателите и отчетите на стажантите. Те са класифицирани въз основа на тяхното съдържание и също са подложени на количествен анализ. Това се отнася по-специално до:

- Конкретните дейности, осъществявани от стажантите;

- Оценките на работодателите за личностно-професионалните качества на стажантите (в случая свободните отговори допълват количествената оценка от оценъчната карта);

- Оценките на работодателите за трудовото представяне до 2009 г. (от 2010 г. е въведена количествена оценка);

- Оценките на стажантите (елементи на количествена оценка са въведени от 2010 г.);

- Препоръките на работодателите и стажантите.

При интерпретацията на данните трябва да се отчитат някои ограничения. Преди всичко, оказва се, че част от документацията не е съхранена по подходящ начин, особено в началните години. От над 1200 проведени стажа са установени документи за 702. Все пак наличната информация за 60% от стажовете, обработена по подходящ начин, е достатъчно добра основа за оценка на тяхната организация, провеждане и ефективност.

При обработката и анализа на данните бяха установени редица пропуски и слабости в оформянето, съхраняването и използването на отчетната документация, въз основа на което може да се формулират следните препоръки:

- Подобряване на съхраняването на отчетната документация и създаване на електронен архив;

- Опростяване на отчетните документи и подобряване на възможностите за квантифициране на информацията със съответни корекции в базата данни. По-специално се предлага квантифициране на:

- Оценката на общата удовлетвореност на студентите от стажа;

- Атрибутивната оценка за удовлетвореност на студентите от отделни аспекти на организацията и провеждането на стажа (организация от страна на катедрата, възможност за намиране на подходящи работни места, организация от страна на работодателя, възможност за ротация на позициите, отношение на работодателя и неговите служители, работно време и заплащане и др.);

- Оценка от студентите и от работодателите на развитието на конкретни способности и умения;

- Включване на въпроси за основната заемана позиция и осъществяваните от стажанта дейности (стандартизиран набор);

- Включване на изричен въпрос дали към стажанта е отправено предложение за оставане на работа в организацията след приключването на стажа;

- Включване в базата данни на нова променлива - за продължителността на стажа.

● Изрично разделяне на препоръките от работодателите в две групи: към стажанта и към университета (от гледна точка на обучението, организация на стажа и др.)

● Подобряване на използването на личната информация, в т.ч.:

- По-систематизиран анализ на търсенето на стажанти: да се проследяват ежегодно не само работодателите, които са приели стажанти, но и всички, които са изразили интерес към инициативата по един или друг начин; брой на търсените стажанти, структура

по дейности, специфични изисквания и др.;

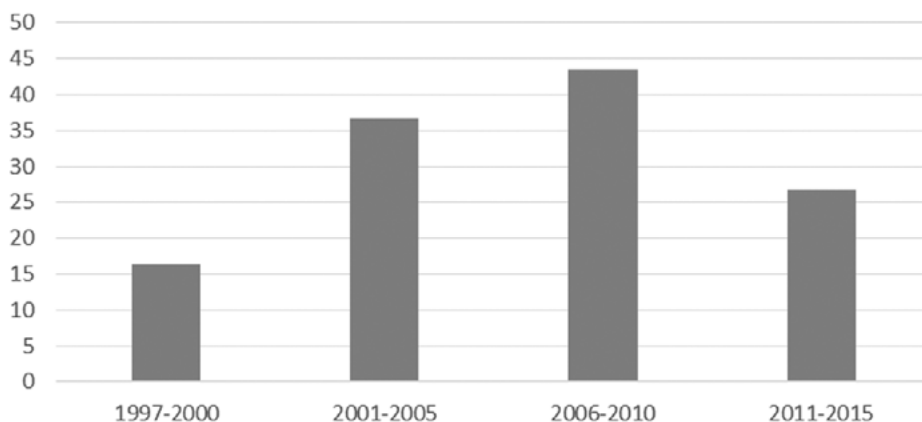
- Засилване на аналитичния характер на ежегодните доклади за отчитане на производствения стаж, в т.ч. количествени сравнения с предходни години.

### 3.2 Работодатели

В провеждането на производствения стаж на около 700 студенти, за които има данни, в периода 1997-2015 г. са участвали общо 438 работодатели. Техният брой варира по години, като се колебае предимно в диапазона между 15 и 50. Максималният брой е достигнат през 2008 г., когато стажанти са били приети от 62 работодатели. В отделни години се отчитат значително по-малко работодатели (5-11), което се дължи на липсващи документи. Затова за анализ на промените във времето са използвани средногодишни стойности за периоди от 4-5 години.

Броят на работодателите нараства рязко след 2000 г. – от 16 годишно през 1997-2000 до 37 годишно през 2001-2005 и 44 годишно през 2006-2010 г., което се обяснява с три причини: 1) увеличаване броя на студентите, 2) увеличаване интереса на работодателите към приемането на стажанти и 3) увеличаване на възможностите за производствен стаж в чужбина. След 2010 г. броят на работодателите намалява до 26 средногодишно, като отразява намаляването на броя на студентите и в повечето години варира около 30.

Фигура 3. Средногодишен брой на работодателите, приемащи стажанти от СУ



Според основната им дейност, абсолютно преобладават работодателите в две сфери – посредническа дейност (36,5%) и настаняване (35,4%). На трето място се нареждат работодателите в сферата на храненето (15,1%). Останалите групи са с малка относителна тежест, но въпреки това са важни за разширяване на спектъра на възможностите за придобиване на практически опит. Ангажираните с управление на атракции са 3% и включват отделни музеи и много повече тематични паркове и други атракционни съоръжения, предимно в чужбина. Туристическите сдружения са 2,3% и включват както национални браншови и продуктови сдружения (Българска туристическа камара, Българска асоциация на туристическите агенции, Асоциация на българските туроператори и туристически агенции, Българска асоциация за алтернативен туризъм, Българска асоциация за селски и екотуризъм), така и местни туристически сдружения и туристически дружества. Публичната администрация е представена с едва 1,4% от всички работодатели и включва предимно министерството, отговорно за туризъм, проектни офиси, свързани с министерството, отдели в дипломатически представителства, свързани с туризма и др. Категорията „друго“ е значителна – 6,2% и включва широк спектър от предприятия в сферата на услугите, които в повечето случаи са пряко свързани с туризма (авио- и автобусни превозвачи, круизни оператори, казина и клубове, списания и интернет портали, търговски центрове и др.).

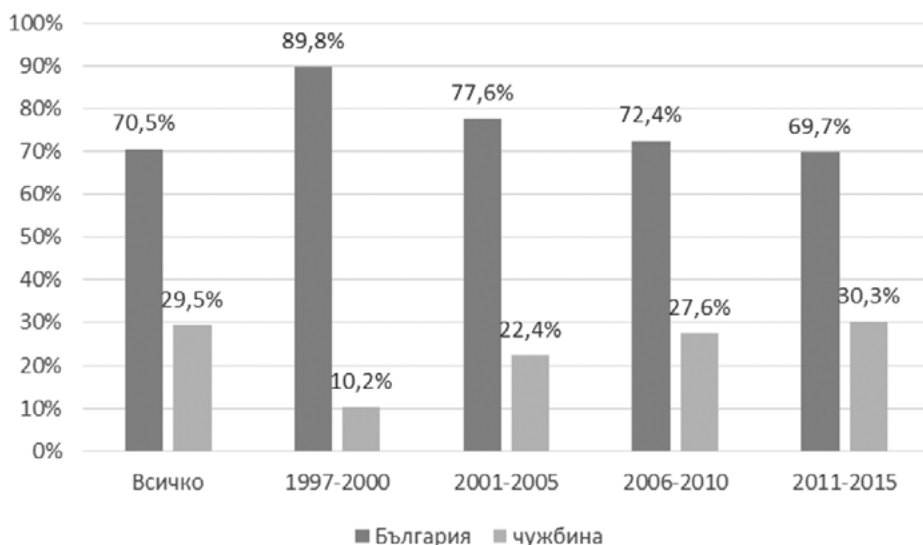
Анализът на промените на основните групи работодатели във времето очертава тенденция към разнообразяване на тяхната структура. Първият период (1997-2000 г.) се характеризира с абсолютно доминиране на предприятията в сферата на посредническата дейност (55%) и в по-малка степен – на настаняването (33%). През следващите периоди местата за настаняване показват значителна стабилност, но делът на посредниците се отличава с трайна тенденция на намаляване до 35% през 2011-2015 г. Същевременно, нарастване показват заведенията за хранене (от 4 на 10,5%) и атракциите (от 0 на 7,5%).

Преобладаващата част от работодателите, приемащи студенти от Софийския университет на стаж, са български (70,8%), но е значителен броят на чуждестранните работодатели (129) и техният относителен дял (29,5%). Наблюдава се ясна и последователна тенденция на увеличение на чуждестранните работодатели от 10% за периода 1997-2000 г. до 30% за периода 2011-2015 г. Особено рязка е промяната между 1997-2000 г. и 2001-2005 г., когато делът на чуждестранните работодатели нараства повече от два пъти – от 10% на 22%. Зад тази тенденция стоят три основни причини: 1) отпадане на визите за страни от ЕС; 2) възможностите за студентски бригади в чужбина, по-специално в САЩ, които могат успешно да се съчетаят с изискванията за осъществяване на производствен стаж и 3) нарастване на дела на чуждестранните студенти, които осъществяват стажа в страната на произход.

**Таблица 3. Структура на работодателите за производствения стаж по сфера на дейност**

	Брой организации					
	Всичко		1997-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2015
	Брой	%				
<b>Всичко</b>	<b>438</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
настаняване	155	35,4%	32,7%	31,1%	34,5%	33,8%
хранене	66	15,1%	4,1%	15,3%	13,8%	10,5%
посредническа дейност	160	36,5%	55,1%	46,4%	42,0%	35,3%
управление на атракции	13	3,0%	0,0%	1,1%	0,6%	7,5%
публична администрация	6	1,4%	0,0%	0,5%	1,7%	2,3%
туристически сдружения	10	2,3%	2,0%	1,6%	2,3%	3,0%
друго	27	6,2%	6,1%	3,3%	5,2%	7,5%
непосочено	1	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%

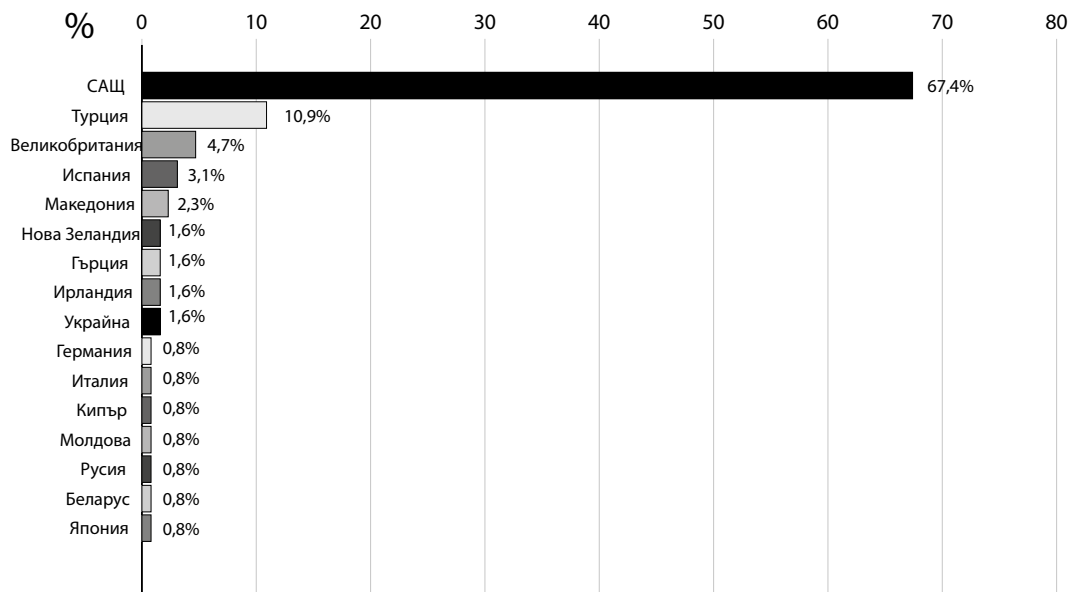
Фигура 4. Структура на работодателите по страни



Чуждестранните работодатели са от 16 страни. Сред тях доминират работодателите от САЩ (68%), основна причина за което е възможността за съчетаване на участието в студентски бригади с производствения стаж. Откроява се и Турция

(11%) заради значителния брой на студенти от там в периода 2001-2010 г. Други страни със сравнително по-голям брой работодатели са Великобритания (4,7%), Испания (3,1%) и Македония (2,3%).

Фигура 5. Структура на чуждестранните работодатели по страни (1997-2015)





Българските работодатели са ситуирани в 20 административни области, но абсолютно доминиращо е значението на София-град (76,4% от всички български работодатели). Други области с по-голям брой работодатели са Бургаска (Слънчев бряг, Бургас, Созопол, Приморско, Китен, Синеморец, Несебър, Равда) – 7,4%, Варненска (Варна, Златни пясъци, Аксаково) – 4,2% и Пловдивска (Пловдив, Калофер) – 2,6%. Общо на тези 4 области се падат 90,6% от българските работодатели. Това са от една страна областите с най-големите градове в страната, но също така те са водещи в туристическото развитие (от последните по-слабо е представена само област Добрич).

Наблюдава се тенденция на слабо повишаване на дела на София от 79,5% през 1997-2000 г. до 84,8% през 2011-2015 г., която се нарушава през 2006-2010 г. (76,2%).

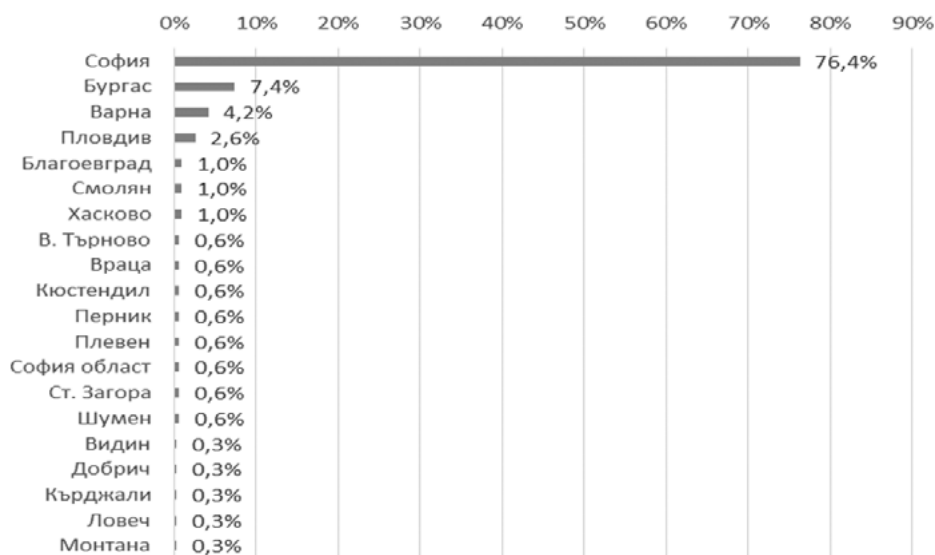
Обобщеният преглед на териториалната структура на работодателите показва, че производственият стаж на студентите по туризъм в СУ „Св. Климент Охридски“ не се ограничава до района на София, а може да се окачестви като национален и интернационален, с тенденция за засилване на неговата интернационализация. Тези

особености са по-видими при анализа на данните за броя на работодателите, отколкото за броя на приетите от тях стажанти поради по-големия среден брой на стажантите, приемани от работодатели в София.

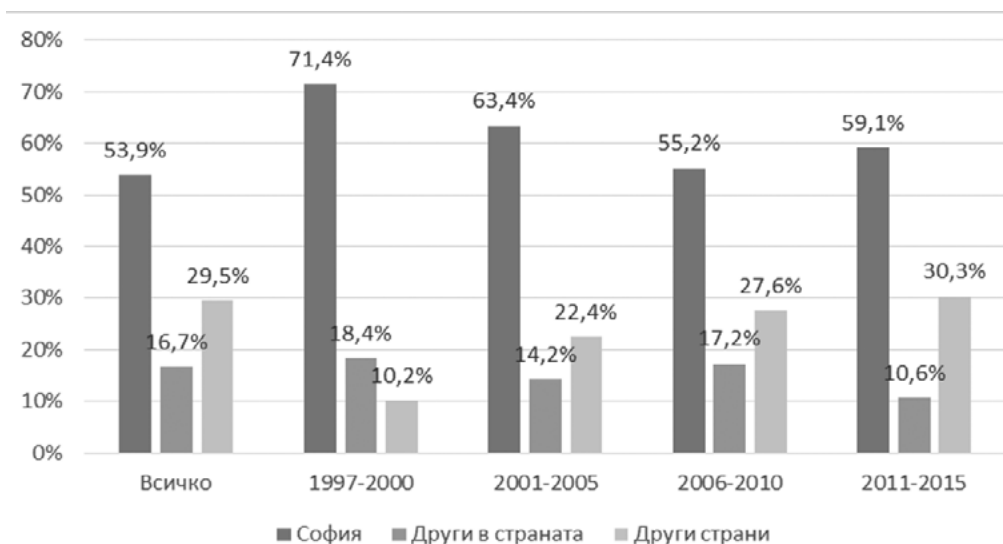
Безспорно, София има най-голяма тежест в структурата на работодателите – 53,9% от всички работодатели за целия изследван период 1997-2015 г. На второ място са чуждестранните работодатели с 29,5%. По-малка е тежестта на други части на България – 16,7% от работодателите. Делът на чуждестранните работодатели нараства 3 пъти (от 10,2% през 1997-2000 г. до 30,3% през 2011-2015 г.). Това е за сметка както на София (намаление с 12,3 пункта), така и на другите части на страната (намаление със 7,8 пункта).

От значение за организацията на производствения стаж е свързаността на собствениците или мениджърите на приемащите организации със специалността „Туризъм“ и Геолого-географския факултет на СУ, в който се осъществява обучението по туризъм. Под „свързаност“ се разбира, че собствениците или мениджърите са завършили и/или работят в катедра „География на туризма“, съответно в Геолого-географския факултет.

Фигура 6. Структура на българските работодатели по области (1997-2015)



Фигура 7. Промени в териториалната структура на работодателите



По-доброто познаване на обучението, по-тесните контакти с членове на катедрата и със студентите, както и лоялността към институцията са предпоставка за по-голям и по-траен интерес към приемане на нашите студенти за производствен стаж.

Свързани със специалност „Туризъм“ в Софийския университет са 5,5% от всички работодатели, в т.ч. 4,8% са завършили или работещи в катедра „География на туризма“, а 0,7% са завършили или работещи в Геолого-географския факултет. Разгледан по периоди, делът на свързаните със специалността работодатели е около 10% между 1997 и 2010 г. и нараства до 12% през 2011-2015 г.

Работодателите се различават по тяхната степен на активност в използването на стажанти от специалност „Туризъм“ в Софийския университет. 96% от работодателите осигуряват малък брой

места за стаж, в т.ч. 80% - едно място и 16% - 2 до 3 места за целия период. От друга страна, малък брой „активни“ работодатели (3%), приели над 6 стажанти за периода, са осигурили 26% от местата за стаж, в т.ч. 0,7% са приели над 10 стажанти (15,1% от местата) и други 2,3% са приели по 6-10 стажанти (10,7% от местата).

Групата на най-активните работодатели (с над 10 стажанти) е представена само от туроператори от София, в повечето случаи тясно свързани със специалността („Бохемия“, „Александър тур“, „Съншайнтурс“). Във втората по активност група (с 6-10 стажанти) са представени по равно туроператори („Бояна МГ“, „Географски свят“, „Оданс травъл“, „Одисея ин“, „Еврокул холидейз“) и хотели („София хотел Балкан“, „Зографски“, „Компания за луксозни хотели – хотел Хилтън“, „Интерхотел – Гранд

Таблица 4. Структура на работодателите според броя на приетите стажанти

Групи работодатели според броя на приетите стажанти	Отн. дял, %		Брой	
	Работодатели	Стажанти	Работодатели	Стажанти
1	80,1%	50,1%	351	351
2-3	16,0%	21,5%	70	151
4-5	0,9%	2,6%	4	18
6-10	2,3%	10,7%	10	75
над 10	0,7%	15,1%	3	106
<b>Всичко</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>438</b>	<b>701</b>

хотел София“, „Феър Плей Интернешънъл“), също само от София. „Епизодичните“ работодатели (с до 3 стажанти за периода) са с по-разнообразна сфера на дейност, често в провинцията и в чужбина. В значителна част от случаите контактът с тях е осигуряван от самите стажанти. По-специално за групата работодатели, осигурили само едно място за стаж, е характерен значително по-нисък дял на посредниците (32% при над 50% за останалите групи).

Тази структура на работодателите не може да се оцени еднозначно. Работата с ограничен брой партньори, приемащи голям брой студенти, е безспорно по-ефикасна от гледна точка на административните усилия. Същевременно те са „проверени“ с оглед на тяхното „качество“ и имат много по-голям опит в работата със стажанти (немалка част от тях имат разработени стажантски програми). От друга страна, включването на голям брой работодатели, приемащи малко стажанти, е до голяма степен неизбежно, за да се осигурят места за всички студенти (особено в първите години, когато търсенето на стажанти е било по-малко), както и при стажовете в чужбина. Това има и допълнителни предимства – разнообразяване на контактите на катедрата, разнообразяване на възможностите за работа на стажантите, привличане на нови „устойчиви“ работодатели. Не са редки примерите, когато „случаен“ работодател, останал доволен от работата на един стажант, продължава да приема значителен брой стажанти през следващите години.

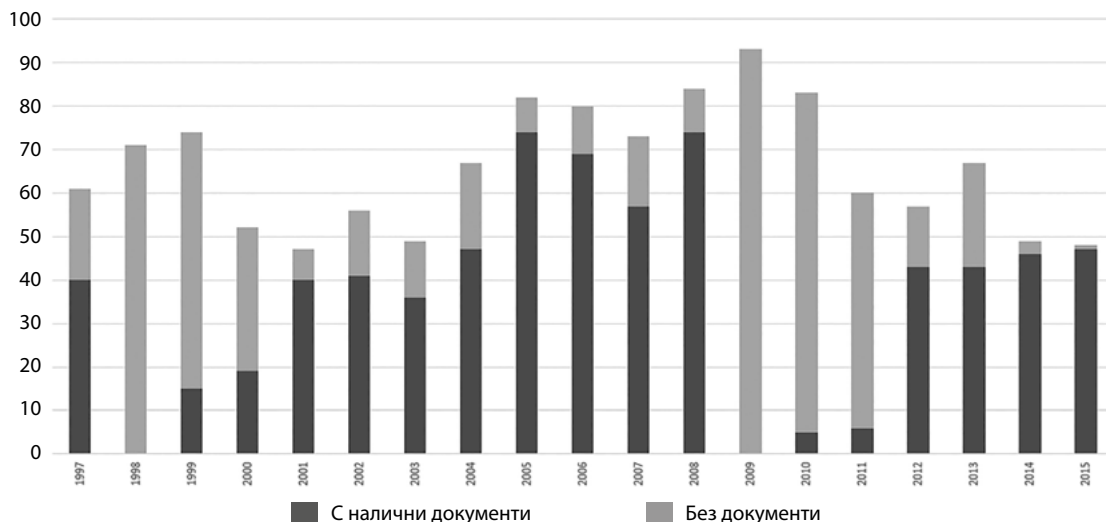
### 3.3 Стажанти

В периода 1997-2015 г. са проведени общо 1253 стажа. Поради задължителния характер на производствения стаж, общият брой на стажантите и динамиката им по години съответства на броя на студентите. Максималните стойности се достигат през периода 2005-2010 г., когато броят на стажантите достига 80-90 годишно. Отчетни документи (регистрационни карти, оценки на работодателите и отчети на студентите) са налични за 702 стажа (56%).

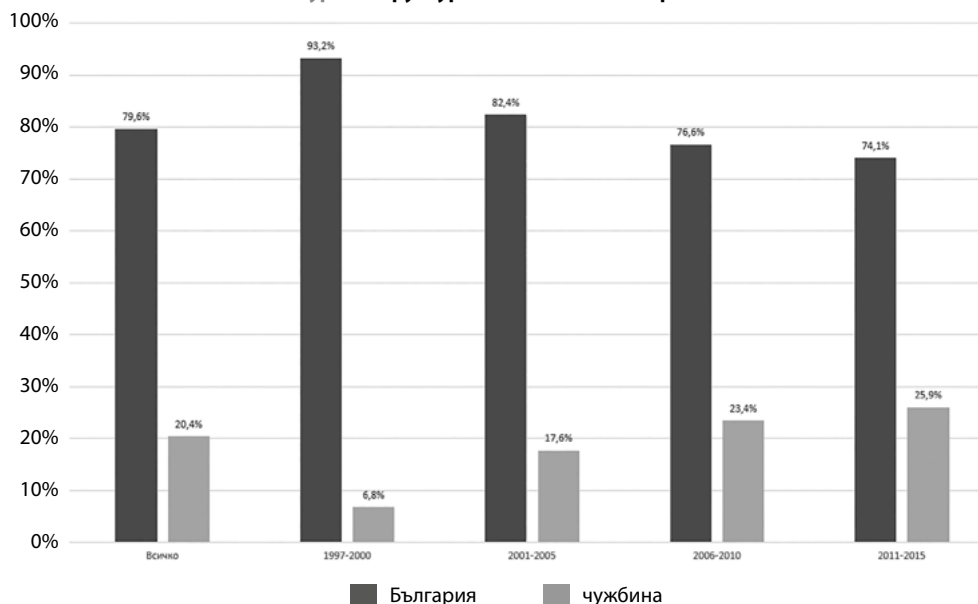
Структурата на стажовете в съответствие с мястото на провеждането им е сходна със съответната структура на работодателите: 80% от стажовете са проведени в България. Но е налице силно изразена тенденция на увеличаване на дела на стажовете в чужбина - от 6,8% през 1997-2000 г. до 25,6% през 2011-2015 г. Особено рязък е скокът между 1997-2000 г. и 2001-2005 г., когато делът на стажовете в чужбина нараства повече от 2 пъти. Причините са коментирани при анализа на работодателите: премахване на визите за страни от ЕС, студентските бригади в чужбина, увеличаване на чуждестранните студенти, които осъществяват стажа в собствената си страна.

Стажовете в чужбина са осъществени в 14 страни. Водещо място заемат САЩ (67%), следвани от Турция (10%), Испания (5%), Великобритания (3,5%), Македония (3,5%) и Нова Зеландия (2,8%). В останалите страни стажовете са епизодични – 1-2, съответно 0,7-1,4%. Те включват Ирландия, Гърция, Кипър, Украйна, Молдова, Русия, Беларус, Япония.

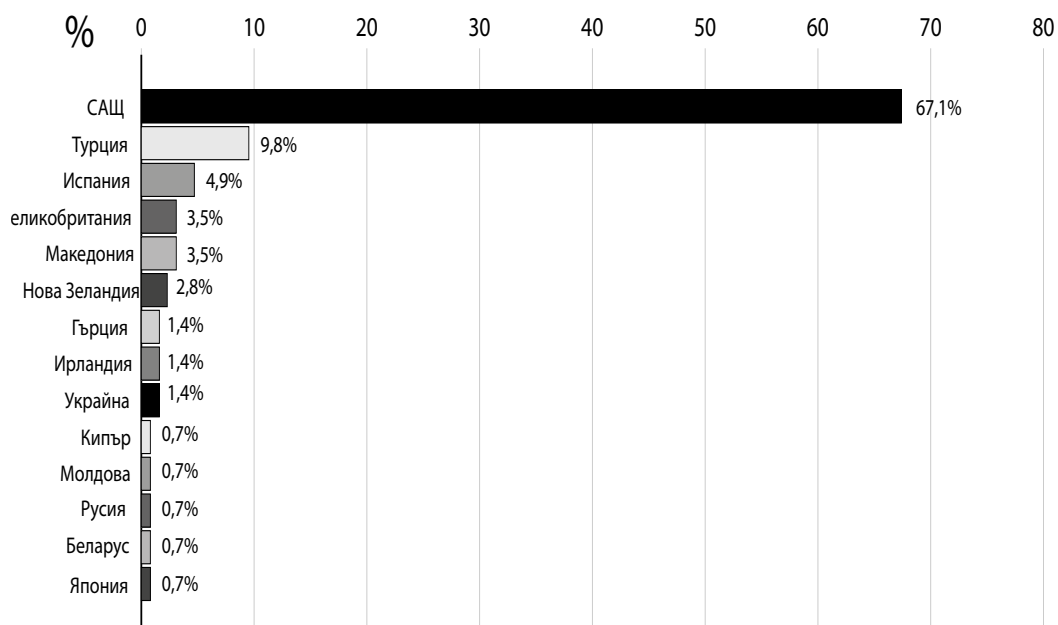
Фигура 8. Брой проведени стажове в периода 1997-2015 г.



Фигура 9. Структура на стажовете по страни



Фигура 10. Структура на стажовете в чужбина по страни



Производствените стажове в България са осъществени в 20 административни области, сред които доминира столицата (81,5%). Други области с повишено значение са Бургаска (7,5% - главно Слънчев бряг и Бургас, но също Созопол, Приморско, Синеморец, Лозенец, Китен, Равда,

Обзор), Варненска (2,7% - Варна и Златни пясъци) и Пловдивска (1,8% - главно Пловдив, но също и Калофер).

Обобщеният преглед на структурата на стажовете според мястото на провеждането им

показва особено ясно тенденцията на „интернационализация“ – относителният дял на стажовете в чужбина нараства близо 4 пъти (от 6,8 на 25,6%) за сметка на намаляване на стажовете както в София (от 75,7% на 63,8%), така и в други части на страната (от 17,6% на 10,3%). През последния период (2011-2015 г.) 2/3 от производствените стажове се осъществяват в София, 1/4 – в чужбина и 1/10 в други части на България. Тази структура може да се оцени по-скоро позитивно. Високият дял на стажовете в София облекчава тяхната организация и наблюдение, но нарастващият дял на стажовете в чужбина осигурява възможност за по-разнообразни дейности – и особено важно – придобиване на опит за работа в различна културна среда.

Според основната дейност на работодателя абсолютно преобладават стажовете, свързани с основните професии в туризма – настаняване, хранене и посредническа дейност (общо 90%). Близо половината от стажовете са при работодатели в сферата на посредническата дейност (49,1%). Техният дял обаче показва тенденция на намаляване от около 55% през 1997-2005 г. до около 45% през 2006-2015 г. На второ място е настаняването с 29,9%. На трето място е храненето с 11% за целия период. В този случай се

наблюдава рязък скок между първия и втория период (от 2,7% на 12,6%), а през следващите периоди делът остава стабилен. Стажовете при други работодатели са с малък дял – общо 10%, в т.ч. туристически сдружения – 2%, управление на атракции – 1,9%, публична администрация – 1% и друго – 5% (авио- и автобусни превозвачи, круизни оператори, казина и клубове, списания и интернет портали, търговски центрове и др.).

Наблюдава се разнообразяване на структурата на стажовете според основната дейност на работодателя, като основните тенденции са:

- Намаляване на относителния дял на посредническата дейност от около 55% през 1997-2005 г. до около 45% през 2006-2015 г.;
- Относително стабилен дял на местата за настаняване, който се колебае между 27 и 34% през отделните периоди;
- Увеличаване на относителния дял на храненето от 2,7% през 1997-2000 г. до 11-12% през следващите периоди;
- Значително увеличаване на всички останали дейности – от 6,8% през 1997-2000

**Фигура 11. Промени в териториалната структура на производствените стажове според мястото на провеждане**

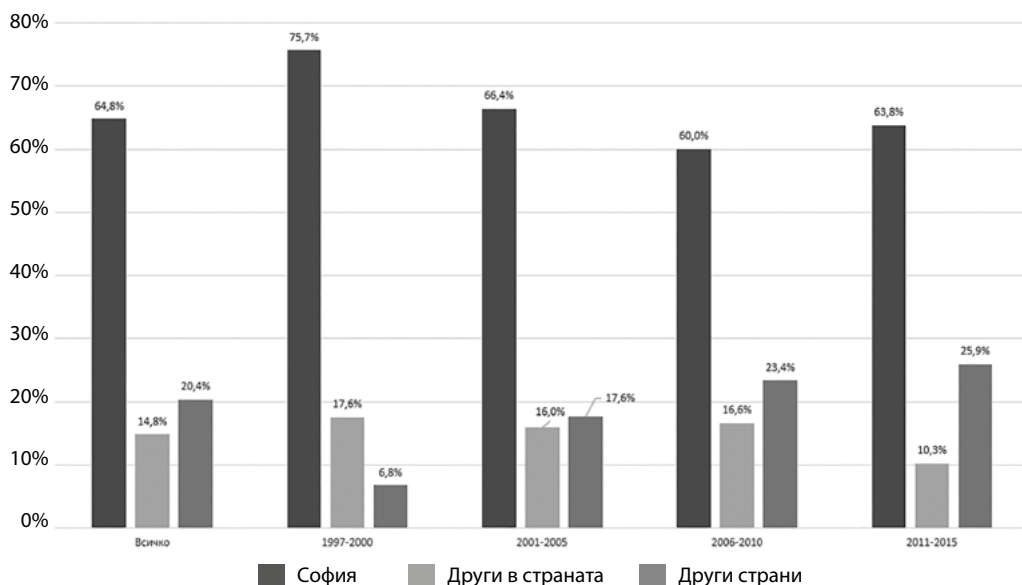


Таблица 5. Структура на стажовете според основната дейност на работодателя

	Всичко	1997-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2015
настаняване	29,9%	33,8%	27,7%	33,7%	27,0%
хранене	11,0%	2,7%	12,6%	11,7%	11,4%
посредническа дейност	49,1%	56,8%	53,8%	45,9%	43,8%
управление на атракции	1,9%	0,0%	0,8%	0,5%	5,4%
публична администрация	1,0%	0,0%	0,4%	1,5%	1,6%
туристически сдружения	2,0%	2,7%	1,3%	2,0%	2,7%
друго	5,0%	4,1%	2,9%	4,9%	8,1%
непосочено	0,1%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%
<b>Всичко</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

г. до 17,8% през 2011-2015 г. В този случай особено характерни са промените в абсолютните стойности: стажовете в атракции нарастват от 0 на 10, в публичната администрация – от 0 на 3, в туристически сдружения – от 2 на 5 и в други организации – от 3 на 15.

### 3.4 Дейности на стажантите по време на производствения стаж

По време на своя производствен стаж студентите от специалност „Туризъм“ са били ангажирани в голям брой дейности, които може да бъдат отнесени към различните браншове в туризма, публичния и неправителствения сектор. Структурата на дейностите според типа на организацията, в която е проведен стажът, е изведена както от информацията, предоставена от работодателите относно дейностите и задачите на стажантите, така и от отчетите на студентите за спецификата на техните ангажименти. На базата на наличната документация са установени дейностите, извършвани от 690 студенти, което представлява 98% от всички студенти, чиито работодател е известен от запазените документи.

Работата, която са извършвали студентите, е била относително разнообразна, поради факта, че само в отделни случаи ангажиментите им са се свеждали до изпълнението на една единствена дейност. Средният брой осъществявани дейности е 3,3 - най-висок в туристическите агенции (4,7), следвани от туристическите сдружения (3,2) и туристическите атракции (3,0). По-еднотипна е била работата в секторите настаняване и хране-

не, където средният брой дейности е съответно 1,6 и 1,9, и може да се обясни със заемането на конкретна позиция със специфична длъжностна характеристика и ограничен обхват на дейности (напр. пиколо, барман и др.).

Отчетените стажове, с информация за дейности в настанителния сектор са 190, като са посочени общо 305 дейности, обособени в 10 групи (Фигура 12). С най-голям дял (42%) са дейностите, присъщи на администратор рецепция, които включват също приемане на резервации, организация по почистването на стаите, обмяна на валута, продажба на билети за културни, развлекателни и спортни дейности и организиране на други допълнителни услуги, работа с офис техника и др. На второ място (13%) са дейностите, характерни за хотелското домакинство – почистване на стаите, общите части на хотела и градината, снабдяване, техническа поддръжка, обслужване на телефонна централа и др. Около 11% от упражняваните дейности са към маркетинговите отдели на хотелите, където задачите им са били свързани с изготвяне на ценови оферти, водене на кореспонденция и поддържане на контакти с доставчици и партньори, дистрибуция, изготвяне и редакция на рекламни материали, аналитична, преводаческа и куриерска дейност. 10% от дейностите на студентите са били в отделите „Храна и напитки“, където са работили като сервитьори, включително в казино към хотела, рум сървис и обслужване на банкетни зали. Значителен дял от дейностите на студентите (8%) са били свързани с осъществяването на трансфери, предоставянето на екскурзоводски и анимационни услуги, придружаване на снимачен екип, голф асистент. 6% от студентите

Таблица 6. Среден брой дейности, осъществявани по време на стажа

	Брой отчетени стажове	Брой отчетени дейности	Среден брой дейности за отчетен стаж
Настаняване	190	305	1,6
Хранене	81	157	1,9
Туристически агенции	344	1616	4,7
Атракции	20	60	3,0
Публична администрация	7	17	2,4
Туристически сдружения	17	55	3,2
Други	31	48	1,5
<b>Общо</b>	<b>690</b>	<b>2258</b>	<b>3,3</b>

са били на позицията пиколо или етажнен отговорник, а по 3% от дейностите се отнасят до счетоводството и обслужването, предоставяно от бизнес централите на хотелите. Само 4% от студентите са имали възможност да преминават през всички отдели на хотелите, в които са провели стажа си, а един процент са осъществявали дейност на ръководни позиции като управител на хотелски/туристически комплекс или управител „Човешки ресурси“.

Прегледът на структурата на дейностите по години не позволява да се открият конкретни значими тенденции, тъй като се наблюдават разнопосочни вариации във всяка от разглежданите групи дейности (Таблица 7). Независимо от това, може да се посочи, че в началните

години липсва практика на студентите да се дава възможност да преминават през всички отдели на хотела. Само в 3 от годините на изследвания почти 20-годишен период има случаи на осъществяване на дейности в бизнес центрове на хотели, а всички случаи на заемане на ръководни позиции от страна на стажанти са концентрирани в 2008 г. Относително ясна е тенденцията на ангажиране на студентите с дейности, изискващи по-висока квалификация, за което свидетелства фактът, че след 2008 г. няма случаи на заемане на позиции пиколо, етажнен отговорник и други подобни. Същевременно, относително постоянен остава делът на ангажираните с дейности на рецепция и се увеличава делът на осъществяващите дейност към маркетинговите отдели.

Фигура 12. Структура на дейностите в обекти за настаняване по периоди

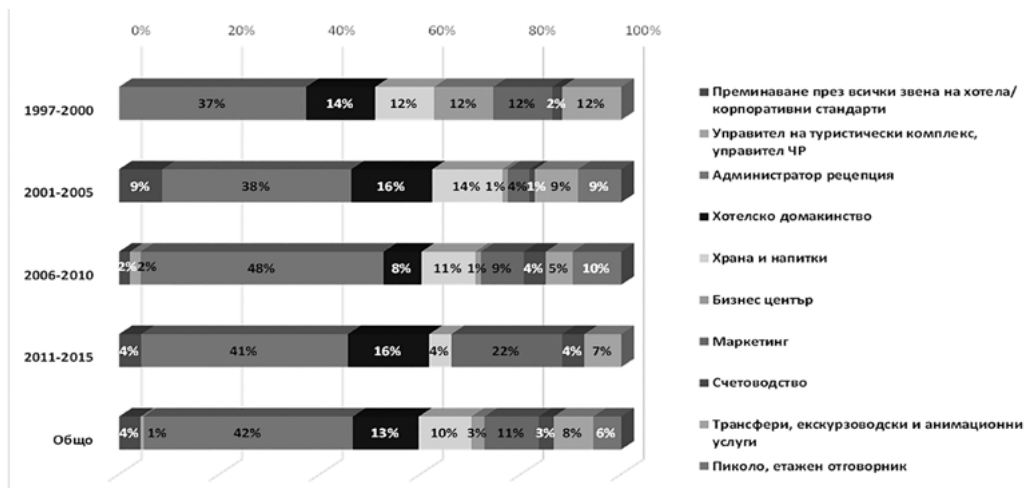


Таблица 7. Структура на дейностите в обекти за настаняване по години

Година	Преминаване през всички звена на хотела	Управител на тур. комплекс, управител ЦР	Администратор рецепция	Хотелско домакинство	Храна и напитки	Бизнес център	Маркетинг	Счетоводство	Трансфери, екскурзоводски и анимационни услуги	Пиколо, етажен отговорник
1997	0%	0%	32%	13%	13%	16%	13%	0%	13%	0%
1999	0%	0%	67%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%
2000	0%	0%	50%	20%	10%	0%	0%	10%	10%	0%
2001	17%	0%	33%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	17%
2002	14%	0%	50%	14%	7%	0%	7%	0%	7%	0%
2003	0%	0%	46%	8%	0%	0%	8%	0%	31%	8%
2004	6%	0%	34%	13%	25%	0%	3%	0%	6%	13%
2005	11%	0%	32%	21%	14%	4%	4%	4%	4%	7%
2006	3%	0%	39%	18%	12%	3%	6%	0%	6%	12%
2007	5%	0%	47%	0%	16%	0%	11%	0%	5%	16%
2008	0%	5%	55%	3%	8%	0%	10%	10%	5%	5%
2010	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2011	11%	0%	56%	0%	0%	0%	22%	0%	11%	0%
2012	0%	0%	55%	15%	0%	0%	30%	0%	0%	0%
2013	0%	0%	25%	42%	0%	0%	17%	0%	17%	0%
2014	11%	0%	33%	11%	0%	0%	22%	11%	11%	0%
2015	6%	0%	33%	11%	17%	0%	17%	11%	6%	0%
<b>Общо</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>42%</b>	<b>13%</b>	<b>10%</b>	<b>3%</b>	<b>11%</b>	<b>3%</b>	<b>8%</b>	<b>6%</b>

Анализът на структурата на дейностите по времеви периоди затвърждава някои от посочените по-горе тенденции и разкрива следните по-ясни закономерности:

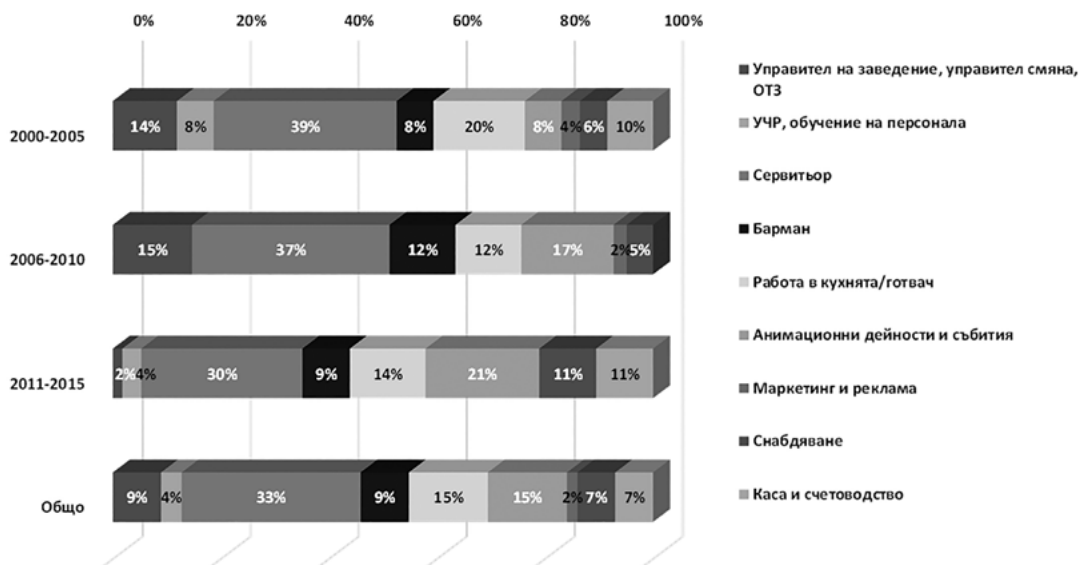
- Относително висок и постоянен дял на дейностите, присъщи на администратор рецепция – между 37 и 48%;
- Значително по-нисък, но също постоянен дял на дейностите, характерни за хотелското домакинство - между 13 и 16%, като само в периода 2006 – 2010 г. този дял е по-нисък – 8% (главно за сметка на завишения дял

на дейностите на рецепцията на хотелите);

- Относително постоянен, но невисок дял на дейностите по предоставяне на трансфери, екскурзоводски и анимационни услуги – между 5 и 12%;
- Намаляване на дела на дейностите, присъщи за отделите „Храна и напитки“ – от 11-14% до 4% в последния период;
- Увеличаване на дела на дейностите към маркетинговите отдели до 22% през последния период.



Фигура 13. Структура на дейностите в сферата на храненето по периоди



Отчетените стажове, с информация за дейности в сферата на храненето са 81, като общият брой на осъществяваните от студентите дейности в обекти за хранене е 157, обособени в 9 групи. Документално отчитане на стажове на студенти, проведени в обекти за хранене, се констатира за първи път през 2000 г. (2 души), което води до редуциране на разглежданите времеви периоди до три.

За целия период (2000–2015) с най-голям дял са дейностите, свързани с упражняването на сервитьорска професия (33%) – сервиране, зареждане и отсервиране на маси, почистване, рум сървис, работа с компютърни системи и др.

В структурата на дейностите в сферата на храненето с равен дял от 15% са групите дейности, свързани с работа в кухнята (вкл. като готвач) и организацията и участието в анимационни дейности и събития. Значителен дял (9%) заемат дейностите, присъщи на висши и средни ръководни позиции – управител на заведение, управител смяна, отговорник търговска зала, а отделно с дял 4% са дейностите, характерни за управлението и обучението на персонала. С равен дял по 7% са дейностите, свързани със снабдяването и счетоводството. За разлика от настанителния сектор, в обектите за хранене се установява много нисък дял на упражнявани от студентите маркетингови дейности (2%).

Анализът на структурата на дейностите в сектора на храненето по времеви периоди позволява да се открият следните тенденции:

- Намаляване дела на дейностите, присъщи на сервитьорите – от 39% на 30%;
- Относително устойчив дял на заеманите позиции барман – между 8% и 12%;
- Значително увеличаване дела на дейностите, свързани с организирането и/или участието в анимационни програми и събития – от 8% на 21%;
- Значителен дял на дейностите, свързани с работа в кухнята (между 12% и 20%), с вариации в различните периоди (вкл. и по години) без ясна тенденция;
- Увеличаване дела на дейностите по снабдяване – от 5-6% до 11% през последния период;
- Неравномерност по отношение на дейностите, свързани с работа на каса и боравене със счетоводни документи, като в периодите 2000 – 2005 г. и 2010 – 2015 г. техният дял е около 10%, а в периода 2006 – 2010 г. те изцяло отсъстват.

Най-голям е броят на отчетените стажове в туристически агенции – 344, като е документирано участието на студентите в общо 1616 дейности, обособени в 11 групи. За целия период студентите са били най-често ангажирани с дейности по продажбата на туристически пакети и услуги и обслужването на клиенти (18%), както и с технически дейности (работа с офис техника, попълване на документи), подпомагачи изпълнението на функциите на агенцията (15%). Значителна част от студентите са преминали и през туроператорски отдели, където са изпълнявали дейности, свързани с разработването и организирането на туристически програми и събития (13%), работили са с резервационни системи или са извършвали резервации (11%), организирали са транспорт и трансфери (5%). Други типични дейности, макар и с по-малък дял, са свързани с продажба на билети за транспорт

(6%) и осигуряване на допълнителни услуги (7%). Важни дейности, в които са били ангажирани студентите, са предоставянето на екскурзоводски услуги (10%) и маркетингови дейности (6%) – проучване на пазара и аналитична дейност, рекламна дейност, участие в туристически изложения и борси, подготовка и изнасяне на презентации, поддържане на уебсайт, блог и др.

Прегледът на данните за структурата на дейностите в туристически агенции по години (Таблица 8) и по периоди (Фигура 14) показва, че повечето дейности присъстват през всички години, като най-често в отделни години отсъстват дейностите, свързани с работа със счетоводни документи и осъществяването на финансови операции.

Това е и единствената група дейности, която не се установява през първия период (1997-2000).

Фигура 14. Структура на дейностите в туристически агенции по периоди



Таблица 8. Структура на дейностите в туристически агенции по години

Година	Разработване и организиране на туристически програми и събития	Изготвяне на информация и оферти	Продажба на туристически пакети и услуги, обслужване на клиенти	Резервации и работа с резервационни системи	Екскурзоводско обслужване	Организиране на транспорт и трансфери	Продажба на билети за транспорт	Осигуряване на допълнителни услуги	Маркетинг и реклама, вкл. пазарни проучвания и анализи	Финанси и счетоводство	Технически дейности, куриерски услуги
1997	22%	2%	24%	3%	19%	8%	2%	3%	0%	0%	17%
1999	23%	0%	30%	0%	13%	0%	7%	3%	0%	0%	23%
2000	15%	2%	19%	10%	10%	6%	8%	8%	8%	0%	13%
2001	18%	8%	20%	8%	6%	5%	6%	11%	5%	0%	13%
2002	16%	16%	19%	10%	15%	3%	0%	0%	7%	0%	14%
2003	15%	10%	18%	11%	7%	4%	6%	5%	10%	0%	14%
2004	14%	6%	18%	12%	9%	4%	6%	12%	1%	1%	17%
2005	13%	4%	23%	11%	13%	3%	5%	7%	5%	2%	16%
2006	13%	7%	21%	11%	10%	3%	5%	6%	7%	2%	14%
2007	15%	6%	15%	14%	13%	9%	6%	1%	11%	0%	9%
2008	12%	6%	20%	15%	8%	4%	6%	2%	6%	0%	21%
2009	20%	0%	20%	0%	20%	0%	0%	0%	20%	0%	20%
2010	0%	11%	22%	0%	11%	11%	0%	11%	0%	11%	22%
2011	17%	0%	17%	13%	13%	13%	4%	4%	9%	0%	9%
2012	12%	10%	13%	11%	6%	8%	9%	12%	7%	0%	12%
2013	14%	14%	14%	11%	7%	5%	5%	11%	4%	0%	14%
2014	6%	8%	16%	12%	8%	5%	7%	9%	7%	10%	13%
2015	9%	10%	12%	11%	8%	9%	8%	9%	7%	5%	14%
<b>Общо</b>	<b>13%</b>	<b>7%</b>	<b>18%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>	<b>2%</b>	<b>15%</b>

По-конкретните тенденции при дейностите в туристически агенции по периоди са:

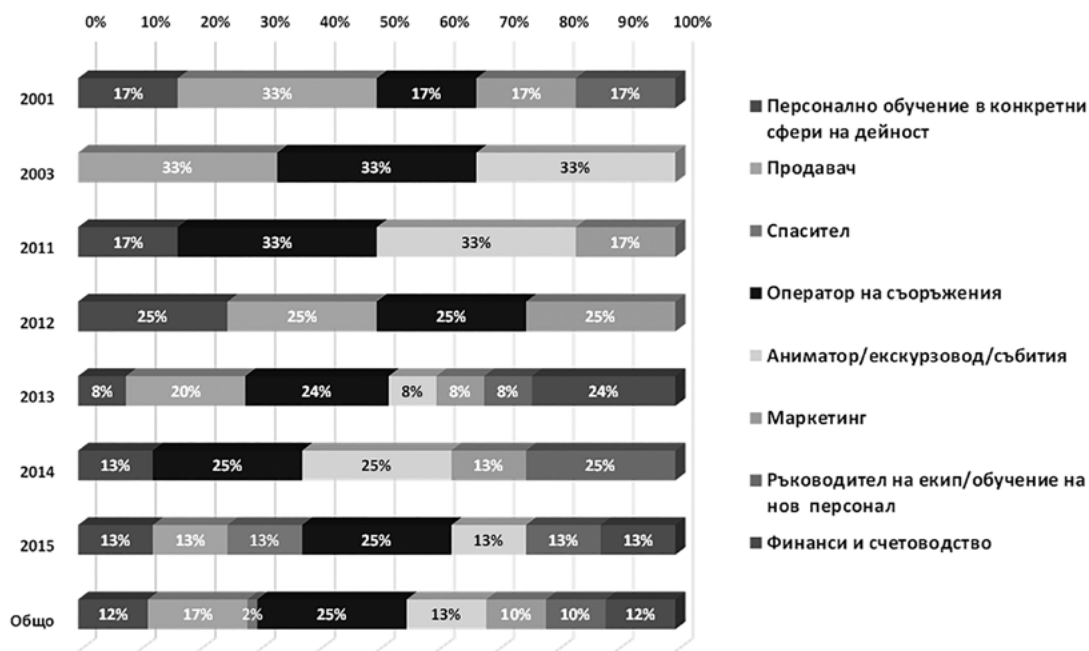
- Намалвяване на дела на дейностите, свързани с продажбата на продукти и услуги и обслужването на клиенти (от 23% на 14%);
- Двойно намалвяване на дела на дейностите по разработване и организиране на програми и събития (от 20% на 10%);
- Намалвяване на дела на дейностите по екскурзоводско обслужване на туристи (от 15% на 8%);
- Увеличаване на дела на дейностите по изготвяне на информация и оферти (от 1% на 9%);

- Двойно увеличаване на дела на дейностите по работа с резервации и резервационни системи (от 5 на 11%);

- Колеблива тенденция на увеличаване на ангажираността с маркетингови дейности, както и с финансово-счетоводни дейности.

Провеждането на производствен стаж в туристически атракции е епизодично, поради което анализът на структурата на осъществяваните дейности по периоди губи смисъл. От 2001 г. до 2015 г. в туристически атракции са провели стажа си общо 20 студенти, като в документите им са идентифицирани 60 практикувани дейности, обособени в 8 групи.

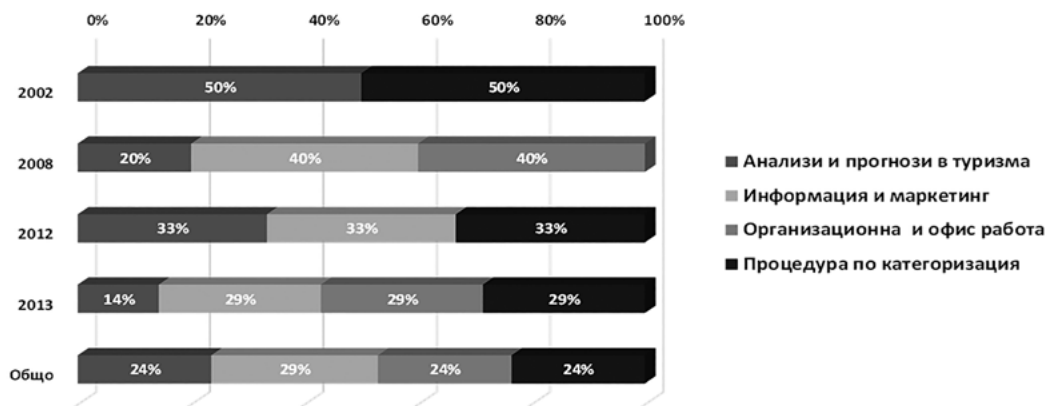
Фигура 15. Структура на дейностите в туристически атракции по години



На-голям дял имат дейностите, свързани с опериране на съоръжения (25%), следвани от дейностите по организиране и участие в анимационна, екскурзоводска дейност и събития (13%). 17% от студентите са работили като продавачи, а 2% като спасители. Голяма част от студентите (12%) са преминали през персонално

обучение в конкретна сфера на дейност, свързана с атракцията, като 10% впоследствие са имали ангажименти като ръководител на екип и/или по обучението на новопостъпили служители. Всеки 6-ти студент по време на стажа си е изпълнявал и маркетингови дейности, вкл. проучване на мнението на клиентите и оценка на търсенето.

Фигура 16. Структура на дейностите в публичната администрация по години



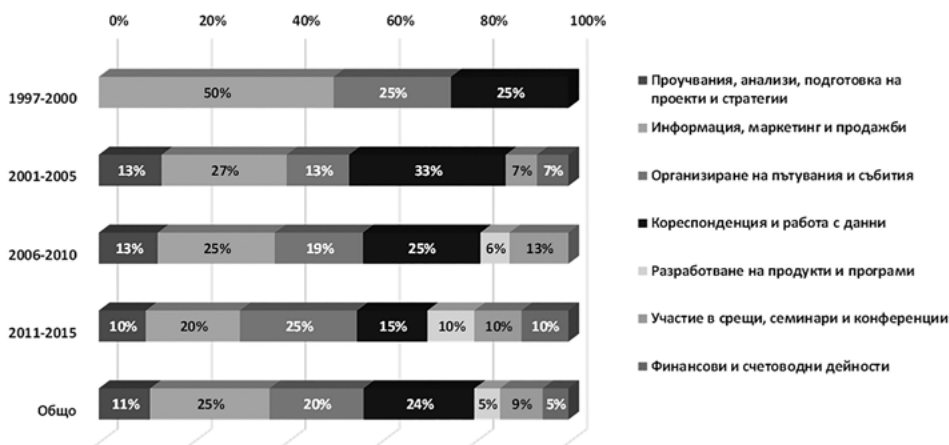
Само 7 студенти са осъществили своя производствен стаж в организации от публичния сектор, като са практикували 17 дейности, при това само в 4 години от разглеждания период. Те са били ангажирани почти равностойно в 4 групи дейности, водеща от които е групата, обединяваща дейностите по изготвяне и предоставяне на информация и маркетинг (29%).

С равен дял от по 24% са останалите 3 групи: осъществяване на анализи и прогнози в туризма, участие в процедури по категоризация на туристически обекти и организационна и офис работа.

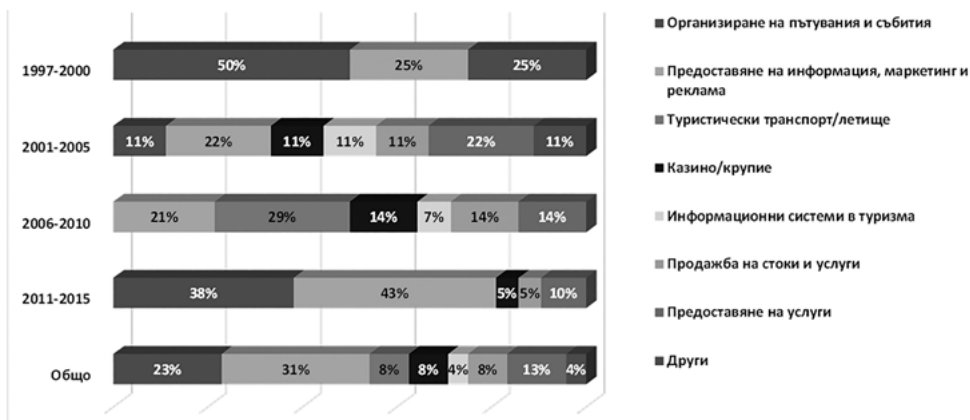
В туристически сдружения са провели и от-

чели стажа си 17 студенти, които в 11 години от периода са практикували общо 55 дейности, условно обособени в 7 групи. Водещи групи дейности са тези, свързани с изготвяне на информация и маркетинг (25%), воденето на кореспонденция и работа с данни (24%). Други типични дейности в туристическите сдружения са организирането на пътувания и събития (20%) и дейностите по проучвания, анализи, разработването на проекти и стратегии (11%). Докато в периода до 2000 г. студентите са били ангажирани основно с изготвянето на информация, маркетинг, воденето на кореспонденция и организирането на събития и пътувания, то с времето се наблюдава разнообразяване и обогатяване на дейностите.

**Фигура 17. Структура на дейностите в туристически сдружения по периоди**



**Фигура 18. Структура на дейностите в други организации, свързани с туризма, по периоди**



тяване на практикуваните дейности – участие в срещи, семинари и конференции, разработване на продукти и програми, аналитична дейност и работа по разработвани проекти и стратегически документи.

Проведените и отчетени стажове в други организации, свързани с туризма, са 31, в 10 години от разглеждания период, като по време на стажа си студентите са практикували 48 дейности, обособени в 8 групи. Основната част от дейностите са свързани с предоставяне на информация, маркетинг и реклама (31%), органи-

зирането на пътувания и събития (23%), и продажба на стоки и услуги (13%). 8% от студентите са работили в казино, вкл. като крупие, а 4% са осъществявали дейности, свързани с работа с информационни системи в туризма и специализиран туристически софтуер. Само в периода 2006 – 2010 г. значително присъствие имат дейностите по организация на транспортни услуги, вкл. на летище (14%). Поради разнородния характер на основната дейност на избраните за стаж организации трудно може да се установят зависимости и тенденции в структурата на дейностите.

**Таблица 9. Оценка на личностно-професионалния профил на стажантите (средно за 1997-2015г.)**

	Средна оценка	Структура на оценките (%)					Брой стажанти
		Незадоволителна	Задоволителна	Добра	Много добра	Отлична	
Интелектуални способности	4,80			0,6%	18,6%	80,8%	532
Познаване на областта, в която работи	4,29		1,1%	10,8%	45,7%	42,3%	529
Навици за работа	4,54		0,2%	6,0%	33,6%	60,2%	532
Мотивация за труд и високи резултати*	4,79			1,3%	18,8%	79,9%	149
Мотивация за труд**	4,63	0,3%		3,9%	28,5%	67,3%	382
Мотивация за учене**	4,67		0,3%	3,7%	24,7%	71,3%	380
Мотивация за успех**	4,65	0,3%	0,3%	3,4%	25,9%	70,2%	382
Потенциал за бъдещ принос в професионалната област**	4,46		0,3%	6,0%	40,9%	52,8%	381
Сериозно отношение към поставената цел**	4,71		0,3%	4,4%	19,8%	75,5%	384
Изобретателност, инициативност	4,47	0,2%	0,2%	8,5%	34,3%	56,9%	531
Емоционална зрялост	4,41	0,4%	0,8%	9,8%	35,8%	53,2%	530
Адаптивност	4,64		0,2%	4,2%	26,8%	68,9%	530
Лидерски потенциал**	4,19		3,1%	14,2%	43,0%	39,6%	381
Отговорност	4,80	0,2%		1,5%	16,5%	81,8%	528
Комуникативност	4,72	0,2%	0,2%	3,0%	21,0%	75,6%	528

\* Качества, които са оценявани само след 2009 г.; \*\* Качества, които са оценявани само до 2009 г.

### 3.5 Оценка на производствения стаж от работодателите

#### 3.5.1 Личностно-професионален профил на стажантите

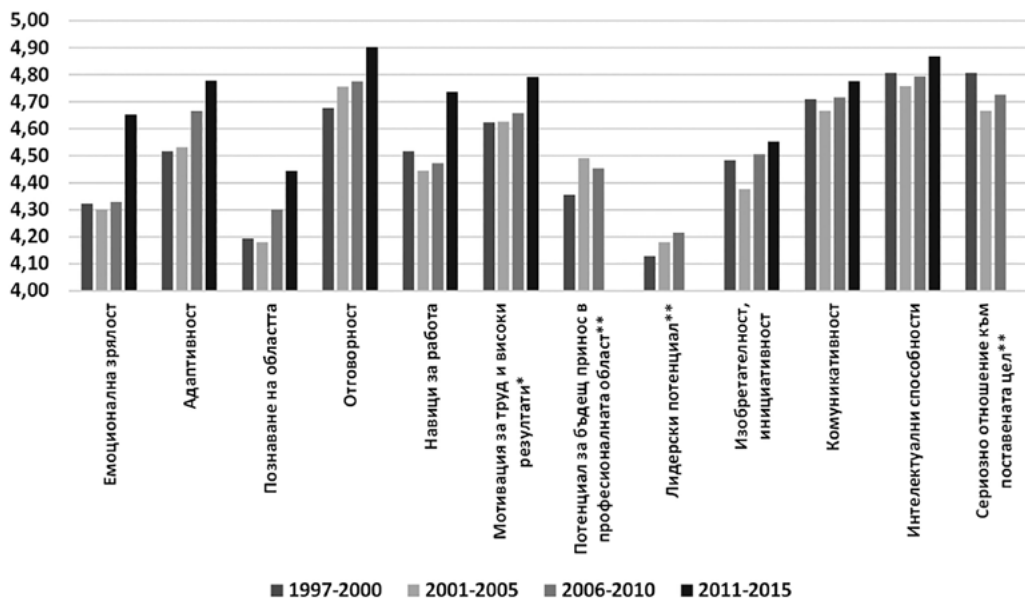
Количествената оценка на личностно-професионалния профил на стажантите от техните работодатели е много висока. Общо за целия изследван период (1997-2015) средните оценки за отделните качества на стажантите са в диапазона 4,2-4,8 по 5-степенна скала (Таблица 9). Абсолютно доминират отличните и много добрите оценки (между 83 и 99% за отделните качества). Делът на незадоволителните и задоволителните оценки е минимален (за повечето качества той е между 0,2 и 0,5% и само в три случая надхвърля 1%). В този контекст обаче се очертават някои различия:

- Най-високо, със средна оценка около 4,8 се оценяват интелектуалните способности (4,80), отговорността (4,80) и мотивацията за труд и постигане на високи резултати (4,79), при които отличните и много добрите оценки са над 98%, а отличните са около 80%;

- Най-ниски, но все пак достатъчно високи (между 4,19 и 4,41), са оценките за лидерски потенциал (4,19), познаване на професионалната област (4,29) и емоционалната зрялост на стажантите. И в трите случая по-ниската средна оценка се дължи не толкова на незадоволителни и задоволителни оценки, които са между 1 и 3%, а на повишения дял на добрите и много добрите оценки за сметка на отличните оценки.

В течение на времето се отчита повишаване на оценките за почти всички качества на стажантите (Фигура 19). Разликата между последния период (2011-2015 г. или 2006-2010 г., за качествата, които не са оценявани след 2009 г.) и първия период (1997-2000 г.) е най-значима по отношение на емоционалната зрялост (с 0,33), адаптивността (0,26), познаването на областта (0,25), отговорността (0,22) и трудовите навици (0,22). Единствено сериозното отношение към работата показва минимално намаляване на оценката (с 0,08). В резултат, през периода 2011-2015 г. повечето качества са с оценки над 4,65 и само в два

Фигура 19. Оценка на личностно-професионалния профил на стажантите по периоди



\* Мотивацията за труд и високи резултати е оценявана само след 2009 г. Стойностите за първите три периода са изчислени като средна от оценките за мотивация за труд, мотивация за успех и мотивация за учене

\*\* Качества, които са оценявани само до 2009 г.

**Таблица 10. Оценка на личностно-професионалния профил на стажантите според мястото на провеждане на стажа и типа работодател**

	Всичко	Страна		Тип работодател според сферата на дейност						
		България	Чужбина	Настояване	Хранене	Посредническа дейност	Управление на атракции	Публична администрация	Туристически сдружения	Друго
Интелектуални способности	4,80	4,81	4,77	4,77	4,79	4,82	4,91	4,57	4,86	4,89
Познаване на областта	4,29	4,27	4,39	4,29	4,44	4,22	4,50	4,29	4,29	4,59
Навици за работа	4,54	4,50	4,67	4,57	4,71	4,43	4,82	4,43	4,64	4,79
Мотивация за труд и високи резултати*	4,79	4,79	4,77	4,70	4,76	4,79	4,89	5,00	5,00	4,92
Мотивация за труд**	4,63	4,63	4,61	4,65	4,63	4,59	4,00	4,75	4,44	4,94
Мотивация за учене**	4,67	4,67	4,69	4,70	4,63	4,65	4,50	4,75	4,78	4,69
Мотивация за успех**	4,65	4,64	4,73	4,75	4,68	4,59	4,50	4,75	4,33	4,69
Потенциал за бъдещ принос в професионалната област**	4,46	4,41	4,70	4,50	4,76	4,37	5,00	4,50	4,11	4,63
Сериозно отношение към поставената цел**	4,71	4,72	4,65	4,78	4,66	4,64	4,00	5,00	4,89	4,88
Изобретателност, инициативност	4,47	4,48	4,45	4,38	4,54	4,50	4,45	4,29	4,71	4,68
Емоционална зрялост	4,41	4,33	4,71	4,43	4,52	4,32	4,91	4,57	4,21	4,68
Адаптивност	4,64	4,60	4,80	4,65	4,78	4,58	5,00	4,71	4,36	4,82
Лидерски потенциал**	4,19	4,12	4,54	4,23	4,49	4,09	4,50	4,25	3,78	4,44
Отговорност	4,80	4,78	4,85	4,84	4,83	4,73	4,91	4,71	4,93	4,96
Комуникативност	4,72	4,71	4,75	4,73	4,74	4,69	4,82	4,57	4,43	4,93

□ Статистически значими разлики

\* Качества, които са оценявани само след 2009 г.; \*\* Качества, които са оценявани само до 2009 г.

случая оценките са около 4,50 – познаване на областта (4,44) и изобретателност и инициативност (4,55).

Разликите в оценките на личностно-професионалния профил на стажантите в зависимост от мястото на провеждане на стажа (в България или в чужбина) са минимални (Таблица 10). Статистически значимите разлики са в полза на стажувалите в чужбина и засягат следните показатели: емоционална зрялост (4,71 срещу 4,33); потенциал за бъдещ принос в професионалната област (4,70 срещу 4,41); лидерски потенциал (4,54 срещу 4,12); адаптивност (4,80 срещу 4,60); навици за работа (4,67 срещу 4,50);

Различията в оценките на личностно-професионалния профил в зависимост от типа на

работодателя са малко по-големи, особено при работодателите от сфери, в които са провеждани по-ограничен брой стажове. По повечето показатели разликите между максималните и минималните стойности на средните оценки са от порядъка на 0,2-0,4, но има случаи когато достигат и до 1. Статистически значимите разлики са само 2 и засягат заведенията за хранене и посредническите фирми. Работодателите в сферата на храненето оценяват по-високо навиците за работа (4,71 срещу 4,43 за посредниците и средно 4,54) и потенциала за бъдещ принос в професионалната област (4,76 срещу 4,37 за посредниците при средно 4,46).



Най-големите отклонения са свързани с оценките на работодателите от групата на атракциите, туристическите сдружения и публичната администрация и именно те създават „измамното“ впечатление за съществени разлики. Показателни с по-съществените разлики са например:

- Сериозното отношение към поставената цел се оценява много високо от публичната администрация (5,00) и доста по-ниско от представителите на атракциите (4,00), но в останалите случаи варира между 4,64 и 4,89;
- Потенциалът за бъдещ принос в професионалната област се оценява много високо от представителите на атракциите

(5,00) и доста по-ниско от туристическите сдружения (4,11), но при останалите работодатели варира между 4,37 и 4,76;

- Лидерският потенциал се оценява най-високо от представителите на атракциите (4,50) и най-ниско от туристическите сдружения (3,78), но при останалите работодатели е между 4,09 и 4,49;
- Емоционалната зрялост се оценява най-високо от представителите на атракциите (4,91) и най-ниско от туристическите сдружения (4,21), но в останалите случаи е между 4,32 и 4,68.

### 3.5.2 Оценка за трудовото представяне на стажантите

Трудовото представяне на стажантите по четири показателя е оценявано по 5-степенна скала в проценти, като 100% означават максимално съответствие на изискванията, а стойности под 50% се считат за незадоволителни. Изчислени са и средни оценки по 5-степенна скала. Тази количествена оценка е въведена през 2010 г. Оценките за трудовото представяне са високи по всички показатели. Средните оценки са над 4,50, като абсолютно доминира отличното представяне (91-100%) – между 65 и 95% от случаите, незадоволителни оценки (под 50%) няма, а задоволителните (51-70%) са единични (между 0,7 и 1,4%). Най-високо се оценява редовността на присъствието (средна оценка 4,93 и дял на отличните оценки 94%), следвана от отговорното изпълнение на поставените задачи (4,85; 87% отлични оценки) и развитието на знанията и уменията по време на стажа (4,78; 81% отлични оценки). Най-ниска (макар и сама по себе си висока) е оценката за инициативност (4,57; 65% отлични оценки).

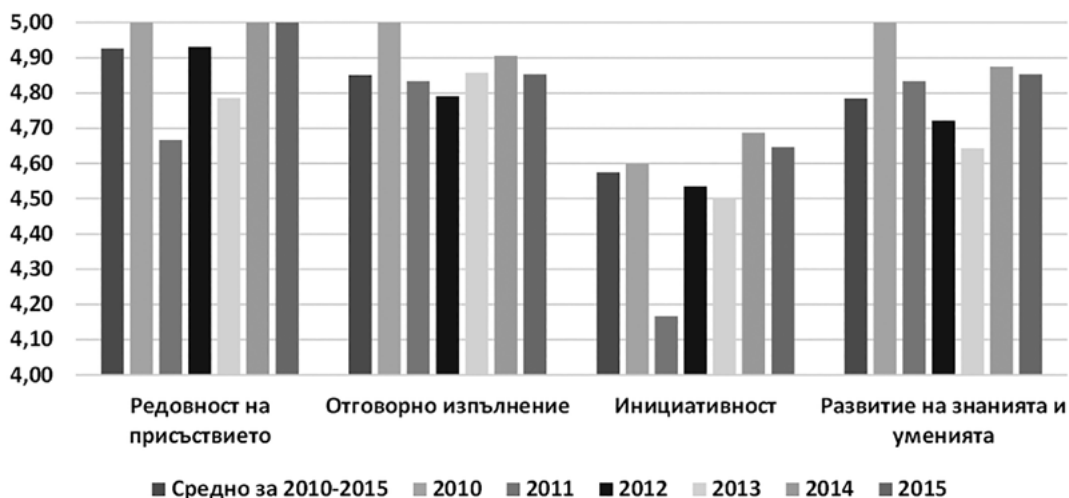
Налице са някои колебания в оценките на представянето по години, но като цяло е налице тенденция на повишаване. По-специално през 2014 г. и 2015 г. оценките по всички показатели са по-високи от средната за периода.

На практика няма разлика в оценката на трудовото представяне в зависимост от мястото (страната) на провеждане на стажа (максималната разлика е едва 0,05). Минимални са различията и в оценката на трудовото представяне в зависимост от типа на работодателя. Това е особено валидно за най-масовите типове – настаняване, хранене и посредническа дейност – при които максималната разлика в оценките е 0,16. При останалите работодатели има малко по-големи отклонения, които може да се обяснят и с малкия брой на случаите (между 3 и 12). Като цяло малко по-ниски оценки по повечето показатели дават представителите на публичната администрация, особено по показателя инициативност (4,00 при средно 4,57), но трябва да се подчертае, че данните са само за 3 случая.

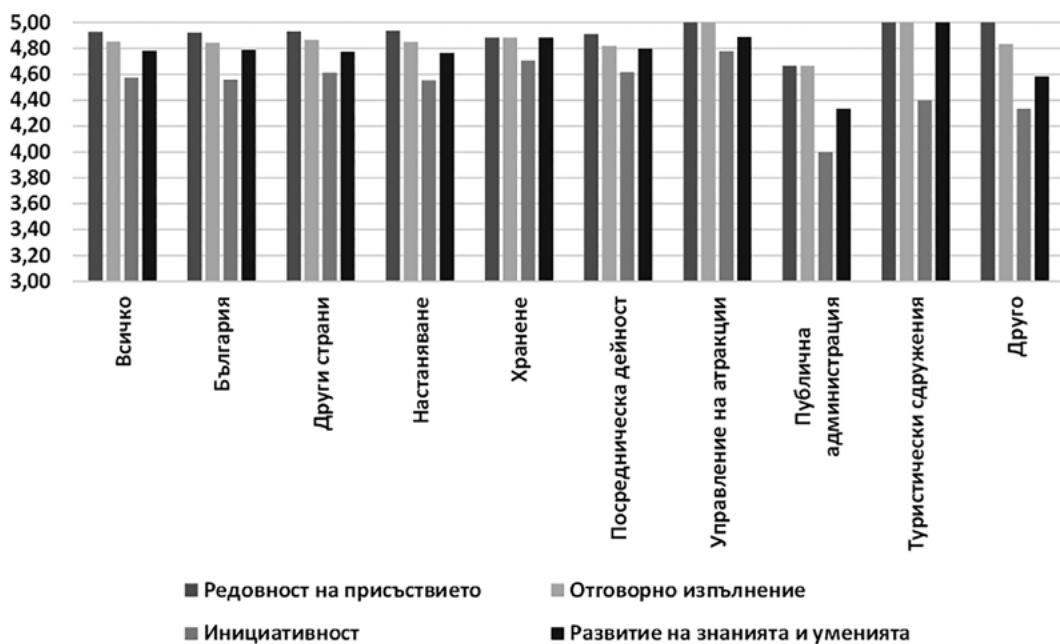
Таблица 11. Оценка на трудовото представяне на стажантите за периода 2010-2015 г.

	Средна оценка	Структура на оценките					Брой стажанти
		до 50%	51-70%	71-80%	81-90%	91-100%	
Редовност на присъствието	4,93	0,0%	0,7%	0,0%	5,4%	93,9%	148
Отговорно изпълнение	4,85	0,0%	0,7%	0,0%	12,8%	86,5%	148
Инициативност	4,57	0,0%	1,4%	4,7%	29,1%	64,9%	148
Развитие на знанията и уменията	4,78	0,0%	0,7%	1,4%	16,9%	81,1%	148

Фигура 20. Оценка на трудовото представяне на стажантите по години



Фигура 21. Оценка на трудовото представяне на стажантите според мястото на провеждане на стажа и типа работодател



### 3.5.3 Оценка за работата на стажантите в свободна форма

На всички работодатели е предоставена възможност да направят кратка оценка за работата на стажанта и в свободна форма. От тази възможност са се възползвали 518 работодатели, които са дали общо 1530 оценки, отнасящи се както до трудовото представяне, така и до личностно-професионални характеристики на студентите (средно по 3 оценки). Оценките се почти изцяло положителни. Само 5 работодатели (1%), наред с положителните, са посочили някои отри-

цателни качества на студентите (8 оценки), свързани с проявена безотговорност, припряност, избирателност и липса на интерес, като в два от коментарите се подчертава, че емоционалната нестабилност на студентите е представлявала проблем в трудовото им представяне.

С цел количествена обработка и анализ на многобройните и разнообразни положителни оценки (1522 бр.), те са обобщени и класифицирани в 12 характеристики, към които са отнесени посочените от работодателите качества на студентите (Таблица 12).

Таблица 12. Класификация на оценяваните характеристики на студентите

Характеристика	Описание и включени качества
Подготвеност	Професионализъм - висока степен на теоретични познания и умения, присъщи на професията; езикови умения, компютърни умения
Интелигентност	Високи интелектуални способности - образование, богата култура, начетеност; възприемчивост, аналитичност
Изпълнителност	Добросъвестно изпълнение на нареждания и изисквания: акуратност, точност, коректност, адекватност, ефективност, дисциплинираност, трудолюбие, усърдие, перфекционизъм, прецизност, възискателност, организираност
Отговорност	Съзнание за дълг, за поет ангажимент, за изпълнение на задължение; надеждност, спокойствие, сериозност, честност, ангажираност, увереност, търпение, отдаденост, концентрираност, мотивираност
Инициативност	Създаване на идеи за някакво действие, ново начинание и осъществяването му, ръководене на някакво действие; активност, съобразителност, ентусиазъм, динамичност, лидерство, ръководни умения, организаторски умения
Решителност	Умение за вземане на решение и твърдост в следването на решенията; решителност, целенасоченост, издръжливост, упоритост
Комуникативност	Лесно установяване на контакт с други хора: общителност, добронамереност, позитивност, толерантност, емоционална зрялост
Адаптивност	Пригодимост, гъвкавост, интуитивност
Екипност	Умения за работа в екип и междуличностно общуване, лоялност, колегиалност, диалогичност/дипломатичност
Креативност	Творчество, създаване на нови, оригинални идеи и продукти, изобретателност, находчивост
Потенциал за развитие	Съвкупност от предпоставки за реализиране на набелязана цел, любознателност, амбициозност, желание за самоусъвършенстване

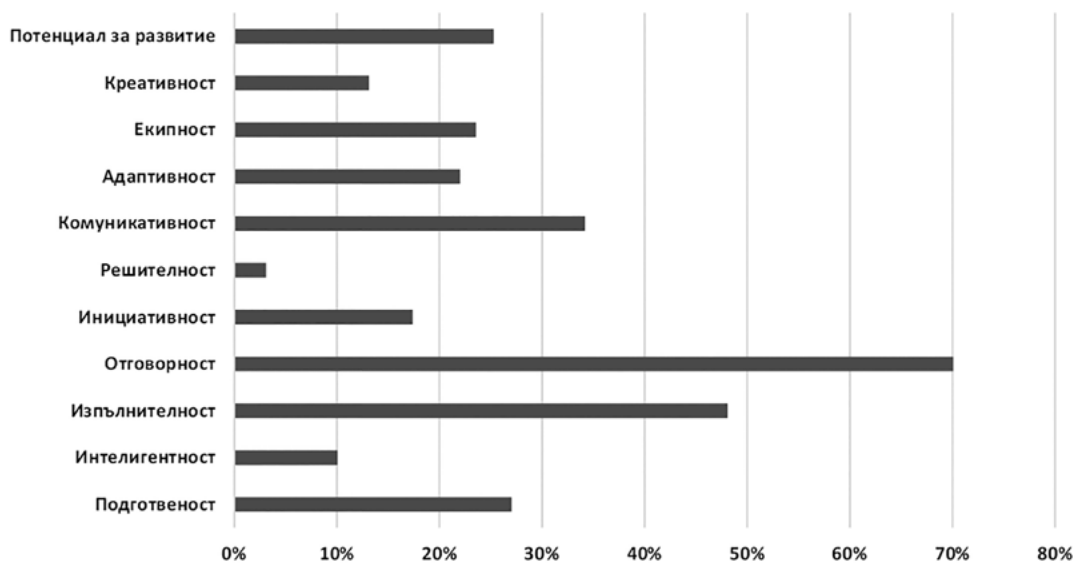
Структурата на положителните оценки е представена в Таблица 13 и Фигура 22. Най-високо се оценява проявената отговорност от страна на студентите към изпълнение на поетите ангажименти – 70% от работодателите са посочили подобни качества, проявени от студентите, като в тази насока са и най-често даваните оценки (24% от всички оценки в свободна форма). На второ място се откроява добросъвестното изпълнение на поставените задачи, съответно с 48% дял сред работодателите и 16% дял сред общия брой оценки. Други важни характеристики на студентите, които работодателите са подчертали, включват

добрата комуникативност (съответно с дял 34% и 12%), високото ниво на теоретична и езикова подготовка (съответно 27% и 9%), големия потенциал за развитие на студентите (съответно 25% и 9%), както и уменията за работа в екип и междуличностно общуване (съответно 24% и 8%). Най-рядко сред положителните оценки се посочват качества, свързани с вземането на решения (съответно 3% и 1%), но трябва да се отчита фактът, че на студентите рядко се предоставя подобна възможност, поради липсата на практически опит.

Таблица 13. Структура на положителните оценки от работодателите

Характеристики	Брой оценки	Структура на оценките (дял от работодателите, n=518)	Структура на оценките (дял от общия брой оценки, n=1522)
Подготвеност	140	27%	9%
Интелигентност	52	10%	3%
Изпълнителност	249	48%	16%
Отговорност	363	70%	24%
Инициативност	90	17%	6%
Решителност	16	3%	1%
Комуникативност	177	34%	12%
Адаптивност	114	22%	7%
Екипност	122	24%	8%
Креативност	68	13%	4%
Потенциал за развитие	131	25%	9%
<b>Общо</b>	<b>1522</b>	<b>294%</b>	<b>100%</b>

Фигура 22. Структура на положителните оценки (дял от работодателите)



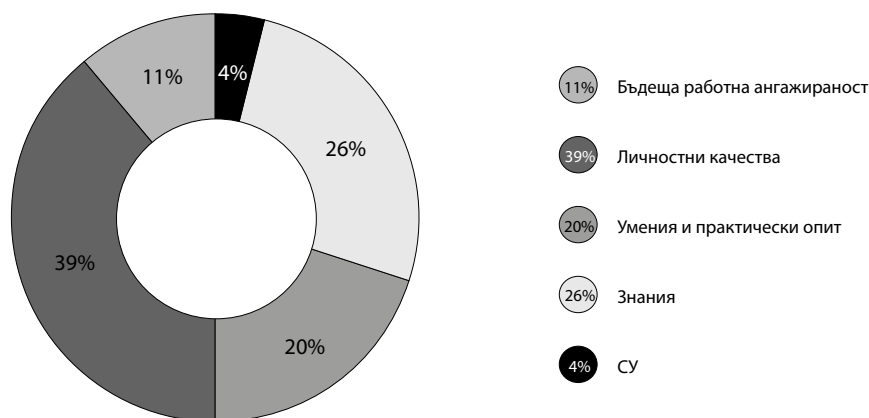
### 3.5.4 Препоръки на работодателите

440 работодатели или 64% от тези, които са имали възможност, са се ангажирали с препоръки в свободна форма, като общият брой на обработените коментари е 546. От тях 142 коментара (26%), направени от 139 работодатели (32%), всъщност представляват общи оценки на студентите и тяхното представяне във фирмите и не съдържат препоръки по отношение на бъдещото им развитие, поради което те са изключени от анализа. Така, работодателите с реални препоръки към стажа и обучението са 302 (62% от всички 440, които са направили коментари). Общият брой на препоръките е 404 или средно по 1,3 от работодател. Направените препоръки са

структурирани в 5 направления, които последователно са подложени на анализ:

- Препоръки към катедра „География на туризма“ на СУ „Св. Кл. Охридски“;
- Препоръки по отношение на знанията на студентите;
- Препоръки по отношения на уменията и практическия опит на студентите;
- Препоръки по отношение на личностните качества на студентите;
- Препоръки, свързани с бъдеща работна ангажираност на студентите.

Фигура 23. Структура на препоръките на работодателите



С най-голям дял са препоръките на работодателите, отнасящи се до личностните качества на студентите (39%), до задълбочаването и/или усвояване на нови знания (26%) и до придобиването на практически опит и професионални умения (20%).

Обобщени изводи и препоръки към обучаващата институция в лицето на катедра „География на туризма“, са направили само 15 работодатели. Преобладава общата оценка, че „*производственият стаж допринася за добрата реализация на студентите след завършване на образованието им, като помага за създаването на професионални контакти и дава възможност на студентите да доусъвършенстват своите умения, похвати,*

*навици, придобити по време на обучението*“. Същевременно, работодателите подчертават необходимостта от „*по-широко застъпване на практическото обучение по време на следването*“ и „*образованието да има по-тясна връзка с практиката*“. Един от работодателите предлага „*летните стажове да се въведат от първи курс и да се провеждат след приключване на всяка учебна година*“. Така студентите ще могат да натрупат практически познания и опит в различни сектори на туризма, което ще им осигури по-ясна ориентация и точен избор след приключване на университетското им образование в бакалавърската степен. Конкретните предложения за разширяване на познанията на студентите чрез университетските дисциплини включват засилване

на икономическите познания, запознаване с новостите на туристическия пазар, по-добро познаване на световните туристически дестинации, повече практически занятия и повишаване на компютърната грамотност.

Препоръките, свързани с разширяване на знанията на студентите може да бъдат обособени в 7 направления, сред които с най-голям дял са

препоръките за задълбочаване на теоретичните знания и доброто познаване и използване на възприетата в сектора терминология (45%). Значим дял имат препоръките за усвояването на чужди езици (26%) и за подготвеност за работа с резервационни системи (11%). Освен това, работодателите намират за важно студентите да са запознати с новостите на туристическия пазар (11%) преди постъпването им на стаж във фирмите.

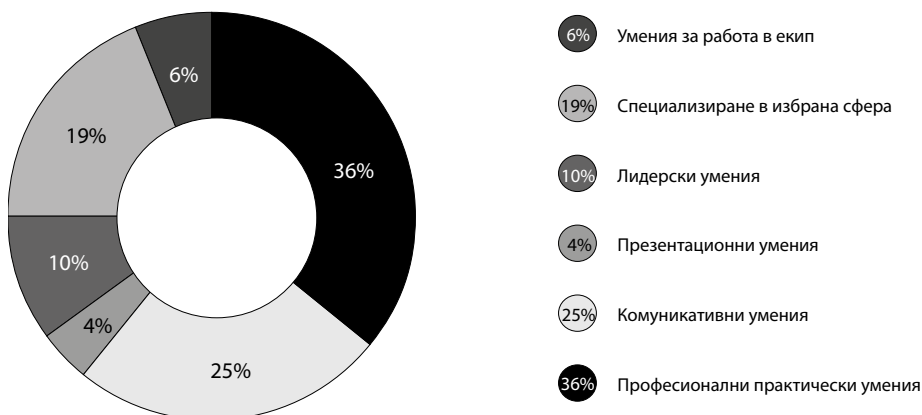
**Фигура 24. Структура на препоръките, свързани със знанията на студентите**



Препоръките, свързани с практическия опит и умения на студентите условно се обединяват в 6 групи. С най-голям дял са общите препоръки за придобиване на професионални практически умения (36%), но безспорно най-важно за работодателите е развитието на комуникативните умения на студентите (25%). Според тях други

умения, които трябва да развият стажантите, са лидерски умения (10%), умения за работа в екип (6%) и презентационни умения (4%). Значим дял имат и препоръките за специализиране в конкретна сфера (19%) на базата на показани по време на стажа знания, умения и специални интереси.

**Фигура 25. Структура на препоръките, свързани с практическия опит и умения**



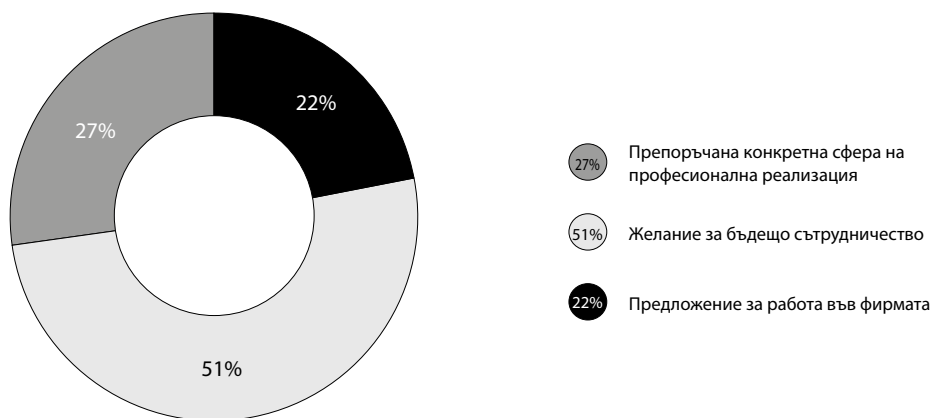
**Фигура 26. Структура на препоръките, свързани с личностните качества**



Препоръките за развитие на личностните качества на студентите са много разнообразни, като за целите на анализа са групирани в 11 направления. Най-важната препоръка е студентите да придобият самочувствие и по-голяма увереност в собствените си възможности (20%), както и да проявяват по-голяма инициативност и самостоятелност в работата (14%), да бъдат по-отговорни и решителни в действията си (13%), да бъдат по-задълбочени (да обръщат внимание на детайлите) и по-старателни при изпълнението на поставените задачи (10%).

Сред препоръките, свързани с бъдеща работна ангажираност на студентите, в 22% от случаите на студентите е предложена работа във фирмата след приключване на стажа. Някои работодатели (51% от препоръките в тази група) са изявили желание да си сътрудничат със стажанта след завършване на образованието или в следващи туристически сезони. В останалите 27% от препоръките, свързани с бъдещата професионална ангажираност, работодателите са посочили конкретна сфера, в която, по тяхна преценка, стажантът би намерил най-добра реализация на базата на демонстрираните по време на стажа знания, умения и личностни качества.

**Фигура 27. Структура на препоръките, свързани с бъдеща работна ангажираност**



## 3.6 Оценка на производствения стаж от стажантите

### 3.6.1 Предходни проучвания на мнението на студентите за производствения стаж като част от обучението по туризъм

Резултатите от всички формални и неформални проучвания на студентското мнение за учебния план и учебния процес в бакалавърската програма по туризъм в СУ „Св. Климент Охридски“<sup>7</sup> категорично сочат, че задължителният производствен стаж се оценява много положително - както за професионалното развитие, така и за личностното израстване на студентите. Според студентите, присъствието на стажа в учебния план е изключително полезно и е сред главните конкурентни предимства на специалността, тъй като им предоставя възможност още по време на следването си да пребивават достатъчно дълго в реална работна среда, където да получат нови знания, практически умения и ценен опит. Сред всички групи дисциплини в учебния план, те оценяват най-високо именно производствения стаж, заедно с учебните практики (обиколни пътувания), при минимална разлика между оценките за потенциална важност и реален принос (0,6-0,8 по 5-степенна скала). Почти единодушно се споделя мнението, че стажът предоставя нужния терен за среща на теорията с практиката и има огромен принос за формирането на разбиране, знания и умения, необходими за работа в туризма.

Богатата документация за отчитане на стажа

представлява добра емпирична база за допълнителни анализи и по-задълбочен коментар не само на плюсовете, но и на минусите, свързани с организацията, провеждането и резултатите от производствения стаж<sup>8</sup>.

### 3.6.2 Самооценка на стажантите за трудовото представяне

От 2010 г. е въведена количествена самооценка от стажантите като част от техния отчет за стажа. Показателите и скалата за оценка (5-степенна) са аналогични на тези за оценката от работодателите. Обработените данни за 146 стажанти показват висока самооценка за трудовото им представяне във всички аспекти (между 4,62 и 4,95). Оценките са в пълно съответствие с тези на работодателите (разликите не надхвърлят 0,05 за отделните показатели), което свидетелства за обективността както на работодателите, така и на стажантите.

Най-високо се оценяват редовността на присъствието (4,95) и отговорното изпълнение (4,90), а малко по-ниско – развитието на знанията и уменията (4,78) и инициативността (4,62). Случаите на по-ниски оценки (под 80%, респ. под 4) са незначителен брой – нито един по отношение на редовност на присъствието, 0,7% - за отговорност, 4,8% за инициативност и 2,8% за развитие на знанията и уменията. Няма съществени разлики по години, по-специално след 2011 г. (поради малкия брой на случаите данните за 2010 и 2011 г. не са представителни).

Таблица 14. Самооценка на трудовото представяне от стажантите

	Средна оценка	Структура на оценките					Брой стажанти
		до 50%	51-70%	71-80%	81-90%	91-100%	
Редовност на присъствието	4,95	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	95,2%	146
Отговорно изпълнение	4,90	0,0%	0,0%	0,7%	8,2%	91,1%	146
Инициативност	4,62	0,0%	0,0%	4,8%	28,8%	66,4%	146
Развитие на знанията и уменията	4,78	0,0%	0,7%	2,1%	15,8%	81,5%	146

<sup>7</sup> В допълнение към неформалните канали за комуникация и обратна връзка със студентите, които винаги са били в действие, през последните години по инициатива на катедрата са проведени четири анкетни проучвания на четвъртокурсниците от специалност „Туризъм“, с цел към края на обучението да се установи тяхното мнение за съдържанието на учебния план, качеството на учебния процес и приноса на отделните учебни дисциплини за подготовката на знаещи и можещи хора за нуждите на туризма. Част от резултатите са представени на международни форуми и публикувани в научни издания (Marinov and Dogramadjieva, 2013; Dogramadjieva, Vodenska and Marinov, 2016).

<sup>8</sup> Въз основа на наличните документи досега са публикувани частични анализи за отделни години: Воденска и Минковски (2005); Маринов (2008); Minkovski and Yaneva (2016).



### 3.6.3 Коментари и препоръки към производствения стаж в студентските отчети

Особено ценен източник на информация са отчетите на студентите, където те в свободна форма излагат впечатленията си от стажа, оценяват натрупания опит, извеждат поуки и отправят препоръки: към университета и специалността, към работодателите и към самите себе си. Анализът по-долу се основава на всички издирени и годни за обработка студентски отчети – общо 597 броя за периода 1997-2015 г. Въпреки липсващите или крайно ограничени документи за отделни години (1998, 1999, 2009, 2010, 2011), наличната информация позволява

реалистично да се очертаят основните силни и слаби страни на производствения стаж, както и насоките, в които следва да се търси подобрене, през погледа на студентите, като преки участници в него.

Обобщените резултати в Таблица 15 сочат силен превес на позитивните коментари над негативните - 99% от студентските отчети съдържат високи оценки и благодарности за провеждането на стажа, а критики са отправени в 29% от отчетите. Респективно, в 71% от отчетите липсват критики, докато изцяло негативни коментари са направени само в пет случая (под 1% от всички отчети).

Таблица 15. Обобщение на студентските коментари и препоръки в отчетите за производствения стаж

	Брой отчети	Дял от всички обработени отчети
Наличие на позитивни коментари	592	99%
Наличие на негативни коментари	175	29%
Липса на негативни коментари	422	71%
Само негативни коментари	5	1%
Отправени препоръки	306	51%
Общ брой обработени отчети	597	100%

Същевременно, студентите проявяват висока активност в даването на препоръки за подобряване на цялостната им подготовка, организацията на стажа и резултатите от него. Установени бяха общо 486 препоръки, отправени в 306 студентски отчета (малко над ½ от всички отчете-

ти), при почти изравнено съотношение между по-общите препоръки към обучението в специалността и конкретно свързаните със стажа (51% към 49%). По-детайлното структуриране на препоръките от двете основни групи е показано на Фигура 28.

Фигура 28. Разпределение на отправените препоръки – дял от общия брой на препоръките (N=486)



От данните ясно личи, че голяма част от препоръките на студентите са насочени към предходното стажно обучение в университета - главно увеличаване на практическите дейности в упражненията (23%). Специално се акцентира също върху необходимостта от подобряване на теоретичното обучение и начина на преподаване (6%), развитието на конкретни знания и умения за работа в туризма (6%) и чуждоезиковото обучение (5%).

Препоръките към самия стаж са фокусирани главно върху организацията от страна на катедра „География на туризма“ (31%) и мястото на стаж в учебния план на специалността (13%). Именно на тези препоръки ще се спрем по-обстойно в следващия анализ, тъй като те адресират основните отговорности на катедрата по отношение на организацията и провеждането на производствения стаж. Паралелно с това ще обърнем внимание на наблюденията, оценките (позитивни и негативни) и поуките от стажа, споделени от студентите в техните отчети.

### **Обща оценка на стажа и обучението в специалността**

Учащите оценяват изключително високо възможността чрез стажа да се запознаят с реалния туристически бизнес и да придобият ценен практически опит - такива мнения са изрично изказани в 91% от отчетите, без съществена разлика между отделните години. За много от студентите, попадането в реална работна среда е първата им възможност да осмислят по-добре теоретичните постановки, като ги пречупят през видяното на практика:

*„Разбрах, че само попадайки в реална ситуация можеш да разбереш наученото в университета, както и че само приложено в практиката, то носи наистина удовлетворение.“*

*„Благодарение на производствения стаж научих как нещата, които знам на теория, могат да се приложат на практика.“*

*„Работата в реална среда е много ценна, защото колкото и да са изчерпателни лекциите, някои особености на професията трябва да се изпитат от „първа ръка“.“*

Този нов поглед има силно мотивиращо въздействие за някои и отрезвяващо – за други:

*„След производствения стаж определено се чувствам с много повече познания и опит... Това ми дава стимул и*

*ме ентусиазира за по-нататъшни професионални изяви.“*

*„Всичко научено ще има приложение в бъдещата ми работа. След производствения стаж се чувствам по-подготвен за работа в бранша.“*

*„Стажът помогна за „приземяване“ на представите ми за туризма като дейност.“*

*„Стажът се оказва изключително полезен за досега със същността на професията, която често се различава от идеалните условия, преподавани в университета.“*

Предходното обучение в университета често е обект на критика от страна на студентите – заради недостатъчната му практическа насоченост, слабости в преподаването и отсъствието на важни знания и умения, с които стажантите да се чувстват по-уверени при започване на работа. Това е особено характерно за по-ранните отчети (1997-2006), когато специалността по-трудно се е адаптирала към изискванията на практиката и това е посочвано в 16% до 34% от отчетите за съответните години. През последните години ситуацията е чувствително подобрена (такива критики се откриват в под 10% от отчетите), но проблемът за разминаването между това, което се преподава в университета и това, което се изисква в реалния работен процес остава валиден.

*„Смятам, че това, което изучаваме в университета, е една малка част от реалността.“*

*„Само част от нещата, които сме научили в СУ можем да приложим в практиката...“*

*„Сухата теоретична материя от университета е много далеч от реалната практика.“*

*„Мисля, че трябваше да сме малко по-подготвени за стажа, както сега сме по-подготвени за практиката, благодарение на него.“*

От друга страна, някои студенти изрично подчертават ценността на добрата теоретична подготовка в СУ, в която са се убедили по време на стажа:

*„Винаги съм била на мнение, че повече знания и умения се добиват в реална работна среда, отколкото в класната стая, но именно в процеса на работа разбираш, че имаш теоретичната основа да се развиваш в дадена област.“*

*„Искам да отбележа, че наученото до тук ми върши идеална работа в работата. И най-хубавото е, че и другите го забелязват. Стажът е страхотен трамплин към бъдещата ни професионална реализация.“*

„Дори колегите във фирмата бяха учудени от теоретичната ми подготовка. Стажът ни дава възможност да открием силните си страни.“

„Всички колеги бяха приятно изненадани, че бяхме предварително подготвени да се справим с много от задачите. Основно ми помогнаха теоретичната подготовка по отделните дисциплини, владенето на западен език и компютърната грамотност.“

### Развити качества и придобити умения

Възпитаниците на специалността с благодарност признават, че стажът им е помогнал да развият личностните си качества, да усъвършенстват „преносимите“ умения и да придобият конкретни умения за работа в туризма. И докато специфичните професионални умения зависят пряко от типа на приемащата организация и естеството на работата в нея, развитието на личностните качества и универсалните умения е „неизбежно“ за всички. Вероятно по тази причина, в отчетите често се акцентира върху ролята на стажта за създаване на личността в реална работна среда, както и върху добиването на самочувствие и увереност – в личен и професионален план:

„Смятам, че стажът бе повече от необходима практика за мен. Бих го определил по-скоро като един от най-ползните и смислени периоди в моя живот.“

„Научих много не само за туризма, но и за ли-

чността, за човека...“

„Мисля, че този стаж ми донесе знания и опит за цял живот.“

„Всичко, което видях по време на стажта, добро или лошо, ми помогна да надрасна себе си до ново ниво, на което да мога да прилагам всичко научено и да не допускам досегашните грешки.“

„Чрез стажта получаваме практически умения, което ни прави по-конкурентоспособни и уверени в себе си.“

„Добих самочувствие и яснота в процеса на работа.“

„Чувствам се емоционално, духовно и идейно по-богат, отколкото преди стажта.“

Най-често посочваните конкретни умения, придобити по време на стажта, са комуникативните (84% от отчетите) и тясно свързаните с тях умения за пряко обслужване на клиенти (80%), в т.ч. опознаване на клиента, умение за вникване в неговите потребности и удовлетворяване на желанията му (Фигура 29). На трето място се нареждат техническите умения от най-различно естество (74%), вкл. и такива, които са необходими за извършване на високоспециализирани дейности в туризма, като работа с документи, компютърни умения и работа с резервационни/операционни системи в туристическите агенции, хотелите и ресторантите; финансово-счетоводни

Фигура 29. Качества и умения, развити в резултат от производствения стаж – дял от студентските отчети (N=597)



умения и др. Около 2/3 от стажантите извеждат на преден план уменията за работа в екип (69%), организационните умения (66%), самодисциплината, изграждането на трудови навици, спазването на норми на поведение и стандарти на работа (58%). Сериозна тежест в отчетите имат също новопридобитите или усъвършенствани умения за решаване на проблеми и конфликти (41%), работа в условия на времеви натиск и стрес (35%), както и развитието на езиковите умения - чрез общуване с чуждестранни клиенти и партньори, или осъществяване на стаж в друга страна (33% от студентите). В сравнително по-малко случаи (28%) специално се подчертава значението на стажа за развитието на лидерски качества като креативност, инициативност и вземане на самостоятелни решения.

Общото впечатление от отчетите е, че най-ценни за студентите са придобитите умения за работа с клиенти, както и фактът, че стажът им е помогнал да осъзнаят колко е важна прецизността, добрата комуникация и работата в екип. Някои особено показателни коментари в това отношение са:

*„Едно от най-трудните неща ми беше работата с клиенти. Изисква се изключителна компетентност, внимание, тактичност, търпение, спокойствие и железни нерви. Тези качества се каляват и след известно време се придобива рутинна и способност да се познават хората и максимално да се задоволят желанията им.“*

*„Имах възможност да работя в колектив и да разбера как, ако едно звено не е наред, цялата верига пропада, което ме научи на ключовото умение да сътрудничиш и колко важна е комуникацията в екипа.“*

*„Най-ценното, което научих, се отнася до отношението към гостите и добрата комуникация между отделните звена в хотела. Разбрах и колко е важна ролята на мениджъра при решаването на текущите проблеми.“*

*„Разбрах важната роля на всички служители, независимо каква длъжност изпълняват. Научих, че е важно да влагам цялото си старание и понякога да правя компромиси.“*

*„Научих, че е много важно да можеш да работиш в екип и този екип да се подкрепя взаимно, но също така да можеш да поемаш отговорност за себе си и своите действия.“*

*„Научих се да обръщам внимание на малките детайли, от които зависи добрата реализация на все-*

*ки проект или продукт.“*

*„Развих точност, комуникативност и внимание към детайла.“*

В някои случаи се изразява разочарование, че стажантът не е получил възможност да придобие конкретни професионални умения, въпреки че е имал желание за това. Най-често в отчетите се визират умения за работа с определена резервационна система, за продажба на самолетни билети, ценообразуване, екскурзоводски и управленски умения. Причините са главно в ограничените възможности за преминаване през различни звена на организацията, в която се провежда стажа, както и в слабото доверие, което се гласува на стажантите и ограничения им достъп до специфична фирмена информация:

*„Не успях да се запозная с някои по-конкретни дейности на отделите, в които няха възможност да работя.“*

*„Разочарована съм, защото не получих всички очаквани възможности. Част от стажа трябваше да прекарам в агентски офис, а другата в туроператорски, но второто така и не се случи.“*

*„Достъпът до различни дейности и нива на управление бе ограничен. Едва успях да се докосна до много от професионалните и технически умения, които се надявах да придобия.“*

*„Въпреки желанието ми, не бе възможно да се запозная с процеса на ценообразуване, маркетинга и рекламата, поради вътрешно-организационната политика стажантите да нямат право да работят в тези отдели. За огромно съжаление, не можах да науча много за управлението на хотела, тъй като позициите, които заемах, не даваха възможност за това.“*

В други случаи проблемът е в провеждането на стажа в неподходящи организации с некомпетентно управление, слаба организация на дейността и/или липса на добре разработени стажантски програми за обучение на място.

*„Агенцията не предоставя добри условия за практическо обучение на студенти, на практика такъв процес на обучение не съществува.“*

*„Работата ми не беше организирана, няха точно определени задължения.“*

*„Малко от фирмите, които търсят стажанти имат добре разработени стажантски програми.“*

„Участието ми в трудовия процес може да бъде opisано като ограничено - стажантът в повечето случаи прави това, за което другите не намират време или го считат за нещастие.“

„Семейният бизнес се ръководи от всички членове на семейството, които не притежават нужните знания и умения.“

„Разнопосочни нареждания и лоши междуличностни отношения.“

„Слаба организация и хаотично изпълнение на работните задължения; във фирмата липсва единен архив и резервационна система, и това затруднява комуникацията между звената.“

Същевременно, студентите си дават ясна сметка, че има какво да научат както от положителните, така и от отрицателните примери, с които ги среща стажът:

„Ако човек е достатъчно съобразителен, ще успее да извлече полза от всяка ситуация.“

„Свикнах да извличам положителното от отрицателното там, където това изглеждаше почти невъзможно.“

„Разбрах, че всяко отлагане на възникнал проблем е предпоставка за възникването на нов проблем.“

„Отрицателни уроци според мен няма, тъй като от всяка една ситуация можеш да извлечеш ползи, най-малкото да научиш как НЕ се прави нещо.“

### **Възможност за професионална ориентация и оставане на работа в същата организация**

В свободните коментари студентите акцентират и върху възможността чрез стажа да се ориентират какво реално могат да очакват от работата си в туризма, както и да решат към коя точна сфера да се насочат:

„Стажът е моментът, в който студентът трябва сам да прецени дали това е нещото, с което иска да се занимава. Той е „симулация“ в реално време и би могъл да е шокиращ за тези, които досега не са работили в сферата на туризма.“

„Стажът дава възможност студентите да преценят дали съответната професия е за тях или не.“

„Осъзнах точно с какво желая да се занимавам в бъдеще и колко много неща още имам да уча, за да достигна едно добро ниво на професионализъм в тази сфера. Единственият начин за това е практиката.“

Равносметката от стажа често потвърждава изходните нагласи и желания за професионална реализация на студентите:

„Най-важният извод, до който достигнах е, че със сигурност в бъдеще ще се занимавам с туризъм, тъй като работата ми доставя удоволствие и удовлетворение.“

„Убедих се, че това е моето поприще и че не съм сбъркала нито при избора на специалност, нито при избора на организация, в която да проведа стажа си.“

„Въвеждането в реалната работна среда в офиса и по време на екскурзия, пряката комуникация с клиенти и контрагенти дават една много добра представа за работата в туристическа агенция. Дадох си сметка, че именно това е нещото, с което желая да се занимавам.“

„Установих, че позицията на администратор и работата в хотел ми допадат, и най-вероятно ще продължа професионалното си развитие в тази област.“

Понякога обаче опитът от стажа води до промяна на първоначалните намерения и мотивира студентите да потърсят друга професионална реализация, която по-добре да отговаря на персоналните им характеристики и личните им стремежи. Това е не по-малко ценен урок, макар че от него се възползват по-малко хора:

„Имах възможност да преценя себе си в най-различни ситуации, доста от които не съвсем приятни и съответно да си дам сметка подходящ ли съм за работа в хотел или за такава, свързана с много и най-различни хора.“

„Стажът беше добър урок за мен. С времето чувствах как все повече се отдалечавам от мисълта за бъдещо развитие в посредническия сектор.“

„След стажа осъзнах, че ще мога да работя в туристическа агенция с повече желание, отколкото в хотел.“

„В резултат на стажа разбрах, че искам повече да пътувам, а не да работя в офис.“

„Успях да придобия практически опит за работата в туристическа агенция, но не открих себе си в нея. Благодарение на този стаж успях да си подредя мислите и визията за моето бъдеще, като най-важният урок за мен беше, че искам да се развивам в посока, различна от туристическия бранш, защото тя е много по-интригуваща.“

Разпространена е практиката след приключване на стажа, студентите да продължат да работят в същата организация. Според данните от стажантските отчети, това е факт в 20% от случаите за целия изследван период. През отделните години делът на студентите, продължили професионалния си път в организацията, където са стажували, варира значително (Фигура 30). Съществените разлики във времето се обясняват от една страна с пропуски в съхранената документация, а от друга – с изменчивата конюнктура на пазара на труда. Въпреки наличието на известни неточности, от резултатите ясно личи, че през повечето години (вкл. последните), между  $\frac{1}{4}$  и  $\frac{1}{2}$  от възпитаниците на специалността остават на постоянна работа след края на стажа в съответните организации.

Това е най-добрата обратна връзка от страна на работодателите за качествата и подготовката на студентите, и същевременно е важен стимул за тях да продължават да се учат и развиват:

*„Разбрах какво е да работиш упорито, но и да бъдеш оценен подобаващо. След стажа се чувствам удовлетворена и пълна с енергия и амбиция за бъдеща работа в областта на туризма.“*

## Отношение към стажантите на работното място

Доброто отношение към стажантите на работното място изрично се подчертава в голяма част от студентските отчети. Полученото внимание, разбиране, доверие и помощ от страна на работодателите и по-опитните колеги се оценява изключително високо и предизвиква искрена благодарност:

*„Огромна заслуга имат колегите от екипа на агенцията. Най-искрени благодарности за търпението и невероятния им подход към мен!“*

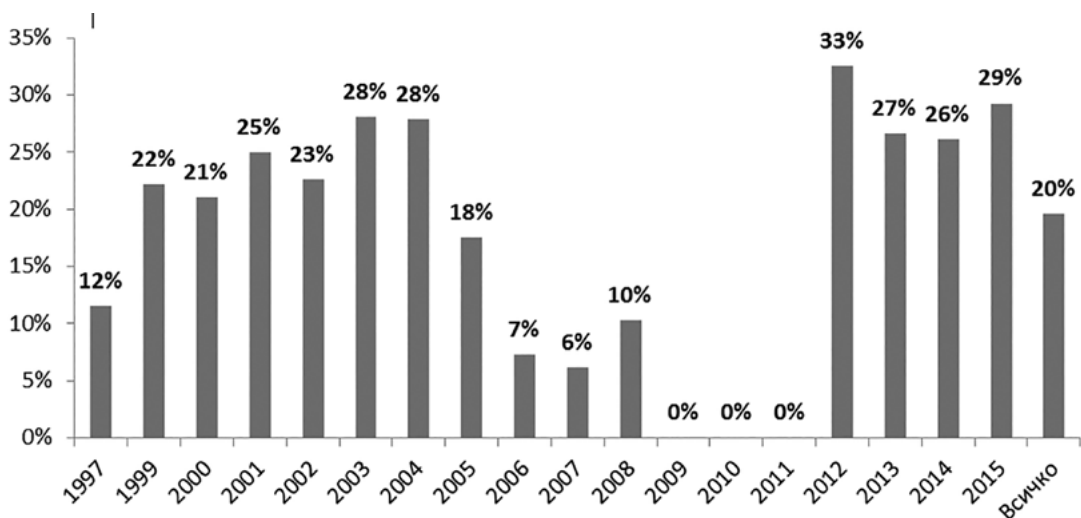
*„Персоналът се състои от млади, висококвалифицирани и силно мотивирани специалисти, от които наистина успях да науча много и да разбера, че имам да уча още повече. Когато грешах търпеливо ми показваха къде и защо съм сгрешил.“*

*„Срещнах хора, които ми се довериха и видяха, че за мен този стаж не е просто формалност.“*

*„Имах възможност да работя с един прекрасен екип, който ме въведе в реалния интересен и динамичен свят на туризма.“*

*„Получих ценни уроци по колегиалност и професионализъм.“*

**Фигура 30. Наети на работа в същата организация след края на стажа – дял от студентските отчети (N=597)**



Разбира се, взаимоотношенията на работното място обикновено не са идилични. Проблеми и предизвикателства винаги съществуват, а в редица случаи студентите критикуват работодателите, заради нетолерантно отношение към стажантите, липса на ясни изисквания (длъжностни характеристики) и експлоатация на труда им срещу ниско или никакво заплащане.

*„В един от офисите се наблюдаваше грубо и небрежително отношение към стажантите. Това рефлектира върху работата с клиентите. Има начин грешките да се посочват, без това да засегне стажанта.“*

*„Нямахме достъп до специфичната туристическа дейност, а ни използваха да вършим обща работа. Нямахме конкретен човек да отговаря за нас и всеки ни използваше според личните си нужди.“*

*„Екскурзководите се използват и за много други дейности - гледане на малки деца, преводачески услуги (и то при важни преговори), за да се спести хонолар на професионални преводачи.“*

*„Всички работодатели се опитват да те експлоатират повече от необходимото, без допълнително заплащане.“*

Негативно се коментират също конкретни примери за нарушения в комуникацията на различни равнища, недобро разпределение на задълженията между служителите, неспазване на санитарно-хигиенните норми, прекалено дълги смени и честа работа в извънработно време, работа под силен стрес и пр.

*„Работните смени са по 12-13 часа на ден, а почивен ден се дава на 10-11 дни.“*

*„Дългото работно време влияе отрицателно върху работата на персонала, води до грешки и до повече недоволни клиенти.“*

*„Нямахме нормирано работно време и всички служители на фирмата бяхме в едно малко помещение.“*

Такива критики изглеждат напълно основателни, но в повечето случаи касаят по-скоро слабостите на организацията, в която се провежда стажът или отрицателните страни на работата в туризма, отколкото нетолерантното отношение специално към стажантите. Това добре се осъзнава от някои студенти:

*„По време на стажа си разбрах, че често работата в туризма не може да се ограничи „от 10 до 18“. Всеки кандидат за работа в туристическа агенция трябва да знае, че често са нужни компромиси и огра-*

*ничаване на личния живот.“*

На този фон, възпитаниците на специалността повдигат въпроса за адекватното заплащане на стажантския труд:

*„Не смятам за правилно стажът да бъде незаплатен, защото човек губи мотивация и се чувства неценен.“*

*„Сама си намерих работа, заради проблема със заплащането на стажа. За мен е непонятно да плащаш минимална заплата на служител, бил той и студент, за труд, абсолютно равен по стойност и време на останалите служители на фирмата. Аз лично не бих работила за такава организация.“*

Същевременно, доброто заплащане не е единственият начин за мотивиране на стажантите. Повечето от тях си дават сметка, че работата за пари често е нещо различно от работата, която дава възможност за трупане на ценен професионален опит.

*„Налага се да се отказваме от високоплатени работни места заради стажа, който е много важен. Дилемата при избор на място за стаж е да печелим опит или да печелим пари.“*

*„Стажът не трябва да се приема само като работа, която провеждаш през семестъра за пари, но трябва да се приема като опит, като възможност да се приближиш повече към успеха.“*

*„Работата ми беше натоварена и слабо платена, но съм доволна заради натрупания опит и възможност да добия представа за състоянието на туризма в България.“*

*„Световна практика е стажанството да е неплатено, но фирмите трябва да намерят необходимите атрактивни стимули (не само финансови), за да мотивират младите хора.“*

### **Място на производствения стаж в учебния план на специалност „Туризъм“**

Мястото на производственият стаж в учебния план на специалност „Туризъм“ на СУ „Св. Климент Охридски“ не се оспорва от никого от гледна точка на значение, полезност и категорична необходимост да съществува. Напротив, наличието на такъв задължителен компонент в учебния план се разглежда като изключително важно за студентите и основно конкурентно предимство на специалността.

*„Доволен съм, че в учебния ни план е предвидено*

време за производствен стаж, тъй като това дава възможност на студентите да се реализират по-лесно в туристическата индустрия след като завършат образованието си.“

„Предимствата на този стаж като част от учебния план на специалност „Туризъм“ са безспорни. Естествено, нагласите и очакванията в началото са едни, в процеса на работа се променят, някои се оправдават, други – не.“

„Този стаж несъмнено ни дава предимство пред други студенти.“

Доста студенти обаче коментират продължителността и обхвата на стажа, както и позиционирането му в летния семестър на III курс от обучението. Вижданията в това отношение са разнообразни и често противоречиви. В около 10% от отчетите се откриват изрични препоръки за промени в тази насока (Таблица 16), като през последните години се увеличават мненията в полза на промените, изискващи изменение на учебния план.

В 6% от всички отчети и в 11% от съдържащите препоръки се коментира, че стажът обикновено се провежда само в една фирма и често само на една длъжност, което ограничава възможностите за получаване на необходимия практически опит в повече сфери на туризма. И макар че някои студенти успяват в рамките на стажа да работят на различни места и/или на различни позиции, се препоръчва стажът да се реструктурира така, че да гарантира за всички преминаване през различни по вид организации – посреднически фирми, хотели, ресторанти, институции и пр.

„Не можах да получа практически опит в повече

области в туризма. Причината е в същността на самия стаж - работа в една фирма. Мисля че трябва да има повече практика, най-малко по един месец в хотел, ресторант, туристическа агенция...“

„Липсва равнопоставеност - стажът на всеки студент преминава в различна организация, с различни възможности за учене и трупане на опит.“

Конкретните идеи за промяна се обединяват главно около това да се организират повече стажове с по-кратка продължителност. Друг предлаган вариант е разделянето на стажа на две части и провеждането му в III и IV или във II и III курс, като единият е в хотел, а другият - в туристическа агенция.

„Препоръчам катедрата ежегодно да организира стажове с продължителност 1 месец, които да дадат по-ясна представа на студентите за работата в областта на хотелиерството, ресторантьорството, екскурзоводството и анимацията.“

„Освен този дълъг стаж, да се организират по-кратки такива, след края на всяка учебна година. Така студентите ще имат възможност да приложат в практиката наученото през годината, а от друга страна - ще добият опит в различни области на туристическото предлагане (туристически агенции, хотели, туристически асоциации и др.).“

„Смятам, че времето на стажа трябва да се удължи на 6 месеца - 3 месеца след III курс и 3 месеца след IV курс, като единият стаж е в хотел, а другият в туристическа агенция.“

„Да има още поне един подобен стаж, за да се запознаят студентите с различни аспекти от туристическата дейност.“

**Таблица 16. Препоръки за мястото на производствения стаж в учебния план на специалността**

	Брой препоръки	Дял от всички отчети (N=597)	Дял от отчетите, съдържащи препоръки (N=306)	Дял от всички получени препоръки (N=486)
Реструктуриране на стажа - опит в различни сектори	34	6%	11%	7%
Промяна във времето на провеждане на стажа	28	5%	9%	6%
<b>Общо</b>	<b>62</b>	<b>10%</b>	<b>20%</b>	<b>13%</b>



Има и по-лесно осъществими предложения, които не изискват промяна в учебния план – например, катедрата да насърчава преминаването на стажантите през различни отдели в организацията, където са на стаж. Това може стане, като се постави изискване за ротация на длъжностите към стажантите, но и към работодателите, с които катедрата си партнира. От друга страна, времето за изпълнение на определена длъжност трябва да е достатъчно за навлизане в нейната специфика и детайли. Прекомерното бързане в желанието „да се опита от всичко“ може да подкопае основното преимущество на стажа - че осигурява на студентите реална ангажираност и поемане на реална отговорност в реална работна среда.

Друг важен и широко коментиран въпрос е този за провеждането на стажа в III курс, т.е. година преди завършване на бакалавърската програма по туризъм. В това отношение се изказват много различни мнения - според едни стажът е на точното си място в учебния план (нито прекалено рано, нито прекалено късно), според други е наложително изместването му в края на обучението, а според трети той трябва да се провежда възможно най-рано (още във втори и дори в първи курс). В полза на всяка от тези гледни точки има аргументи, но най-популярно сред студентите (особено в последните години) е виждането, че е по-добре стажът да се измести накрая, за да не разкъсва следването. Все пак, трябва да се има предвид, че категорични мнения за промяна в тази насока са изказани само в 4% от всички отчети и в 8% от отчетите, съдържащи препоръки.

*„Стажът би бил още по-полезен, ако се извършва в края на обучението - след като сме взели целия обем от теоретичен материал. Това би дало и по-голям шанс да продължим да работим и след стажа.“*

*„Времето за провеждане на стажа не е подходящо - по-добре е да се провежда в 4-ти курс (последния семестър). За студентите е трудно след дълго отсъствие да се върнат отново към лекции и да ги съчетават с работата, която вече са си намерили.“*

*„Трудна е адаптацията от работа към нормален учебен процес. По-добре стажът да не разкъсва следването, но може да има и положителни страни, които ще бъдат осъзнати по-късно.“*

### **Организация на производствения стаж от катедрата „География на туризма“**

Цялостната организация на стажа се оценя-

ва много положително от студентите – в 69% от отчетите се изразява изрично задоволство от факта, че катедрата „География на туризма“ поддържа активни контакти с работодателите и организира трудова борса за среща на студентите с тях преди началото на стажа.

*„Уникална е възможността, която катедрата предлага на студентите, чрез организирането на производствения стаж.“*

*„Организацията от страна на катедрата е много добра - срещата с работодателите има голямо значение. Всеки имаше възможността да се насочи към този вид дейност, която искаше да усъвършенства.“*

*„Безспорен е приносът на преподавателите от катедрата за привличане на големи и сериозни туристически фирми за провеждане на стажове.“*

*„Производственият стаж, организиран от катедрата е едно от най-успешните начинания, особено ако студентите погледнат сериозно на това и имат шанса да се присъединят към екипа на водеща фирма.“*

*„От страна на катедрата е намерен правилния модел за организация и провеждане на производствения стаж.“*

В далеч по-малко случаи (3,2% от всички отчети) се отправят критики, заради недостатъчна или неподходяща организация на стажа. Най-често в това отношение се визира ограниченият брой и/или недостатъчното разнообразие на туристическите организации, участвали в срещата с работодателите, както и спорното качество и благонадеждност на определени работодатели:

*„Предложенията за провеждане на стаж не бяха достатъчни - изборът не беше голям, а и нямаше представители на хотели и ресторанти. Не отричам, че повечето възможности бяха наистина стойностни, но според мен бяха недостатъчни.“*

*„Предварително се обявява присъствието на много работодатели, което в крайна сметка не се получава точно така, и това оставя голяма доза разочарование у студентите. Много от тях са принудени да си търсят сами места за провеждане на стажа.“*

*„Връзките на университета с някои от фирмите, представили се на борсата, изглеждаха непрофесионални и не вдъхваха доверие.“*

Някои мнения изрично подкрепят либералния подход на катедрата към избора на студентите къде и как да проведат стажа си, докато според други, този подход крие рискове:

„Високо оценявам значителната свобода относно времето, мястото и начина за провеждане на стажа, предоставена от страна на катедрата. Това позволява на всеки студент да организира производствения си стаж по начин, съгласуван със специфичните му интереси и планове за бъдеща професионална реализация.“

„Практиката да се дава възможност на студентите сами да потърсят възможност за стаж е добра и трябва да се запази и в бъдеще.“

„Катедрата си върши много добре работата относно стажовете, като не ограничава студентите да практикуват само в определен кръг предприятия.“

„Добре е, че катедрата е гъвкава и позволява на студентите сами да си търсят платен стаж, но има риск да не попаднеш на правилното място, където да се научиш на професионализъм.“

„Стажът е организиран от катедрата много добре - останалото зависи изцяло от работодателите, а те не винаги са коректни и честни.“

В отделни случаи се отправят критики за недостатъчно предварителна работа със студентите по отношение на професионалната им ориентация и тенденциите на пазара на труда или заради слабости в документацията и подготовката им за стаж в чужда държава:

„Катедрата не дава достатъчно информация на студентите - работни тенденции, информация за съответните фирми и чуждестранни организации, които търсят стажанти.“

„Документацията за чуждите работодатели е неясна и недооформена. Липсват инструкции за попълване.“

Студентските отчети съдържат голям брой ценни препоръки за подобряване на организацията на производствения стаж, които могат да се групират в няколко направления (Таблица 17):

От данните ясно личи, че студентите настояват най-много за разширяване и разнообразяване на работодателите, представени на трудовата

Таблица 17. Препоръки към организацията на стажа от катедра „География на туризма“

	Брой препоръки	Дял от всички отчети (N=597)	Дял от отчетите, съдържащи препоръки (N=306)	Дял от всички получени препоръки (N=486)
Разширяване и разнообразяване на работодателите	53	9%	17%	11%
По-внимателен подбор на работодателите	27	5%	9%	6%
Насърчаване на стажовете в чужбина	18	3%	6%	4%
Популяризация на стажа, предварителна работа със студентите, оптимизация на срокове, отчети и пр.	16	3%	5%	3%
Повече контрол от страна на катедрата върху провеждането на стажа	14	2%	5%	3%
Катедрата да работи за осигуряване на справедливо заплащане на стажантския труд	13	2%	4%	3%
Други препоръки	11	2%	4%	2%
<b>Общо</b>	<b>152</b>	<b>25%</b>	<b>50%</b>	<b>31%</b>

борса, както и за по-внимателен подбор на работодателите от страна на катедрата. Някои от предложенията са особено показателни за техните нагласи и очаквания:

*„Да се канят повече представители на хотели, браншови организации и музеи не само от София, но и от страната.“*

*„Бих се радвала, ако катедрата кани не само туристически агенции и големи хотели, но и хора от Министерство на образованието, на икономиката и туризма и пр., тъй като СУ подготвя кадри, които не просто могат да организират едно пътуване или да управляват ресторант, а хора, които са способни да анализират проблемите, да изследват тенденциите и да подпомогнат развитието на туризма на много по-високо ниво.“*

*„Да се подбират по-внимателно фирмите и организацията, които се канят на срещата за набиране на стажанти - може ли на фирма без разписана програма за обучение на стажанти да се поверява практическата подготовка на кадрите в туризма?“*

*„Катедрата да се обвърже повече с фирмите, в които се провежда стаж. Фирмите, които предлагат стаж да отговарят на определени критерии.“*

*„Създаване на черен списък от фирми, в които не би трябвало да се допускат студентите да провеждат своя стаж.“*

В тази връзка е необходимо да се обърне специално внимание и на предложенията за повече контрол от страна на катедрата върху провеждането на стажа. Според студентите, засиленият контрол следва да се изразява в унифициране на уменията, които трябва да бъдат придобити от стажантите, въвеждане на изрични длъжностни характеристики за позицията на стажанта, текущо наблюдение на стажа, включващо поне едно посещение на място от преподавател и засилване на обратната връзка със стажантите.

Други особено важни препоръки касаят по-активната работа на катедрата за популяризиране на стажа, предварителна работа със студентите и оптимизиране на документацията. Някои от най-полезните предложения в тази насока включват:

*„Необходимо е да се акцентира върху връзките с обществеността (PR). Така едновременно се поддържа имиджа на учебното заведение и се осигуряват повече възможности за практика на студентите, която е задължителна при динамично развиващата се среда в туристическия бизнес.“*

*„Предвид констатирания от собствен опит „глад“ за добре подготвени служители в сезонните хотели по Черноморието, смятам, че при по-голяма известност на инициативата на катедрата, интересът от страна на бизнеса ще е огромен.“*

*„Катедрата да запознава студентите с правата им на стажанти и начините, по които могат да ги отстояват.“*

*„Да се канят бивши студенти, които вече са минали през стаж в съответната организация / отдел, за да имат стажантите по-ясна представа какво ги очаква и дали наистина е за тях.“*

В стажантските отчети има още препоръки, някои от които са осъществими, а други – не. Накрая си заслужава да се цитира едно студентско мнение, което удачно обобщава както желанията, така и реалностите, с които организацията на производствения стаж трябва да се съобразява:

*„Катедрата направи всичко необходимо за организацията на стажа. Все пак, в страната и в бранша възможностите не са неограничени, а желанията на нас, студентите, са именно такива. Оценявам положените усилия на катедрата и съм благодарен, че тя поддържа връзки с хора от пазара на туристически услуги. Традицията трябва да продължи, това е голям плюс за нас студентите.“*

## 4. ВКЛЮЧВАНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОИЗВОДСТВЕНИЯ СТАЖ В УЧЕБНИЯ ПРОЦЕС

### 4.1 Учебната дисциплина „Казуси от учебния стаж“

Преди няколко години анализ в катедрата на провеждания производствен стаж показва, че не се използват пълноценно възможностите, които той предлага. Като сериозна слабост се откри това, че дотогава студентите подготвиха финален отчет за провеждането на стажа, който оставаше на разположение в катедрата, но с него се запознаваха само част от преподавателите и ограничен брой студенти. Натрупаният опит и преживявания от проведения стаж, направените изводи и препоръки, оставаха единствено и само „собственост“ на отделния студент, без да се споделят и дискутират с колегите му. По този начин се ограничаваше комуникацията, прекъсваше се обратната връзка между стажантите, а техни ценни мнения и идеи оставаха несподелени, необсъдени и нечути. Години наред беше пропускана възможността студентите да се учат както от споделяне на собствения опит, така и от преживяванията на останалите си колеги.

За да се адресира този проблем, през 2011 г. в учебния план на специалност „Туризъм“ беше въведена нова учебна дисциплина - „Казуси от учебния стаж – добри и лоши практики в управлението на туризма“. Така студентите получиха собствено пространство за дискусия върху сил-

ните и слабите моменти от току-що приключилия производствен стаж, за осмисляне на своя индивидуален опит и споделянето на най-значимите моменти от стажа под формата на добри и лоши практики в специално разработен казус.

Занятията по тази учебна дисциплина се провеждат в четвърти курс - седми (зимен) семестър, непосредствено след приключване на стажа. Дисциплината е задължителна и е с общ хорариум от 45 часа, който включва 15 часа лекции, 20 часа семинарни занятия и 10 часа практическа самостоятелна работа за разработване на казус. Студентите получават общо 3 кредита по ECTS.

В лекционните занятия през първите няколко седмици се представя целта на учебната дисциплина, студентите се обучават на процеса за разработване на казус и се обсъждат стратегиите за участие в групови дискусии, повишават се техните умения и чувствителност за осъществяване на рефлексия, саморефлексия и извличане на максимален опит от проведените занятия.

Ядрото на учебната дисциплина е разработване на казус от проведения стаж, представяне на този казус пред колегите от курса и участие в групово дискусия на базата на предварително подготвени въпроси от страна на презентирация студент.

По този начин студентите от четвърти курс получават възможност да демонстрират наличието на необходимите теоретични знания и приложни умения за събиране, обработка, представяне и анализ на информация от проведения производствен стаж в сферата на туризма, да обобщят своя непосредствен опит и преживявания и да го споделят и „верифицират“ с този на останалите студенти.

## 4.2 Примерна структура на казус и изисквания към студентите

Казусът е в обем 5-10 страници (1500-3000 думи). В началото на учебния курс, със студентите се обсъжда следната примерна структура за оформяне на казуса:

1. Кратко резюме на казуса. Посочват се мотивите за избор на добрата и/или лошата практика, която се описва в казуса и основните моменти, които ще бъдат представени по време на презентацията.

2. Увод. Прави се кратко въведение в проблематиката на казуса.

3. Кратко описание на организацията, в която е проведен стажът. Посочват се общи данни за фирмата/организацията, свързани с нейната история, актуално състояние, предмет на дейност, собственост и т.н.

4. Описание на обкръжаващата макро- и микросреда на организацията. Прави се кратък анализ на най-важните фактори на макросредата: политически, правни, икономически, културни, образователни, социални, физически, технологични, демографски и т.н., както и на микросредата: потребители/клиенти, конкуренти, партньори, доставчици, посредници, местна общност, общественост и т.н.

5. Специфични продукти, услуги и профил на клиентите на фирмата/организацията. Накратко се посочват конкретните групи клиенти и специфичните продукти и услуги, които организацията предлага на пазара.

6. Описание на избрана добра и/или лоша практика (решен/и и/или нерешен/и проблем/и от дейността на организацията). Описаните практики могат да бъдат избрани от всички области на функциониране на организацията: общо управление, маркетинг, реклама, финанси, иновации, анимация, екскурзоводство, връзки с обществеността, работа с клиенти, управление на човешки ресурси и т.н.

7. Кратко описание на това как е бил адресиран проблемът в конкретната ситуация. Посочва се кои са били основните участници, какво се е случило, какво е конкретното поведение на всяка от участващите страни. Ако проблемът не е бил решен, се посочват причините за това.

8. Предлагане на варианти за други възможни решения. Студентите посочват дали е възможно проблемът да бъде решен по-друг начин (алтернативни възможности, варианти за неговото по-ефективно и по-ефикасно решаване). Ако проблемът не е бил решен – студентът представя предложеното от него решение (или варианти на решения).

9. Епилог/Изводи. Посочва се какви поуки са извлечени, какви уроци са научени, какви изводи и препоръки са направени.

10. Въпроси за дискусия. Студентите формулират определен брой въпроси за обсъждане. Допустимо е поставянето на въпроси и от страна на преподавателя и останалите студенти, участващи в дискусията.

11. Приложения. Казусът може да бъде онагледен с таблици, графики, диаграми, чрез схеми, органограми, кратък видеофилм, видео-клип, снимки и т.н.

При разработването и представянето на казуса към студентите се поставят следните изисквания:

- Разработеният казус да съответства на добра и/или лоша практика на управление в туристическата организация, в която е проведен производственият стаж. Да бъде от област, която силно интересува студента, предизвикала е в него трайни промени или най-малкото му е направила силно впечатление, свързана е с нещо уникално и специфично от дейността на организацията;

- Изложението на казуса да бъде логично и структурирано, като следва предложения модел;

- Добро познаване на основните теоретични модели от областта, в която се разработва казусът;

- Добро познаване на разглежданата фирма/ организация и естеството на нейната дейност в областта, в която се разработва казусът;

- Демонстриране на умения за правилно използване на подходящ инструментариум за набиране на информация във връзка с разработването на казуса;

- Осъществяване на самостоятелен анализ на проблема (не просто представяне на данни и факти и посочване на теоретични модели). Студентите следва да демонстрират умения за идентифициране и анализ на организационни проблеми, способности да откриват добри и/или лоши практики при управление на туризма, да интерпретират фактите и да ги анализират задълбочено, да формулират обобщения и изводи, значими за практиката на управление в туризма;

- Демонстриране на умения за формулиране на въпроси и провеждане на групово дискусия, умения за презентирание и демонстрация на подходящо поведение пред аудитория;

- Демонстриране на умения за подходящо онагледяване на анализа на казуса и презентацията (таблици, графики, схеми, диаграми, видеоклип, снимки и т.н.);

- Цитиране на източниците на информация (списък на използваните източници в края на работата и цитиране в текста).

### 4.3 Организация на учебния процес

Преподавателите по дисциплината съставят, съгласувано със студентите от курса, план-график за представяне на казусите. Формират се няколко групи за обсъждане на казусите, съобразно мястото на провеждане на стажа и възможностите на студентите да представят казусите си. Тези групи могат да бъдат хомогенни (студенти, които са били на стаж в един и същ тип организации) или смесени.

В зависимост от броя на студентите в курса, за всяка конкретна учебна година се планират съответни занятия с продължителност 4-6 учебни часа по предварително структуриран график за представяне от по 30 минути на студент (15 минути за презентация и 15 минути за дискусия).

Подготвените казус, презентация и въпроси за дискусия се изпращат за съгласуване и обсъждане с преподавателите, водещи курса, най-късно седем дни преди датата за провеждане на групово дискусия.

По време на същинското представяне на казуса, студентът най-напред прави презентация върху разработения казус, след което се провежда групово дискусия, фасилитирана от преподава-

телите. Допустимо е по време на презентацията да бъдат раздавани или показвани допълнителни материали, които да допълват и визуализират представената в казуса информация.

Крайната оценка по дисциплината се формира на базата на два основни критерия: качество на подготвения учебен казус (50 %) и качество на презентацията (50%), в т.ч. оформяне на презентацията, формулиране на въпросите за дискусия, отговори на студента на поставените от групата въпроси, активно участие и присъствие по време на занятието.

### 4.4 Оценка на мотивацията на преминалите стажа

През 2013 г. и 2014 г. в рамките на дисциплината „Казуси от учебния стаж“ е направен интересен опит за оценка на мотивацията на студентите от IV курс след приключване на производствения им стаж, въз основа на теорията на очакванията на Врум (Vroom, 1964). Всички участници в изследването са попълнили анкетни карти, в които сами определят стойностите на показателите, стоящи в основата на дадената от тях оценка и сами извеждат крайния си резултат за мотивация. Важна особеност на използваната методика е, че същността на мотивацията се различава в зависимост от гледната точка на анкетирания.

Виктор Врум дефинира мотивацията като процес, определящ избора между различни доброволни видове на поведение (Vroom, 1964). Това е процес, контролиран от индивида. Той прави избор въз основа на преценката, дали определено поведение ще доведе до очакван и желан резултат. В основата на процеса на мотивация е незадоволената потребност, която предизвиква външен (физически) или вътрешен (психически) дискомфорт. Наличието на такава потребност води до целенасочено поведение, което има за цел задоволяване на тази нужда. Задоволяването на потребността може да се изгълни в три степени – пълно, частично или липса на такава.

Теорията на очакванията на Виктор Врум дава възможност за самооценка на силата на мотивацията чрез определени променливи: очаквания, инструменталност и валентност.

Очакванията представляват увереността на индивида, че ако вложи определено количество усилия за изпълнение на работните задължения,

това ще доведе до определено равнище на изпълнение на задачата. Тази променлива се измерва в параметри от 0 до 1. Инструменталността е вероятността, с която според даден човек се характеризира връзката между изпълнение и резултат. Тази променлива се измерва в параметри от 0 до 1. Валентността представлява различните ценности, които даден човек отдава на различните постигнати резултати (награди или наказания). Тази променлива се измерва в параметри от -1 до 1.

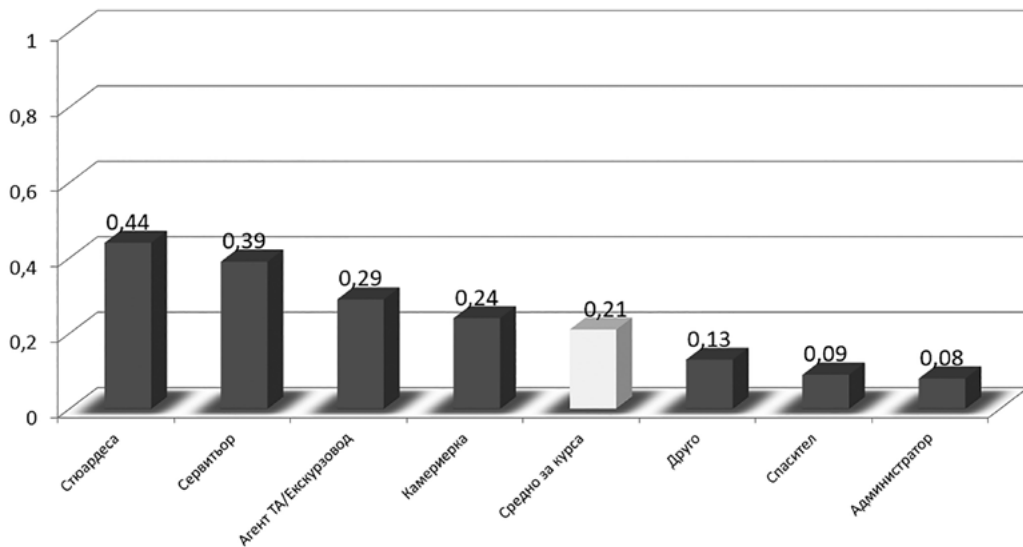
Според Врум възнагражденията зависят от различни фактори, които са свързани с представянето и могат да бъдат заплати, повишения, признания и други. Оценката на резултатите се определя от индивидуалните потребности и може да бъде измерена със специални скали.

Силата на мотивацията се изчислява като функция от валентност, инструменталност и очаквания:

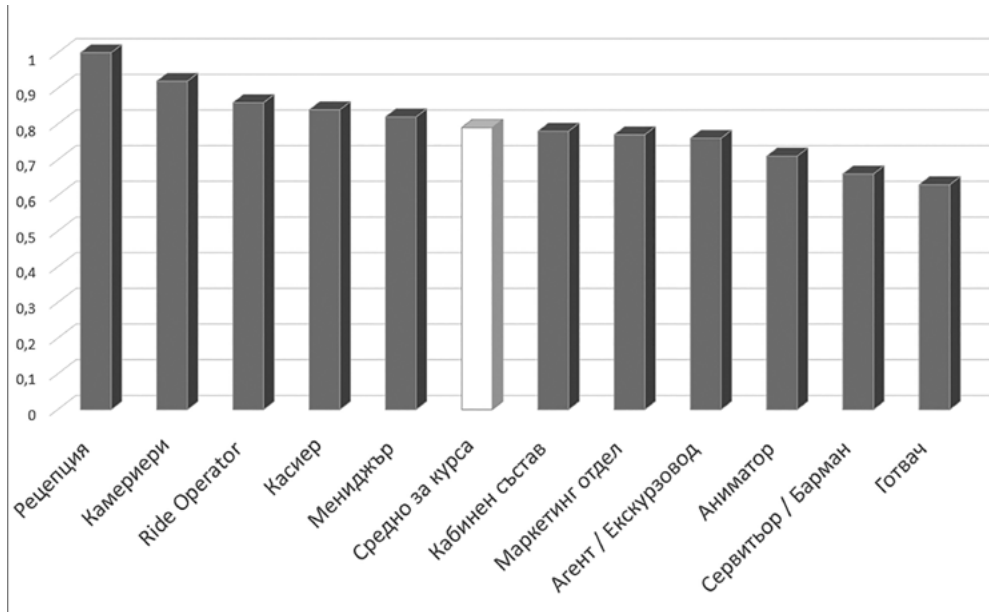
$$M = O \cdot I \cdot V$$

В първото допитване до студентите през 2013 г. участват 40 студенти от общо 57 души, провели производствен стаж. Средната оценка на мотивацията относно производствения стаж на всички респонденти е 0,21. С най-висока мотивация се открояват стюардесите и сервитьорите (съответно 0,44 и 0,39). Тези стойности показват сравнително висока мотивация, която може да се обясни с престижа на едната професия (стюардеса) и възможностите за допълнителни по-високи доходи при сервитьорите. На трето място по сила на мотивацията са студентите, провели стажа си в туристически агенции или като екскурзоводи (0,29). Най-ниска е мотивацията при спасителите и администраторите в хотели - близка до 0, но все пак положителна. Получените стойности се влияят най-вече от инструменталността и валентността, защото тези професии дават малък шанс за получаването на допълнително възнаграждение или награди - най-често въз-

Фигура 31. Мотивация на стажантите (2013)



Фигура 32. Мотивация на стажантите (2014)



награждението е месечна твърда заплата и не е обвързано по никакъв начин с допълнителни бонуси, които стажантите могат да получат.

Мотивацията на студентите, провели стажа си в чужбина и в София е приблизително еднаква (0,20 и 0,23). Студентите, които са провели своя стаж в други части на България са по-слабо мотивирани (0,15).

През 2014 г. са анкетирани 57 души от общо 61 души в курса. Средната оценка за мотивацията този път е значително по-висока от предходната година (0.79).

Резултатите за отделните стажантски позиции също се различават драстично. Най-висока мотивация през 2014 г. показват работилите на рецепция – 1.00 (максимална оценка) и камериерите – 0.92. Престижни позиции като кабинен състав (стюардеси) имат средни за курса стойности – 0.78; маркетинг отдел – 0.77 и туристически аг-

ент/екскурзовод – 0.76. Най-ниска мотивация се наблюдава при професиите готвач – 0.63 и сервитьор – 0.66, което е изненадващо в сравнение с втората ѝ позиция през предходната година.

Двете проучвания представляват опит за още по-активно включване на студентите в осмислянето и (само)оценката на резултатите от производствения стаж. В този смисъл, те допринасят за допълнително интегриране на практическия опит и личните преживявания на преминалите стажа в последващото академично обучение. Големите разлики в резултатите за двете последователни години обаче показват, че използваната методика не е особено надеждна. Възможно е тези разлики да се дължат на личностни характеристики на стажантите, на конкретни особености на провеждането на производствения стаж и др., които подлежат на допълнително проучване и могат да послужат в обучението занаяпред.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Прегледът на литературата и чуждестранния опит показва, че производствените стажове са явяват обща черта на голяма част от програмите във висшето образование по туризъм в света. Производствените стажове, базирани върху образователния опит на студентите, играят важна роля за насърчаване на активното взаимодействие между академичните институции и туристическата индустрия за предоставяне на качествено интегрирано обучение. Чрез тях се преодолява конфликтът между целта на университетите да подготвят специалисти със знания и умения за изграждане на кариера в туристическата индустрия и очакванията на работодателите, че завършилите висше образование трябва да бъдат в състояние да се реализират пълноценно в практиката, веднага след като бъдат наети.

Световният опит показва, че производствените стажове, по-специално от типа „сандвич“ (редуване на академично и практическо обучение), осигуряват разнообразни ползи и за трите страни, участващи в процеса – студенти (стажанти), преподаватели (университет) и туристическа индустрия. От друга страна е установено, че простото редуване на теоретично и практическо обучение само по себе си не гарантира добри резултати, често заради конфликтните цели на заинтересованите, заради неудачно установени параметри на производствения стаж или недостатъчно добра организация. Това очертава кръга на основните предизвикателства при прилагане на производствения стаж във висшето образование по туризъм.

В този контекст ситуацията в България като цяло изглежда неудовлетворителна. Макар че се предвижда в много от програмите, производственият стаж не се е наложил като задължителен елемент на обучението за получаване на висше образование по туризъм. Повече от половината от всички програми и около една четвърт от бакалавърските програми не предвиждат производствен стаж. В повечето случаи стажът е с ограничена продължителност (предимно до 6 седмици) и за него се присъждат ограничен брой кредити (най-често 3-5). Малка част от университетите се ангажират с цялостна организация на производствения стаж, в т.ч. предварителна подготовка на стажантите, връзки с работодателите и осигуряване на работни места, договори, текущ контрол, оценка и отчитане и пр.

Организацията на производствения стаж в СУ „Св. Климент Охридски“ показва висока степен на съответствие с добрите практики, установени при анализа на чуждестранния опит. Изключение са по-ограничените човешки ресурси (само един отговорник). Най-важните отличителни особености на този стаж са: обособяването му като самостоятелен семестър с голям брой кредити (30), значителна продължителност (минимум 4 месеца), оформянето му като тип „сандвич“ (шести семестър, след който следват още два семестъра на академично обучение), предварителна подготовка на студентите и организирано съдействие за осигуряване на работни места, свободен избор от студентите (на работни места) и от работодателите (на стажанти), наличие на устойчиви контакти с работодатели, разработена цялостна документация за провеждането, отчитането и оценката на стажа, интегриране на резултатите в учебния процес чрез самостоятелна учебна дисциплина в седми семестър.

Параметрите на стажа в СУ „Св. Климент Охридски“ може да изглеждат свръхоптимистични на фона на българската ситуация, но в сравнение с чуждестранния опит са по-скоро балансирано, компромисно решение от гледна точка на времето на провеждане, продължителността, взаимодействието с работодателите, документацията, цялостната организация, оказваното съдействие и контрол на стажантите и не на последно място - влаганите човешки ресурси и административни усилия.

В периода 1997-2015 г. са проведени 1253 стажа. Максималните стойности се достигат през 2006-2010 г., когато годишният брой на стажантите е 80-90. В организацията на над 700 стажа,

за които има данни, са участвали 438 работодатели. Преобладават работодателите в сферата на посредническата дейност (36,5%), настаняването (35,4%) и храненето (15,1%). С течение на времето се наблюдава разнообразяване на структурата на работодателите, по-специално увеличаване на работодателите в сферата на атракциите.

В териториален аспект производственият стаж на студентите по туризъм в СУ „Св. Климент Охридски“ не се ограничава до района на София, а може да се окачества като национален и интернационален, с тенденция за засилване на неговата интернационализация. 54% от работодателите са от София, 17% от други части на страната и 30% - от други страни. Чуждестранните работодатели нарастват значително от 10% през 1997-2000 г. до 30% през 2011-2015 г.

Въпреки, че университетът работи с голям брой работодатели, всъщност малък брой „активни“ партньори (3%) са осигурили 26% от местата за стаж. Тази структура на работодателите не може да се оцени еднозначно. Работата с ограничен брой работодатели е по-ефективна от гледна точка на административните усилия и на сигурността в тяхното „качество“ и опит в работата със стажанти. От друга страна, включването на голям брой работодатели, приемащи малко стажанти, е неизбежно, за да се осигурят места за всички студенти, в т.ч. и при стажовете в чужбина, но също така осигурява разширяване на контактите на катедрата, разнообразяване на възможностите за работа на стажантите и привличане на нови „устойчиви“ работодатели.

Преобладаващата част от стажантите са провели стажа си в България (80%), но е налице силно изразена тенденция на увеличаване дела на стажовете в чужбина - от 6,8% през 1997-2000 г. до 25,6% през 2011-2015 г. Според основната дейност на работодателя абсолютно преобладават стажовете, свързани с основните професии в туризма – настаняване, хранене и посредническа дейност (общо 90%). Наблюдава се разнообразяване на структурата на стажовете според основната дейност на работодателя – намаляване на тежестта на посредническата дейност, запазване на тежестта на настаняването, увеличаване на дела на храненето и особено увеличаване на дела на всички останали дейности (управление на атракции, туристически сдружения, публична администрация и др.).

Работата, която са извършвали студентите по време на стажа, е била относително разнообраз-

на - само в отделни случаи ангажиментите им са се свеждали до изпълнението на една единствена дейност. Средният брой осъществявани дейности е 3,3, като е най-висок в туристическите агенции (4,7), следвани от туристическите сдружения (3,2) и туристическите атракции (3,0). През годините се очертава тенденция на разнообразяване на дейностите, макар че рядко е възможно стажантите да преминават през всички позиции, особено в по-големи организации. В немалко случаи на стажантите се възлагат не само изпълнителски (технически) дейности, но и управленски функции и отговорни задачи.

Оценките на личностно-професионалните качества на стажантите от работодателите са високи и с изразена тенденция за повишаване. Средно за целия изследван период за всички качества оценките са над 4,2 по 5-степенна скала. Абсолютно доминират отличните и много добрите оценки (между 83% и 99% за отделните качества). Най-високо се оценяват интелектуалните способности, отговорността и мотивацията за труд и постигане на високи резултати. Малко по-ниски са оценките само за лидерски потенциал, емоционална зрялост и познаване на професионалната област. Оценките на трудовото представяне също са много високи и с тенденция за повишаване. Средните оценки са над 4,5 по 5-степенна скала, абсолютно доминира отличното представяне – между 65% и 95% от случаите, незадоволителни оценки няма, а задоволителните са единични. Най-високо се оценява редовността на присъствието, следвана от отговорното изпълнение на поставените задачи и развитието на знанията и уменията по време на стажа. Най-ниска (макар и сама по себе си висока) е оценката за инициативност. В свободните отговори на работодателите най-често се подчертава удовлетвореността от отговорността на стажантите, следвана от тяхната изпълнителност, комуникативност, подготвеност и потенциал за развитие. Най-рядко се изтъкват качества като решителност, креативност и инициативност.

Студентите декларирают висока удовлетвореност от производствения стаж. Стажът и учебните практики се оценяват най-високо сред всички групи учебни дисциплини и се възприемат като едно от главните конкурентни предимства на обучението в Софийския университет. В 71% от анализираните отчети няма никакви негативни коментари, а изцяло негативни са коментарите в по-малко от 1% от отчетите. Резултатите от самооценката на трудовото представяне на стажантите

са между 4,6 и 4,9 (по 5-степенна скала) за отделните аспекти и съответстват напълно на оценката от работодателите, което е свидетелство за обективността и на двете страни. Студентите оценяват особено високо възможността за запознаване с реалния бизнес, придобиването на опит, за „приземяване“ на теоретичното знание. В отчетите често се акцентира върху ролята на стажа за съзряване на личността в реална работна среда, както и върху добиването на самочувствие и увереност. Сред конкретните умения и качества, развити по време на стажа се изтъкват най-вече комуникационните умения, уменията за пряко обслужване на клиенти, различни технически умения, работата в екип, организационните умения и самодисциплината, изграждането на трудови навици, спазването на норми на поведение и стандарти на работа. В повечето случаи студентите са доволни от отношението на работодателите и техните служители. Случаите на неудовлетвореност и разочарование са свързани главно с невъзможността да се придобият някои желани професионални умения и да се премине през всички звена на организацията, ниското доверие към стажантите, ограничения достъп до фирмена информация, провеждане на стажа в неподходящи организации с некомпетентно управление, липса на ясни изисквания (длъжностни характеристики), експлоатация на стажантския труд срещу ниско заплащане, продължителен работен ден, висок стрес. Важен резултат е фактът, че немалко студенти си дават ясна сметка, че има какво да научат както от положителните, така и от отрицателните примери, с които ги среща стажът.

В свободните коментари студентите акцентират и върху възможността чрез стажа да се ориентират какво реално могат да очакват от работата си в туризма, както и да решат към коя точно сфера да се насочат. Особено важен ефект от производствения стаж е фактът, че след неговото приключване около 20% от стажантите продължават да работят в същата организация. Понякога обаче опитът от стажа води до промяна на първоначалните намерения и мотивира студентите да потърсят друга професионална реализация, която по-добре да отговаря на персоналните им характеристики и личните им стремежи.

Значителна част от работодателите и от стажантите са направили конкретни препоръки, които са от значение за бъдещи промени в организацията на обучението по туризъм в СУ „Св. Климент Охридски“ и в организацията на производствения стаж. Те засягат по-конкретно

цялостното обучение в специалност „Туризъм“, мястото на производствения стаж в учебния план, организацията на стажа от страна на катедра „География на туризма“, подбора на работодателите и др.

Със своите препоръки работодателите показват, че очакват по-добро развитие на някои личностни качества на студентите (придобиване на самочувствие и увереност, инициативност и самостоятелност, отговорност и др.), повече знания (задълбочаване на теоретичните познания, чуждоезикова подготовка, работа с резервационни системи, новости на туристическия пазар и др.) и практически умения (особено комуникационни). Близо една четвърт от работодателите предлагат изрично продължаване на работата в организацията, а половината изразяват желание за бъдещо сътрудничество със стажанта. Сравнително малко са преките препоръки към организацията на производствения стаж (възможността за провеждане на стажове след всяка учебна година).

Студентите препоръчват засилване на „практичността“ на обучението в университета, но е показателно, че тежестта на тези препоръки намалява през последните 10 години, което е индикатор за адаптиране на образованието към нуждите на бизнеса. От друга страна, някои студенти изрично подчертават ценността на добрата теоретична подготовка, в която са се убедили по време на стажа. Има немало препоръки за промяна в организацията на стажа, които сами по себе си изглеждат логични, но в тяхната съвкупност са вътрешно противоречиви и/или трудно изпълними. 6% от студентите искат да имат възможност да преминат през повече организации от различни сектори, 5% - препоръчват промяна в продължителността и структурирането на стажа (повече стажове с по-кратка продължителност, разделяне на стажа на две части – след III и IV или след II и III курс, възможност за преминаване през всички отдели на приемащата организация), 4% препоръчват провеждане на стажа след завършване на теоретичното обучение. Около една четвърт от студентите са отправили конкретни препоръки към работата на катедра „География на туризма“ по организацията на стажа, най-важните от които са разширяване и разнообразяване на работодателите, по-внимателен подбор на работодателите, популяризиране на стажа сред студентите и бизнеса, по-добра предварителна подготовка на студентите за него, засилване на контрола при провеждането на стажа.

Други препоръки в работата по организацията на производствения стаж може да се формулират въз основа на анализа на документацията на стажа и на установените проблеми в това отношение: съхраняване на отчетните документи (в т.ч. създаване на електронен архив), опростяване на отчетните документи и подобряване на възможностите за квантифициране на информацията (въвеждане на оценъчни въпроси и скали за аспектите, които при настоящия анализ са разгледани въз основа на свободни отговори), съответни корекции в структурата на базата данни, подобряване на текущото използване на наличната информация.

Като следствие от натрупания опит, с приемането на новия учебен план през 2011 г. е предвидено пряко включване на резултатите от стажа в последващото обучение, чрез въвеждане на нова учебна дисциплина - „Казуси от учебния стаж – добри и лоши практики на управление в туризма“. Тя осигурява възможности за споделяне на преживяванията и опита между студентите, за рефлексия на този опит през призмата на теоретични постановки, както и за запознаване с особеностите в работата и проблематиката на много по-широк кръг организации.

Осъществяването на производствения стаж в обучението на студенти по туризъм за ОКС „бакалавър“ в СУ „Св. Климент Охридски“ може да се оцени като успешна иновация и съществен елемент в учебния процес, който по съвкупността от своите характеристики е уникален за България. Анализът и оценката на стажа потвърждават основните ползи за трите заинтересовани страни – студенти, университет (преподаватели) и туристическа индустрия, описани при анализа на чуждестранния опит. Най-важното доказателство за успеха на стажа е оценката на работодателите: *„производственият стаж допринася за добрата реализация на студентите след завършване на образованието им, като помага за създаването на професионални контакти и дава възможност на студентите да доусъвършенстват своите умения, похвати, навици, придобити по време на обучението“*. Същевременно не липсват пропуски, слабости и проблеми при организацията и провеждането на производствения стаж, които обаче не са изненада – преобладаващата част от тях са типични и са описани в литературата – а тяхното идентифициране и осмисляне е предпоставка за бъдещи подобрения.

# ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

Воденска, М., Р. Минковски. Организация и провеждане на производствения стаж на студентите от специалност «Туризм» 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.

Донъли, Дж., Гибсън, Дж., Иванчевич, Дж., Основи на мениджмънта, Изд. Отворено общество, 1997 г., стр. 252-264

Маринов, В. Отношението на практиката към практическата полезност на университетите – проблеми и възможни решения. – Икономика и управление, IV, 2008, № 4, Югозападен университет „Неофит Рилски”, Благоевград, с. 87-94.

Ракаджийска, Св. Проблеми на осигуряването на сектор „Туризм“ в Република България с висококвалифицирани кадри. - Инфраструктура и комуникации – научно списание на факултет „Икономика на инфраструктурата“ – УНСС. Специално издание „Тенденции и предизвикателства пред глобалния туризъм“ - година 5, октомври 2015, с. 16-23.

Рейтингова система на висшите училища в България, 2015 (<http://rsvu.mon.bg/rsvu3>).

Стратегия за развитие на висшето образование в Република България за периода 2014-2020 г. Приета с решение на Народното събрание от 26 февруари 2015 г. Държавен вестник, бр. 18, 10 март 2015 г.

Aggett, M. & Busby, G. 2011. Opting out of internship: Perceptions of hospitality, tourism and events management undergraduates at a British university. *Journal of Hospitality Leisure Sport and Tourism Education*, 10(1), 106-113.

Baker, L, Caldicott, J & Spowart, J 2011, 'Cooperative and work-integrated education in hospitality and tourism', in RK Coll & KE Zegwaard (eds), *International handbook for cooperative and work-integrated education: international perspectives of theory, research and practice*, 2nd ed., World Association for Cooperative Education, Lowell, MA, pp. 219-228.

Barron, P. E. (1996) The theory and practice of industrial placement: an analysis of hospitality students' experiences, *Australian Journal of Hospitality Management*, Vol. 4(1), 15-26.

Baum, T. 2007. Skills and the hospitality sector in a transition economy: The case of front office employment in Kyrgyzstan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12(2), 89-102.

Beggs, B., Ross, C. M., & Goodwin, B. (2008). A comparison of student and practitioner perspectives of the travel and tourism internship. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport, and Tourism Education*, 7(1), 31-39.

Breakey, N.M., Robinson, R.N.S. & Beesley, L.G. 2008. Students go a 'Waltzing Matilda': A Regional Tourism Knowledge Exchange through Innovative Internships. *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 8(2/3), 223-240.

Busby, G. 2005. Work experience and industrial links, In Airey, D. & Tribe, J. (Eds). *An International Handbook of Tourism Education*, Elsevier, London, pp. 93-107

Busby, G., Brunt, P. & Baber, S. 1997. Tourism sandwich placements: an appraisal, *Tourism Management*, 18(2) 105-110.

Busby, G.D. 2003. Tourism degree internships: A longitudinal study. *Journal of Vocational Education and Training*, 55(3), 319-334.

Chen, F.C., Ku, E.C.S., Shyr, Y.H., Chen, F.H., & Chou, S.S. 2009. Job demand, emotional awareness, and job satisfaction in internships: The moderating effect of social support. *Social Behavior and Personality*, 37(10), 1429-1440.

Chen, T.L., & Shen, C.C. 2012. Today's intern, tomorrow's practitioner?—The influence of internship programmes on students' career development in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11(1), 29-40.

Christou, E.S. (1999) Hospitality management education in Greece: An exploratory study, *Tourism Management* 20 683-691.

Collins, A.B.(2002) Gateway to the real world, industrial training: dilemmas and problems *Tourism Management* 23, 93-96

Condrey, S., 2005, *Handbook of Human Resources Management in Government*, p. 482

Crispin, D. and Robinson, N. (2001) The theming of tourism education: A three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), 30-34.

Crossley, J. C., Jamieson, L. M., & Brayley, R. E. (2007). *Introduction to commercial recreation and tourism: An entrepreneurial approach* (5th ed.). Champaign, IL: Sagamore

Dogramadjieva, E., M. Vodenska, V. Marinov. The Philosophic Practitioner Idea: Curriculum Implementation and Customers Interpretation. – In: *Tourism Education in the 21<sup>st</sup> century: Policies, Practices, Internationalization*. BITCO 2016 Conference Proceedings, 18-19 March 2016. College of Tourism – Belgrade, 2016, ISBN 978-86-82371-46-5, pp. 103-120.

Downey, J.F., & De Veau, L.T. 1987. Coordinating the hospitality internship. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(2), 38-41.

EC (2016 ) Mapping and performance check of the supply side of tourism education and training. Final Report, doi: 10.2769/33723. ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15846/attachments/1/

Ergin, A., & O.Yagci,. (2003). An evaluation of the vocational school and short term higher education project of the ministry of education and higher education council. *Journal of Education*, 25(1), 256-264.

Gummesson, E. (2002) *Total Relationship Marketing* (2nd ed.). Oxford: Butterworth Heinemann.

Gunn, C. A. (1998). Issues in tourism curricula. *Journal of Travel Research*, 36(4), 74-77.

Hughes, K., Mylonas, A. & Benckendorff, P. 2013. Students' reflections on industry placement: Comparing

- four undergraduate work-integrated learning streams. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, 14(4), 265-279.
- Jain, R., Jain, S. and Khar, U. (2003). Measuring customer relationship management. *Journal of Services Research*, 2(2), 97-108.
- Keller, J. M. *Motivational Design of Instruction*. In C. M. Reigeluth *Instructional Design Theories and Models: An Overview of their Current Status* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1983.
- Kim, H.B., & Park, E.J. 2013. The role of social experience in undergraduates' career perceptions through internships. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 12(1), 70-78.
- Kim, N. 2014. Employee Turnover Intention Among Newcomers in Travel Industry. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 56-64.
- King, B.E. (1991) *Cooperative education for hospitality and tourism students: An Australian case study*, *New Horizons in Tourism and Hospitality Education, Training and Research*, Calgary, 19-126.
- Ko, W.H. 2008. Training, satisfaction with internship programs, and confidence about future careers among hospitality students: A case study of universities in Taiwan. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(4), 1-15.
- Lee, S. A. (2008). Increasing student learning: A comparison of students' perceptions of learning in the classroom environment and their industry-based experiential learning assignments. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(4), 37-54.
- Major, B., & Evans, N. 2008. Reassessing Employer Expectations of Graduates in UK Travel Services. *International Journal of Tourism Research*, 10(5), 409-422.
- Marinov, V., E. Dogramadjieva. *Tourism Curriculum – a Tool for Responsible Tourism Education at Sofia University: The Students' Perspective*. – *Journal of Hospitality Industry Research and Education*. Vol. 1, No 1, May 2013, pp. 21-38.
- Minkovski, R., V. Yaneva (2016). Industrial placement for tourism students at Sofia University „St. Kliment Ohridski“: bridging the gap between education and bussines, *Collection of Papers from Beograde International Tourism Conferance 2016 „Tourism Education in the 21'st Century: Policies, Practices, Internacionalization „, Belgrade*, 263-274.
- Okumus, F, O.Yagci (2005) *Tourism Higher Education in Turkey*, *Global Tourism Higher Education: Past, Present, and Future*, 89-116
- Pang, L., Wong, S., & Wong, N. 2013. School and hotel integration: practices and experiences from stakeholders. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13(1), 5-8.
- Richardson, S. 2012. Utilising Generation Y: United States hospitality and tourism students' perceptions of careers in the industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 102-114.
- RISE (1985) *Committee on Research into Sandwich Education, Assessment of the Costs and Benefits of Sandwich Education*, London: Department of Education and Science.
- Robinson, R.,L. Ruhanen, N.Breakey (2016 ) *Tourism & hospitality internships: Influences on student career aspirations*. *Journal Current Issues in Tourism* 19, Issue 6
- Robinson, R.N., Kralj, A., Brenner, M.L., & Lee, A.H. 2014. Reflective Practice in Food and Beverage Education. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 26(4), 166-177.
- Ruhanen, L., Breakey, N., & Robinson, R.N.S. 2012. Knowledge exchange and networks: a new destination for tourism internships? *Current Issues in Tourism*, 15(3), 183-196.

- Ruhanen, L., Robinson, R.N.S., & Breakey, N. 2013. A tourism immersion internship: student expectations, experiences and satisfaction. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13(1), 60-69.
- Seyitoğlu, F., & Yirik, S. 2014. Internship Satisfaction of Students of Hospitality and Impact of Internship on the Professional Development and Industrial Perception. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, (ahead-of-print), 1-16.
- Shortt, G. (1992). Education and training for the Indonesian tourism industry. *Hospitality & Tourism Educator*, 5(1), 79.
- Solnet, D., R. Robinson and Ch. Cooper (2012) An Industry Partnerships Approach to Tourism Education in *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education* Vol. 6, No. 1.p
- Solnet, D., R. Robinson and Ch. Cooper (2012) An Industry Partnerships Approach to Tourism Education in *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education* Vol. 6, No. 1.p
- Solnet, D., Robinson, R.N.S., & Cooper, C. 2007. An industry partnerships approach to tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 6(1), 66-70.
- Spowart, J. (2011). Hospitality students' competencies: Are they work ready? *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 10, 169-181.
- Teng, C. 2013. Developing and evaluating a hospitality skill module for enhancing performance of undergraduate hospitality students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13(July), 78-86.
- Tse, T. 2010. What do hospitality students find important about internships? *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(3), 251-264.
- Vroom, V. *Work and motivation*. New York, NY: Wiley, 1964.
- Walo, M (2001) Assessing the Contribution of Internship in Developing Australian Tourism and Hospitality Students' Management Competencies, *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education* 2(1), 12-28
- Walo, M. (1999). The latest win-win strategy in recruiting hotel staff. *Hotel Management*, 12(7), 32-33.
- Wan, Y.K., Wong, I.A., & Kong, W.H. 2014. Student career prospect and industry commitment: The roles of industry attitude, perceived social status, and salary expectations. *Tourism Management*, 40, 1-14.
- Wang, J., Ayres, H., & Huyton, J. 2010. Is Tourism Education Meeting the Needs of the Tourism Industry? An Australian case study. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 22(1), 8-14.
- Yiu, M., & Law, R. 2012. A review of hospitality internship: Different perspectives of students, employers and educators. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 12(4), 377-402.
- Zopiatis, A & Constanti, P. 2007. And never the twain shall meet, investigating the hospitality industry-education relationship in Cyprus. *Education+Training*, 49(5), 391-407.
- Zopiatis, A., & Theocharous, A. 2013. Revisiting hospitality internship practices: A holistic Investigation. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13, 33-46.





# The Industrial Placement of Tourism Students at Sofia University “St. Kliment Ohridski”

## (Summary)

Vasil Marinov, Mariana Assenova, Maria Vodenska,  
Elka Dogramadjieva, Rumen Minkovski, Vasya Yaneva,  
Vera Nikolova, Atanas Kazakov

### Introduction

Industrial placement is a common feature of most curricula in higher tourism education worldwide (Seyitoğlu & Yirik, 2014). International experience shows that internships, based on the academic knowledge of students traditionally play an important role in promoting integrated education and training provided in partnership between academia and industry (Aggett & Busby, 2011; Hughes et al., 2013).

Many definitions of industrial placement exist, reflecting its diverse scope (Kim & Park, 2013; Ruhanen, Robinson & Breakey, 2013; Zopiatis & Constanti, 2007), but generally accepted understanding is that the internship is a short-term practical engagement, during which students are taught by acquiring invaluable working experience in a specific sphere of activity or choose a potential career development according to their own interest (Zopiatis & Theocharous, 2013).

University tourism education curricula of „sandwich“ type, in which periods of academic education and practical training alternate (internship and subsequent return to the university) have been introduced since a long time (RISE, 1985). They provide certain benefits for all stakeholders involved in the learning process - students, university professors and business partners (RISE, 1985):

- Benefits for students:

- Broader knowledge about the specific company and the entire tourism industry;
- Personal development - communication skills, customer service, teamwork, self-discipline, independence, opportunity to live away from home;

- Ability to understanding the theory through practice and their integration;
- Gaining working experience in a specific tourism sector, helping the decision on the sphere of career development.

- Benefits for the university/department:

- Contacts with the tourism industry broaden the knowledge and experience of lecturers;
- Acquaintance with the new developments and trends in the tourism industry;
- Better cooperation with industry representatives and opportunities for joint projects and partnerships;
- Use of the students' gained experience and knowledge for discussions during lectures and seminars of specific subjects.

- Benefits for the tourism industry:

- Possibility to hire smart, capable and motivated staff;
- Cost effectiveness of internships, lower cost for new staff selection, reduced cost of new employees training;
- Taking advantage of the students' innovative and unconventional thinking and work approach;
- Better designation of work tasks among employees and interns, releasing the permanent staff from routine obligations;
- Overload decrease of permanent staff;
- Taking advantage of the digital competence

of most students (Internet research, maintenance of websites, online marketing and sales).

The “sandwich” type industrial placement of tourism students at Sofia University was introduced in the curriculum in 1993 for the first time in Bulgaria, and the first internships were held in 1996. The industrial placement covers the entire sixth semester and lasts a minimum of 4 months, coinciding with the summer season. After the internship students continue their academic education for two more semesters.

The idea of providing an entire semester for industrial placement was inspired by international experience in general and in particular the UK practice in the mid-1990s of the last century. As part of an ongoing at that time project of the British Council in Bulgaria to support higher education in tourism, the experience of several British universities was studied and especially the approach of Manchester Metropolitan University. Our Manchester colleagues - Simon Brown, Elizabeth Ineson and Graham Stone, suggested the idea for the design of the industrial placement in its current form and helped to adapt it to the opportunities of the Geography of Tourism Department and the realities of the tourism industry in Bulgaria.

More than twenty years later, industrial placement is still not imposed as a mandatory element of university tourism education in Bulgaria. The review of publicly available curricula documentation of universities has shown that it is included in only 45% of the surveyed programmes. Another 11% of the programmes do not provide industrial placement but enhance practical training throughout the whole period of study. Industrial placement is more typical of the Bachelor degree programmes, in which it is documented in 73% of the cases.

The most important features of the internship of tourism students at Sofia University which differentiate the programme and classify it as unique in Bulgaria, are the duration of at least 4 months, providing 30 credits, and the “sandwich” approach (locating the internship in the sixth semester, after having obtained the necessary theoretical knowledge and before continuing the academic training in the next two semesters).

## Methodology

The aim of this book is to present detailed analysis and assessment of the Department’s experience in providing industrial placement based on the

available documentation (employers’ registration and evaluation forms, and trainees’ reports) for a period of nearly 20 years (1997-2015).

For this purpose the following activities were carried out:

- Review and systematization of the available documentation on the industrial placement, particularly employers’ registration and evaluation forms, and trainees’ reports;

- Designing a database for quantitative data processing (SPSS and Excel);

- Processing and analysis of results.

The SPSS database includes:

- Identification data - name of student, faculty number, year of conducting the internship;

- Information about the employer: name, type (core business), seat;

- Information about the workplace: location, mentor with contact details;

- Connectivity of the employer with the department, the professional field or faculty;

- Trainees’ performance quantitative assessment by the employers;

- Students’ performance quantitative self-assessment.

Much of the information is obtained from the free answers and comments provided in the employers’ evaluation forms and trainees’ reports. They are classified based on their content and are also subjected to quantitative analysis (Excel). This applies in particular to:

- Specific activities of the trainees during the internship;

- Evaluation by the employers of the trainees’ personal and professional characteristics (free answers complement the quantitative assessment given in the evaluation form);

- Evaluation by the employers of the trainees’ job performance till 2009 (since 2010 quantitative evaluation has been included);

- Self-assessment of trainees (elements of quantification have been included since 2010);

- Recommendations of employers and trainees.

Data interpretation takes into account some imposed restrictions. Above all, it turned out that part of the documentation had not been archived

and stored properly, especially in the early years. For that reason, 702 documentation packages have been compiled out of 1200 internships held in the specified period. Nevertheless, after appropriate processing the information available for 60% of apprenticeships has provided a reliable basis for analysis and assessment of the industrial placement organization and conducting as well as the students' performance.

## Results and Discussion

### Employers' Structure

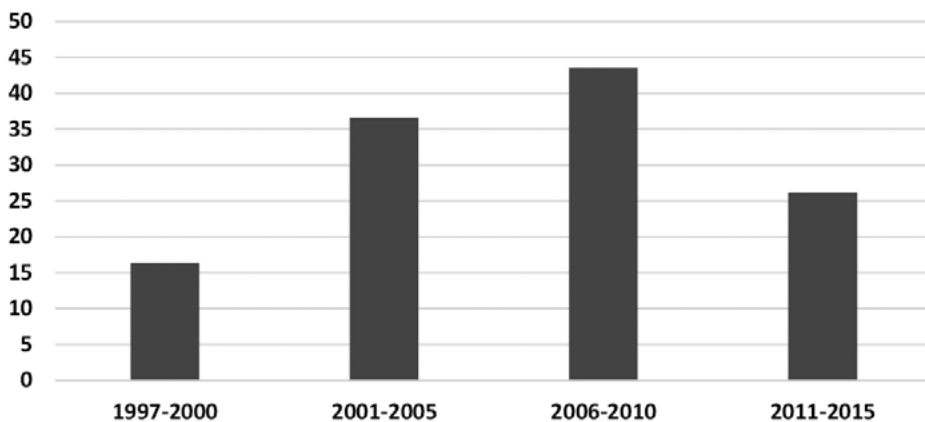
During the period 1997-2015 totally 438 employers were involved in conducting the industrial placement of roughly 700 students about which data is available. Their number varies in the years, fluctuating mostly between 15 and 50. The maximum number was reached in 2008, when the trainees were accepted by 62 employers (Fig. 1). The number of employers has sharply increased since 2000 - from 16 per year in the period 1997-2000 to 37 per year in the period 2001-2005 and 44 per year in the period 2006-2010, which is explained by three reasons: 1) the growing number of students; 2) the growing interest of employers to accept trainees, and 3) the increased opportunities for industrial placements abroad. Yet, after 2010 the average annual number of employers has been reduced to 26 reflecting the reduction in the number of students.

In terms of their core business, the greatest majority of employers represent two sectors of

tourism industry – the intermediary sector (36.5%) and the accommodation sector (35.4%), followed by food and beverage companies (15.1%). The other groups have small relative weight, but are considered important to broaden the opportunities for acquiring practical experience. About 3% of employers are involved in the operation and management of attractions (museums, theme parks and other entertainment facilities, mainly abroad). Tourist associations form 2.3% of all employers and include both national branch and product associations, and local tourist associations. Public administration is represented by only 1.4% of all employers and includes mainly the ministry responsible for tourism, and project offices linked to the ministry. The category „other“ is significant - 6.2%, and includes a wide range of businesses in the service sector, which in most cases are directly related to tourism (airline and bus operators, cruise operators, casinos and clubs, magazines and Internet portals, shopping centres, etc.).

The majority of employers accepting students from Sofia University are Bulgarian organizations (70.8%) but the number of foreign employers is also significant (129 or 29.5%). There is a clear and consistent trend of foreign employers increase from 10% for the period 1997-2000 to 30% for the period 2011-2015 (Fig. 2). Three main reasons may explain this trend: 1) elimination of visas for the EU countries; 2) increased opportunities for students to “work and travel” abroad, particularly in the US, successfully complying with the requirements for the industrial placement, and 3) increased share

**Figure 1. Average number of employers taking interns from Sofia University**



of foreign students carrying out internship in their country of origin.

Foreign employers are based in 16 countries, dominated by the US employers (68%), mainly due to the possibility of combining “work and travel” programmes with the industrial placement. Turkey also stands out (11%) because of the significant number of Turkish students in the period 2001-2010. Other countries with relatively large numbers of employers are UK (4.7%), Spain (3.1%) and Macedonia (2.3%). Bulgarian employers are located in 20 administrative regions (out of 28 in the country), but absolutely dominating is the city of Sofia (76.4% of all Bulgarian employers).

### Students' Activities during the Internship

During the internship the tourism students were engaged in many activities that could be attributed to different tourism branches as well as the public and NGO sectors. The operations they were assigned to carry out were relatively diverse, and only in a few cases their commitments were limited to the performance of a single activity (Table 1). The average number of operations carried out by the trainees was 3.3 - the highest in travel agencies (4.7), followed by tourist associations (3.2) and tourist attractions (3.0). The tasks in the hospitality sector were relatively uniform and in that case the average number of

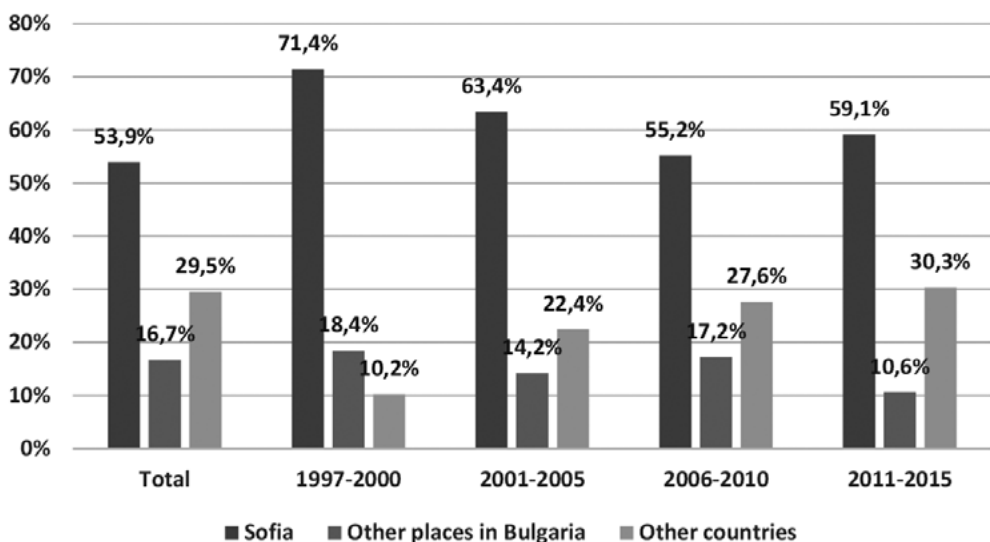
activities varied in average between 1.6 and 1.9, which could be explained by the more specific job descriptions and the limited range of activities (e.g. bellboy, bartender, etc.).

### Employers' Evaluation of the Industrial Placements

The employers' quantitative assessment of the personal and professional profile of trainees is very high. For the whole period examined the average scores for the individual characteristics of the trainees are in the range 4.2 - 4.8 on a 5-point scale (Fig. 3). The excellent and very good scores are absolutely dominant (between 83% and 99% for the specific characteristics). The proportion of unsatisfactory and satisfactory scores is minimal (for most characteristics their share is between 0.2% and 0.5% and only in three cases exceeds 1%). The highest assessed are the intellectual capacity, responsibility and motivation to work and achieve excellence, with an average grade of about 4.8. The lowest assessed but still high enough (between 4.19 and 4.41) are the leadership potential, professional knowledge and emotional maturity of the trainees.

The job performance scores are high for every single indicator (Table 2). The average scores are above 4.50, and the excellent performance is absolutely dominant - between 65% and 95% of cases, there are no unsatisfactory grades and the satisfactory are few (between 0.7% and 1.4%).

Figure 2. Changes in the employers' territorial structure



Highest are assessed the regular presence (average grade 4.93 and share of excellent grades 94%), followed by the responsible execution of tasks (4.85; 87% excellent scores) and the development of knowledge and skills during the internship (4.78; 81% excellent scores). Lowest (though in itself high)

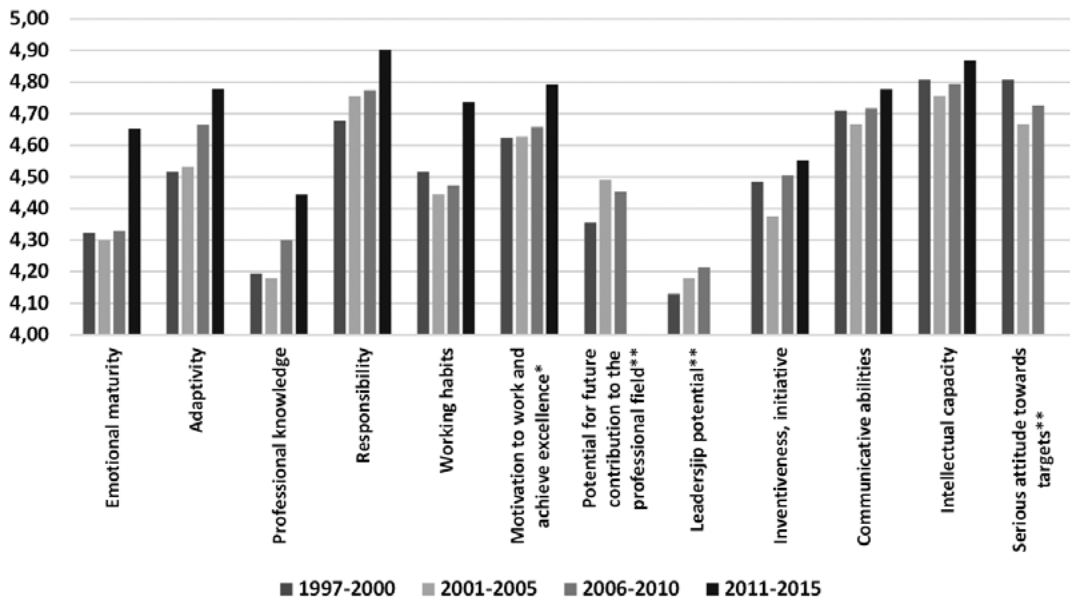
is the assessment of initiative taking ability (4.57; 65% excellent scores).

The analysis of the free comments provided indicate that employers appreciate most of all the students' responsibility to fulfil their commitments

**Table 1. Average number of activities carried out during internship**

	Number of interns	Number of activities	Average number of activities per intern
Accommodation	190	305	1,6
Food and beverage	81	157	1,9
Travel Agencies	344	1616	4,7
Attractions	20	60	3,0
Public Administration	7	17	2,4
Tourist Associations	17	55	3,2
Other	31	48	1,5
<b>Total</b>	<b>690</b>	<b>2258</b>	<b>3,3</b>

**Figure 3. Evaluation of the personal and professional profile of trainees by time periods**



\* Motivation to work and achieve excellence is assessed only after 2009. The figures for the first three periods are calculated as an average of the estimates of work motivation, motivation for success and motivation for learning;

\*\* Characteristics evaluated only until 2009

(70%), followed by the conscientious fulfilment of the tasks set (48%). Other important trainees' characteristics emphasized by the employers include good communication skills (34%), high level of theoretical knowledge and language skills (27%), high personal development potential (25%), teamwork skills and interpersonal communication (24%).

### Trainees' Evaluation of the Industrial Placement

Since 2010 quantitative self-assessment of trainees has been introduced as part of their internship report. Indicators and the assessment scale (5-grade) are similar to those in the employers evaluation form (Table 3). Processed data for 146 trainees shows high self-assessment for job performance in all aspects (between 4.62 and 4.95). The assessments are fully consistent with those of employers (the differences do not exceed 0.05 for individual indicators), which testifies to the objectivity of both employers and trainees.

The summarized results of the analysis of students' free comments indicate strong predominance of positive assessments over negative ones - 99% of the student statements contain high praise and gratitude for providing the internship. Critical comments are present in 29% of all reports. Respectively, 71% of them lack criticism while entirely negative comments are found in only five cases (less than 1% of all reports).

Students highly appreciate the possibility to learn about the real tourism business and gain valuable

practical experience through the internship - such opinions are explicitly expressed in 91% of the reports with no significant difference between years. For many students the entering into real working environment is their first chance to rethink the theoretical knowledge reflected in practice.

They gratefully acknowledge that the internship has helped them to develop their personal characteristics, improve their „transferable“ skills and acquire job-specific skills for tourism industry. The students often stress in their reports on the role of apprenticeship for maturation of the individual in a real working environment, as well as the acquisition of both personal and professional self-confidence.

In free comments they also focus on the opportunity provided through the apprenticeship to outline a clear picture of what realistically to expect as an employee in the tourism business, and to decide exactly which tourism sector to choose for their future career development.

The presence of the industrial placement in the curriculum of the Bachelor Tourism Programme at Sofia University „St. Kliment Ohridski“ is not put under question by anyone in terms of importance, usefulness and necessity. Some students, however, comment on the duration and scope of the internship, as well as its positioning in the summer semester of the 3-rd year of education. The views in this regard are diverse and often contradictory.

The overall organization of the internship is assessed positively by the students - 69% of all reports explicitly indicate satisfaction with the fact that the

**Table 2. Employers' performance evaluation of trainees**

	Average score	Structure of scores					Number of trainees
		< 50%	51-70%	71-80%	81-90%	91-100%	
Regular presence	4,93	0,0%	0,7%	0,0%	5,4%	93,9%	148
Responsible execution of tasks	4,85	0,0%	0,7%	0,0%	12,8%	86,5%	148
Initiative	4,57	0,0%	1,4%	4,7%	29,1%	64,9%	148
Development of knowledge and skills	4,78	0,0%	0,7%	1,4%	16,9%	81,1%	148

**Table 3. Trainees' self-assessment of job performance**

	Average score	Structure of scores					Number of trainees
		< 50%	51-70%	71-80%	81-90%	91-100%	
Regular presence	4,95	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	95,2%	146
Responsible execution of tasks	4,90	0,0%	0,0%	0,7%	8,2%	91,1%	146
Initiative	4,62	0,0%	0,0%	4,8%	28,8%	66,4%	146
Development of knowledge and skills	4,78	0,0%	0,7%	2,1%	15,8%	81,5%	146

Geography of Tourism Department maintains active contacts with employers and annually organizes a “job fair” to present them to students before the beginning of the internship. In their comments and recommendations students most often demand widening and diversification of the employers represented at the “job fair” as well as more careful selection of employers.

## Conclusions

The organization of the industrial placement for tourism students at Sofia University „St. Kliment Ohridski“ indicates a high degree of compliance with best practices worldwide. The most important distinguishing features of the internship are its significant duration (minimum 4 months) covering a whole semester and providing great number of credits (30), the preparation of students and the organized assistance in ensuring job positions, the maintaining of sustainable contacts with employers, the developed comprehensive documentation of the internship conducting, reporting and evaluation, and finally, integrating the results in the learning process through introducing a separate course of case studies from the industrial placement in the curriculum (7th semester).

The employers' recommendations indicate that they expect better development of students' certain personal characteristics (acquisition of self-confidence, stronger initiative, responsibility, etc.) as well as development of knowledge (deepening the theoretical knowledge, foreign languages, handling reservation systems, better acquaintance with the trends and innovations of tourism market,

etc.) and skills (especially communicative ones).

Students recommend strengthening the practical orientation of teaching at the university, although the share of these recommendations has decreased over the past 10 years indicating better adaptation of education to business needs. On the other hand, some students explicitly emphasize the value of good theoretical education in which they have been convinced during the internship. There are also many recommendations to change the organization of courses within the curriculum, which themselves seem logical, but taken as a whole are contradictory and/or difficult to fulfil.

Other recommendations concerning the organization of the industrial placement can be formulated based on the internship documentation analysis and the problems identified in this respect: proper archiving the reporting documents (e.g. creating an electronic archive), simplification of reporting documents, improving the opportunities for quantification of information, and corresponding adjustments in the database structure as well as improving the ongoing use of available information.

The industrial placement of Bachelor degree students in tourism at Sofia University „St. Kliment Ohridski“ can be assessed as a successful innovation and an essential element of the learning process that is unique for Bulgaria. Nevertheless, there are gaps, weaknesses and problems identified regarding the organization and conducting of the industrial placement, which is not a surprise - most of them are typical worldwide and well-described in the relevant literature. Their identification and deeper understanding are a prerequisite for future improvements.





# СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“



Обучението по туризъм в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ започва през 1967 г., а през 1972 г. е създадена самостоятелна катедра „География на туризма“, която и в момента провежда обучението по специалност „Туризъм“. Софийският университет е водещ сред висшите училища, осъществяващи обучение по туризъм, и оглавява с най-висока комплексна оценка класацията в Рейтинговата система на висшите училища в България от създаването ѝ през 2010 г. до днес.

През 1993 г. програмата „География на туризма“ е трансформирана в бакалавърска програма „Туризъм“. Тя предлага интердисциплинарно обучение с по силна ориентация към нуждите на туристическия бизнес. Поддържайки връзката с географията, тя набляга върху системата на туризма и нейната среда, на териториалните аспекти на развитието на туризма и управлението на туризма на дестинационно ниво. Отличителен белег на програмата е присъствието на задължителен производствен стаж с продължителност цял семестър в третата година

на обучението, което я прави уникална в страната.

Самостоятелните магистърските програми също са ориентирани към развитието на туристическите дестинации, а съвместно с Историческия и Биологическия факултет на Университета успешно се предлагат програмите по културен туризъм и екотуризъм.

За изминалите 50 години специалността са завършили над 3000 студенти. Около 10% от тях са чужденци от над 50 различни страни от Африка, Азия, Латинска Америка, Европа и Близкия изток. Възпитаниците на катедрата работят във водещи туристически агенции, хотели, фирми за организиране на събития и конферентни прояви, авиокомпани, в публичната администрация и в неправителствения сектор.

Катедрата разполага с 11 щатни преподаватели, инспектор по учебната дейност и библиотекар. Днес в бакалавърската и магистърските програми на катедрата се обучават около 300 студенти, а в последните 5 години са се дипломирали 10 докторанти.

ISBN 978-954-07-4247-2



9 789540 742472

www.press-su.com