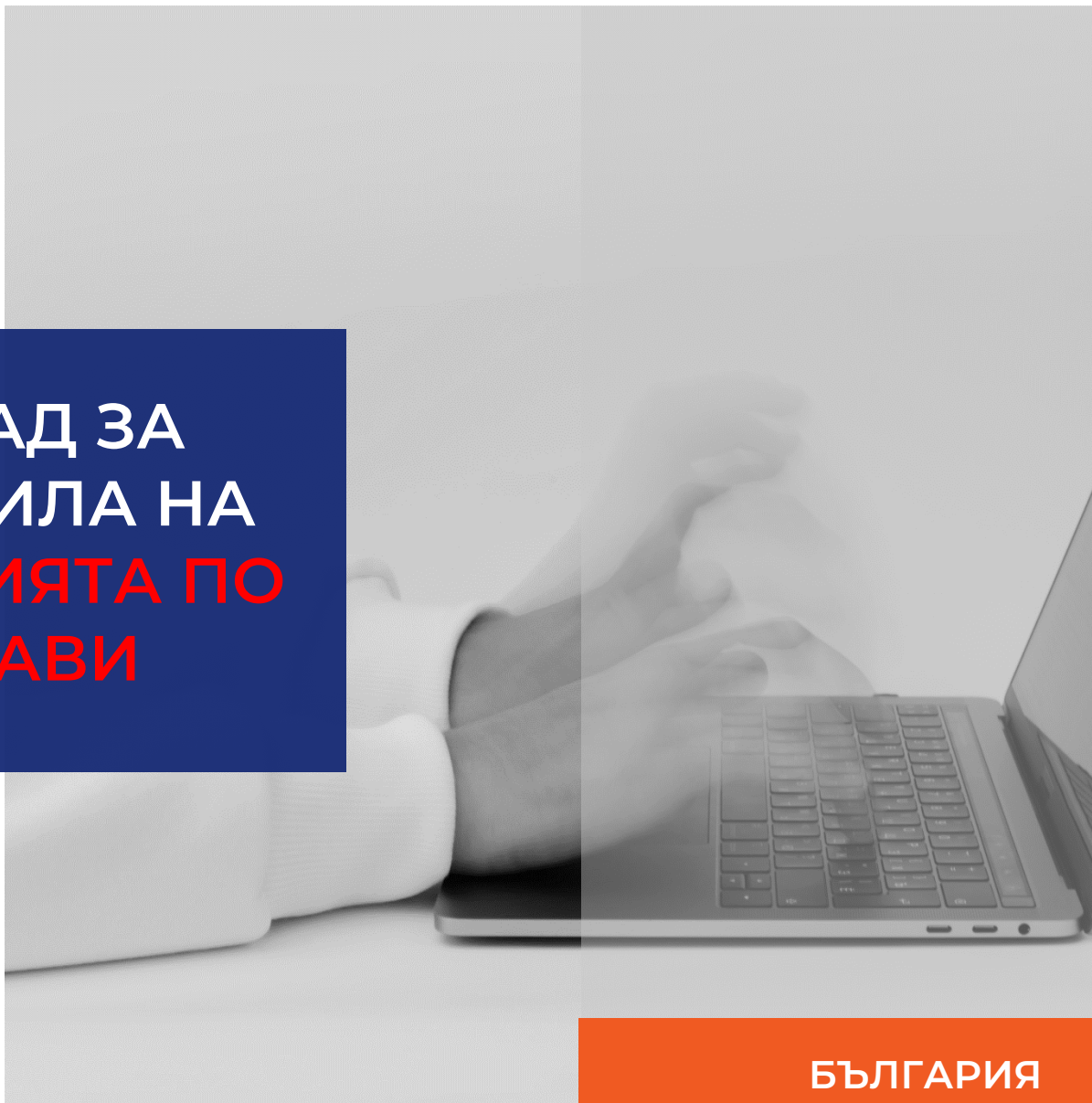


02/24

**ДОКЛАД ЗА  
ПРОФИЛА НА  
УМЕНИЯТА ПО  
ДЪРЖАВИ**



**БЪЛГАРИЯ**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ.....	7
1. ОБЩИ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ФАКТИ И ДАННИ ЗА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ .....	9
1.1 ТУРИЗМЪТ – ФАКТИ И ДАННИ .....	9
1.2 ДЯЛ НА ПЪТУВАНИЯТА И ТУРИЗМА В ОБЩАТА ЗАЕТОСТ .....	14
1.3 ДИРЕКТЕН ПРИНОС НА ТУРИЗМА В БВП ЗА СЛЕДВАЩИТЕ 10 ГОДИНИ .....	14
1.4 ДИРЕКТЕН ПРИНОС НА ТУРИЗМА В ОБЩАТА ЗАЕТОСТ ПРЕЗ СЛЕДВАЩИТЕ 10 ГОД.....	15
1.5 ОСНОВНИ АКЦЕНТИ В НАЦИОНАЛНАТА СТРАТЕГИЯ ЗА ТУРИЗЪМ .....	16
1.6 СПЕЦИФИЧНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА.....	18
2. ОБУЧЕНИЯ ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА УМЕНИЯ – ТЕКУЩО СЪСТОЯНИЕ .....	20
2.1 ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ .....	23
2.2 ЗЕЛЕНИ УМЕНИЯ .....	29
2.3 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УМЕНИЯ.....	33
3. РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕТО .....	36
3.1 ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ.....	37
3.2 ЗЕЛЕНИ УМЕНИЯ .....	41
3.3 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УМЕНИЯ.....	44
4. РЕЗУЛТАТИ ОТ ИНТЕРВЮТА С ЕКСПЕРТИ .....	47
4.1 БЪДЕЩЕТО НА ТУРИЗМА И ЗАЕТОСТТА В СЕКТОРА .....	48
4.2 ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ.....	61
4.3 ЗЕЛЕНИ УМЕНИЯ.....	67
4.4 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УМЕНИЯ.....	71
4.5 ПРОФИЛ НА УМЕНИЯТА - ОБОБЩЕНИЕ.....	75
5. ДОБРИ ПРАКТИКИ .....	78

5.1 Добри практики: TOP Rent-a-car, България.....	79
5.2 Добри практики: Sun Spree Academy, София .....	83
5.3 Добри практики: Верига ресторанти „Старият чинар“ .....	87
5.4 Добри практики: SLS Consulting Ltd.....	92
5.5 Добри практики: Chef & Gastro - образователна платформа .....	96
PANTOUR .....	100
БИБЛИОГРАФИЯ .....	102
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	105



## ОБЩ ПРЕГЛЕД

България е добре известна със своя активен морски туризъм, но едновременно с това притежава и сериозен потенциал за развитие на зимен, културен и спа туризъм. Туристическата индустрия в България генерира значителен дял от БВП на страната и общата трудова заетост, демонстрирайки устойчивост и бързо възстановяване след пандемията. Богатото културно наследство и природните забележителности на страната заедно със статута ѝ на целогодишна дестинация допринасят за нейната туристическа привлекателност.



*Страна с богато  
културно  
наследство и  
природни  
забележителности*

Според Световния съвет за пътувания и туризъм (WTTC) (2022) директният принос на индустрията за пътувания и туризъм в БВП на България за 2021 г. е 6 537,8 млн. лв. (3 953,2 млн. долара), което представлява 4,9% от БВП на страната за същия период. През 2022 г. България е посрещнала 10 887 952 посетители, като 5 352 690 от тях са били от ЕС (НСИ, 2023).

Първичното проучване, проведено в България сред професионалисти в туризма, мениджъри по човешки ресурси и ръководители, изследва разликата между нивата на текущите и бъдещите умения в туристическата индустрия, акцентирайки върху дигитални, зелени и социално-културни умения. Събрани са общо 131 отговора от различни сектори на туризма, които предоставят задълбочена информация относно текущите компетентности и бъдещите нужди на трудовия пазар.

В отговорите си участниците в проучването потвърждават наличието на висока компетентност по отношение на основните дигитални приложения и дигиталния маркетинг, но идентифицират значителни пропуски по отношение на по-напреднали технологии като изкуствен интелект, виртуална реалност (VR), разширена реалност (AR) и роботика. Най-слабо развити са уменията за използване на дигитални технологии за създаване на туристически преживявания. Зелените умения са най-слабо развити, което изтъква необходимостта от целенасочено обучение в тази област. Проучването разкри високи текущи нива на компетентност за ефективната комуникация и обслужване на клиенти. В същото време бяха установени пропуски в чуждоезиковите умения и способността за адаптиране към промени, което подчертава значението на тези умения в контекста на бъдещите нужди на туристическия сектор.

Интервютата с експерти предоставят по-задълбочена информация относно развитието на трудовия пазар и уменията в туризма. Резултатите разкриват динамична промяна в туристическата индустрия на България, подчертавайки необходимостта от цялостен подход към развитието на умения. Това включва внедряването на дигитални технологии, подобряването на зелените практики и развитието на социално-културни компетентности, за да се гарантира устойчивостта и приспособимостта на сектора с оглед на бъдещи предизвикателства.

Добрите практики, установени при проучването, включват иновативни програми за обучение и партньорства, насочени към преодоляване на дефицитите в уменията. Тези инициативи подчертават значението на

продължаващото обучение, способността за адаптация и внедряването на технологии в туристическите дейности, очертавайки пътя за развитие и конкурентоспособност на българската туристическа индустрия в бъдеще.





# ВЪВЕДЕНИЕ

Проектът Erasmus+ PANTOUR се реализира от европейски консорциум, фокусиран върху усъвършенстване на сътрудничеството и ползотворното взаимодействие между образованието и индустрията. PANTOUR е развит като последващ проект на NTG (Алианс за умения на следващото поколение в туризма/Next Tourism Generation; 2018-2022) и има за цел да генерира иновативни решения за удовлетворяване на нуждите от умения в туризма.

Чрез получените резултати PANTOUR се стреми да подпомогне работещите в туризма, търсещите работа и безработните лица, както и работодателите, малките и средни предприятия (МСП), браншовите организации и институциите, развиващи секторните политики. По тази причина се обръща особено внимание на преквалификацията и повишаването на квалификацията на работната сила с оглед бъдещите нужди от умения. За тази цел във всяка страна-участничка в проекта се провежда проучване относно бъдещето на туризма с акцент върху различията между текущите нива на умения и бъдещите нужди от умения в туристическия сектор.

За целите на проучването е необходима актуална информация. Това е направено в *Доклада за профила на уменията по държави*: изчерпателен документ за всяка отделна държава, който предоставя задълбочен анализ на общата ситуация в туризма и свързаните умения, дефицитите в търсените умения, потребностите и капацитета на работната сила във всяка конкретна страна. Институциите, развиващи секторни политики, правителствените служители, работодателите, служителите в сектора и образователните институции могат да използват този доклад като ценен източник на информация за текущото състояние на уменията, въз основа на който да вземат информирани решения относно стратегиите за развитие на работната сила.

Целта на този доклад е да предложи изчерпателен анализ, обхващащ следните аспекти:

Обща информация за всяка държава в консорциума PANTOUR по отношение на туризма и заетостта в туризма, напр. факти и статистически данни за туристическата индустрия;

Обобщение на текущата ситуация по отношение на провежданите обучения за развитие на дигитални, зелени и социално-културни умения от страна на основни институции за образование и обучение;

Анализ на резултатите от онлайн проучването, проведено от консорциума PANTOUR сред професионалисти в туризма, мениджъри по човешки ресурси и ръководители във всяка отделна държава;

Проучване на съвременните тенденции в развитието на туризма, на заетостта в туризма и съществуващите различия между текущите нива на умения и прогнозираните нужди от умения през 2030 г.;

Описание на добри практики за развитието на дигитални, зелени и социално-културни умения в туризма с оглед повишаване на квалификацията, преквалификация и привличане и задържане на кадри (иновативни инициативи, проекти, програми, философии, инструменти, методи, идеи, решения и концепции).



# 1. ОБЩИ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ФАКТИ И ДАННИ ЗА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Основната цел на този раздел от *Доклада за профила на уменията по държави - БЪЛГАРИЯ* е да предостави обща информация и да направи анализ на текущото състояние на туризма в страната. За целта са събрани, обобщени и анализирани данни от национални източници. Анализът се основава на съществуващи онлайн източници, съдържание на курсове, доклади, резултати от съществуващи изследвания, статии и книги.

## 1.1 ТУРИЗМЪТ – ФАКТИ И ДАННИ

### *Туризмът в световен мащаб*

Туристическата индустрия е голям и сложен сектор, който обхваща много подсектори като настаняване, транспорт, туристически атракции, туристически агенции и др. Според международния статистически портал Statista (2023 [1]) общият принос на пътуванията и туризма в световната икономика през 2022 г. е бил 7.71 трилиона долара (Statista, 2022), което съставлява 7.6% от световния БВП, като това е с 5% по-малко от нивата, регистрирани преди настъпването на пандемията.

Преди пандемията пътуванията и туризмът бяха един от най-големите сектори в света и осигуряваха едно от всеки четири работни места. Очаква се годишният растеж на сектора между 2022 г. и 2023 г. да бъде 5,8%, изпреварвайки по този начин общия растеж на икономиката.

Същият източник (Statista, 2023 [2]) съобщава, че броят на международните туристически пътувания през 2022 г. в световен мащаб е бил 963 милиона.

Друго проучване на Statista (2023) показва, че след резкия спад в началото на пандемията COVID-19 глобалната заетост в сектора на пътуванията и туризма през 2022 г. се е увеличила леко в сравнение с предходната година. Въпреки увеличението броят на работните места в този сектор в световен мащаб остава под нивата от преди пандемията, възлизайки на 295 милиона през 2022 г. Според прогнозите се очаква този брой да нарасне до 320 милиона през 2023 г. и до 430 милиона през 2033 г.

### **1.1.1 Принос на пътуванията и туризма в БВП в България**

България е известна предимно като дестинация за масов морски туризъм с допълнителен потенциал за развитие на зимен, културен и спа туризъм. Най-популярните туристически райони се намират по Черноморското крайбрежие и в планините, докато здравните, спа и уелнес курортите са разпръснати из цялата страна. Благодарение на своята съхранена природа и разнообразното си културно и историческо наследство България предлага множество възможности за културен, конгресен, приключенски, селски, екологичен и къмпинг туризъм.

Според WTTC (2022) директният принос на индустрията за пътувания и туризъм в БВП на България за 2021 г. е бил 6,537.8 млн. лв. (3,953.2 млн. долара), което представлява 4.9% от БВП за същия период. Пандемията през 2020-2021 г. доведе до значителен спад на приноса на сектора в общия БВП. За сравнение през 2019 г. този дял е възлизал на 13,115.4 млн. лв. (7,930.6 млн. долара), съответстващ на 9.9% от БВП на страната за същия период. Аналогично през 2021 г. работните места в пътуванията и туризма са били 250.3 хиляди, което представлява 7.2% от общия брой работни места в страната, докато през 2019 г. този дял е бил 316.3 хиляди работни места, съответстващ на 9.0% от общия брой работни места (WTTC, 2022).

## 1.1.2 Размер и значение на подсекторите

През 2022 г. България разполага с 4031 места за настаняване, което е около 10% повече от референтната 2019 г., когато този брой е бил 3664, демонстрирайки по този начин пълното възстановяване на българската туристическа индустрия след пандемията (НСИ, 2023). Методологията за събиране на данни от Националния статистически институт на България взема предвид само местата за настаняване с повече от 10 легла.

Съществува национален *Регистър на туроператорите и туристическите агенти*, но той е твърде динамичен и не е възможно да се филтрират само действащите компании (Министерство на туризма, 2022). Същото важи и за *Регистър на заведенията за хранене и развлечения*.

България се гордее с богато културно и историческо наследство, но много от обектите се управляват от Министерството на културата и не са изцяло адаптирани за туристи. В страната има 3568 регистрирани културни и исторически обекта (Министерство на туризма, 2023) и над 1900 фестивала и културни събития (Министерство на туризма, 2023). През 2022 г. съществуват 186 регистрираните музеи, които през същата година са посрещнали 4,001,306 посетители (НСИ, 2023с). В момента България има 10 обекта, регистрирани в *Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО* (ЮНЕСКО, 2023).

България разполага и с богати природни ресурси като планини, пещери, гори, интригуващи скални образувания, минерални извори и др. Въпреки това, най-обширната и най-популярна туристическа зона безспорно е Черноморското крайбрежие с обща дължина от 378 км, от които около 130 км са пясъчни плажове. Умереният до субтропичен климат на крайбрежието, в съчетание с множество развлекателни дейности, е основа за бързото развитие на сектора за масов туризъм в периода от 1960 г. до 2000 г. Днес страната се позиционира като целогодишна дестинация, предоставяща разнообразни туристически атракции през всички сезони.

Забележка: В България има малко публикации/стратегии/програми/анализи, разработени за конкретен подсектор на туризма. Обикновено проектите/програмите са подготвени за цялата туристическа индустрия.

През 2022 г. България е посрещнала 10 887 952 посетители, като 5 352 690 от тях са от Европейския съюз (ЕС) (НСИ, 2023). Повечето от входящите туристи са от съседните страни, като лидер в това отношение е Румъния, следвана от Германия, Гърция и Полша. Още 4 434 280 души от европейски страни извън ЕС са посетили България през същата година – напр. Турция, Украйна, Сърбия и Северна Македония. Този профил на посетителите може да бъде обяснен с пандемията COVID-19, която накара хората да предпочитат пътувания до по-близки дестинации и да използват собствените си превозни средства.

През 2022 г. общият брой на реализираните нощувки достига 24 173 291, от които 12 886 955 са осъществени от чуждестранни туристи. В същата година българите, които са предпочели да пътуват в чужбина, са били 7 252 301. Основна част от тях (3 292 786) са избрали дестинации в ЕС, а по-конкретно – в Гърция, Румъния, Турция и Германия (НСИ, 2023).

### **1.1.3 Дял на различните видове транспорт (самолет, кола, влак) в туризма**

България разполага с четири международни граждански летища – София, Варна, Пловдив и Бургас. Летищата на черноморското крайбрежие (Варна и Бургас) посрещат предимно чартърни полети, обслужващи основните морски курорти Слънчев бряг, Златни пясъци, Албена, Св. Св. Константин и Елена. През последните 5 години няколко нискотарифни авиокомпании се установиха в България, което увеличи броя на полетите през цялата година и разпредели по-равномерно туристическите потоци. Повечето чуждестранни туристи пристигат в страната по въздух (предимно с чартърни полети) и с автомобил (особено туристи от съседните страни като Румъния, Гърция, Северна Македония и Турция).

Водните граници на България включват река Дунав и бреговата линия на Черно море. В страната основни центрове за морски транспорт са пристанищата във Варна и Бургас. По поречието на река Дунав се намират и няколко речни пристанища, които предлагат туристически услуги. Сред тях Русе се отличава като ключово, привличайки значителен брой круизни пасажери.

Железопътната инфраструктура в България е добре развита, въпреки че състоянието на влаковете и вагоните изисква значително подобрене. Железопътният транспорт се използва главно от местното население за ежедневно придвижване до работа и вътрешни пътувания. Пътната мрежа на страната включва автомагистрала с ограничен достъп, пътища от първи, втори и трети клас. Автобусният транспорт е добре развит и предлага експресни линии между повечето големи градове и населени места в страната, както и международни автобусни връзки до повечето европейски столици и други градове. Повечето вътрешни туристи предпочитат да използват собствените си автомобили за пътувания в страната и зад граница, особено до съседни държави като Гърция, Турция и Румъния.

#### 1.1.4 Пътувания - съотношение между български и международни туристи

Според данни от WTTC (2022) разходите, направени от международни туристи в България, са намалели от 5,461.6 млн. USD през 2019 г. (88% от общите разходи на туристите в страната) до 2,370.5 млн. USD през 2021 г. (80% от същите разходи). В същия период и разходите на българските туристи са отчели спад - от 752.2 млн. USD през 2019 г. (12% от общите разходи на туристите в страната) до 591.5 млн. USD през 2021 г. (20% от същите разходи). Въпреки това делът на разходите от вътрешен туризъм е нараснал. Това е резултат от пандемията и нарастващата тенденция за пътувания в рамките на собствената страна вместо зад граница (Ivanova et al., 2020).

В България през 2022 г. са регистрирани 10 887 952 чуждестранни посетители. От тях 39,24% са дошли за отдих и почивка, докато 11,34% са дошли по работа. Останалите 49,42% са посетили страната по друга причина (транзит, посещение на приятели и роднини и т.н.) (НСИ, 2023а).

В България повечето туристически компании са малки, микро и нано компании. В *Националният регистър на местата за настаняване* има над 22 000 регистрирани субекта, от които местата за настаняване с повече от 10 легла са малко над 4000 (НСИ, 2023а). Подобна тенденция се наблюдава и при туристическите агенции и компаниите, предлагащи разнообразни туристически услуги.

Според данни от Изпълнителната агенция за подпомагане на малките и средните предприятия в България (ИАПМСП) (2022) през 2021 г. малките и средни предприятия (МСП) в страната възлизат на 412 124, което представлява 99.81% от всички предприятия.

Най-многобройни са микропредприятията (383 592), следвани от малките (24 096) и средните (4 436). От общия брой МСП, микропредприятията заемат 93.08%, малките предприятия - 5.85%, а средните - 1.07%. В сектора за настаняване и изхранване броят на МСП през 2021 г. достига 27 161, което представлява 5.97% от всички МСП в държавата. Това е значителен спад - от 7.95% на 5.97%, обусловен от пандемията COVID-19 през периода 2020-2021 г. (ИАПМСП, 2022).

## **1.2 ДЯЛ НА ПЪТУВАНИЯТА И ТУРИЗМА В ОБЩАТА ЗАЕТОСТ**

През 2021 г. секторът на пътуванията и туризма е осигурил 250.3 хиляди работни места, което съставлява 7.2% от всички работни места в държавата. Преди пандемията от COVID-19 през 2019 г. броят на заетите в този сектор е достигал 316.3 хиляди, или 9.0% от общата заетост в страната (WTTC, 2022).

## **1.3 ДИРЕКТЕН ПРИНОС НА ТУРИЗМА В БВП ЗА СЛЕДВАЩИТЕ 10 ГОДИНИ**

COVID-19 прекъсна изключително положителната тенденция на растеж на туризма в България през последните 10 години. В момента секторът се възстановява и прогнозите сочат, че до 2023 г. трябва да достигне нивата от референтната 2019 г. Нестабилната политическа обстановка в района обаче (войната в Украйна и потоците от бежанци към страната) засега разколебава оптимистичните очаквания. Независимо от това, предвид значителния дял на туристическата индустрия в БВП, България ще продължи да развива своя туризъм през следващите десетилетия.

## 1.4 ДИРЕКТЕН ПРИНОС НА ТУРИЗМА В ОБЩАТА ЗАЕТОСТ ПРЕЗ СЛЕДВАЩИТЕ 10 ГОДИНИ

Авторите на този доклад не откриха официални правителствени прогнози относно развитието на заетостта в туризма. Авторите считат, че секторът ще продължи да бъде значим работодател в страната поради огромните инвестиции в изграждането на места за настаняване и разширението и ремонта на летищата.

Въпреки това, нарастващото търсене на работна ръка в туризма вероятно няма да бъде посрещнато от значително увеличение на предлагане на труд, поради ниската раждаемост и емиграцията, които водят до намаляване на населението и недостиг на работна ръка. Има вероятност след 10 години имигрантите в страната да представляват значителна част от заетите в туристическия сектор. Скорешни събития като войната между Украйна и Русия, както и постоянният поток от имигранти от Близкия Изток, Азия и Африка създават определен потенциал за увеличение на работната сила. Освен административните спънки като визи, разрешителни за работа, легално пребиваване и др., с които тези хора ще се сблъскат, те несъмнено ще имат нужда от специализирано обучение, за да могат ефективно да се интегрират и работят в туристическия бранш.

Обучението следва да бъде фокусирано в няколко ключови направления. На първо място са езиковите умения. Имигрантите обикновено не владеят местния език (български) и трябва да научат поне още един език (напр. английски, немски или руски), за да могат да обслужват международните туристи. Второ, тъй като повечето имигранти нямат специализирано образование в туризма или гостоприемството, те трябва да преминат през обучение за конкретните позиции, за които кандидатстват. Поради това някои краткосрочни курсове биха били изключително полезни за тях (Ivanova, 2023).



## 1.5 ОСНОВНИ АКЦЕНТИ В НАЦИОНАЛНАТА СТРАТЕГИЯ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА (2014-2030)

Основните акценти в националната стратегия за туризма са:

- Ролята на устойчивостта, дигитализацията и социалното въздействие на туризма
- Въздействието на пандемията COVID-19

В настоящия момент България насочва усилия към преосмисляне на своя имидж като евтина туристическа дестинация и се стреми да разшири своя пазарен дял. Все още туристическият сектор на страната се отличава със значителна сезонност. В същото време богатото културно наследство и природните забележителности на страната представляват потенциал, все още неизползван в максимална степен. В дългосрочен план следва да се акцентира върху развитието и активното предлагане на специализирани видове туризъм, което би компенсирало въздействието на климатичните промени върху традиционната сезонност на морския и зимния туризъм.

*Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014-2030 г.* (Министерство на туризма, 2017) очертава няколко ключови цели за бъдещото развитие на българския туризъм:

- ✓ Трансформиране на страната в целогодишна туристическа дестинация с оглед оптимално използване на ресурсите, подпомагане на икономическия растеж и равномерно разпределение на социално-културните ползи в съответствие с общата визия на Световна организация по туризъм към ООН (UNWTO).
- ✓ Въвеждане на устойчив подход в по-нататъшното развитие на туристическата индустрия чрез приобщаване на всички съществуващи и новооткрити бизнес инициативи.

Отрицателните последици от COVID-19 следва да бъдат преодолени чрез *Националния план за възстановяване и устойчивост (2022)*. Планът поставя акцент върху дигиталния преход, като усилията са съсредоточени в четири основни направления:

- (i) разгръщане на инфраструктура за широколентов интернет;
- (ii) подобряване на дигиталните умения на населението;
- (iii) ускоряване на внедряването на дигитални технологии в предприятията;
- (iv) внедряване на електронно управление и електронни услуги.

Конкретните мерки в рамките на *Националния план за възстановяване и устойчивост*, свързани с дигиталните умения, включват:

- ✓ Модернизация на образователната инфраструктура;
- ✓ Създаване на STEM центрове (за наука, технологии, инженерство и математика) и насърчаване на иновациите в образованието;
- ✓ Организиране на обучения за дигитални умения и създаване на платформа за обучение на възрастни;
- ✓ Създаване на младежки центрове (*Национален план за възстановяване и устойчивост, 2022*).

Младежките центрове следва да ангажират младежи от уязвими групи в съвместни начинания, насърчавайки споделянето на общи ценности с техни връстници. Те предоставят възможност на младите хора не само да се социализират, но и да получат насоки за своето бъдещо професионално развитие и необходимите за това умения, обучение и образование. Според *Националния план за възстановяване и устойчивост*: „Съхраняването на интереса на учениците и младежите към образованието, овладяването на нови умения, участието в общи проекти и споделянето на общи ценности с техните връстници, включително в национални и международни начинания, не само ще способства за интеграцията и социализацията на младите хора от уязвими групи на обществото, но и ще допринесе за създаването на позитивно отношение на младите хора относно тяхното развитие и успех в България.“

## 1.6 СПЕЦИФИЧНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА

Съгласно *Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014 - 2030 г.* (Министерство на туризма, 2017) страната се сблъсква със сериозни предизвикателства в управлението и развитието на човешките ресурси:

- Липса на конкретни бизнес стратегии за развитие на човешките ресурси;
- Ограничени инвестиции в развитието на персонала;
- Ограничено предлагане на обучения на фирмено и регионално ниво като езикови курсове, въвеждане на нови технологии и услуги и т.н.;
- Липса на сътрудничество между компаниите за обмен и развитие на персонала;
- Недостиг на специализиран персонал за нови и актуални позиции, за позиции на средно управленско ниво, за позиции за така наречените "рядко срещани" специалисти (в голф туризма, някои спа и уелнес процедури, масажи и др.);
- Условието за обучение в професионални области със специални изисквания към туристическата дейност все още не са установени; също така не е установено в кои области има нужда от нови професии (Министерство на туризма, 2017).

Липсва единна държавна стратегия за развитие на човешките ресурси в индустрията на пътуванията и туризма, а в общия случай интеграцията между образователните институции и индустрията е слаба. Особено значим проблем е липсата на точна оценка относно нуждите на работодателите от персонал с конкретни знания и умения.

Неотдавна създадената мрежа от Местни инициативни групи (МИГ) е класически пример за публично-частно партньорство, насочено към развитието и възраждането на отдалечените региони в страната. Особено внимание в дейността на тези групи е насочено към насърчаването на селския и агротуризма заради ключовата им роля при създаването на

работни места и финансови възможности за цялостното икономическо и социално развитие на тези райони (Национална асоциация на местните инициативни групи в България, 2018).

Според скорошен анализ на Министерството на икономиката от 2021 г. МСП обикновено предпочитат обучения, насочени конкретно към ключовите дейности на компанията. В същото време владението чужди езици и уменията в области като информационните и комуникационните технологии (ИКТ), маркетинга и продажбите, включително износа, се оценяват като полезни от по-малко от половината от МСП. Тези нагласи могат да обяснят защо нивата на професионалното обучение, ученето през целия живот и други форми на обучение в МСП в България остават значително по-ниски в сравнение със средните за ЕС 28. Липсата на адекватна и точна оценка за текущите и търсените специализирани умения е основна пречка пред МСП да придобият обективна представа относно съществуващите пропуски в уменията и да въведат ефективни стратегии за развитие на човешките ресурси. Решение на този проблем би могло да бъде създаването на онлайн инструменти за самооценка, които биха спомогнали за по-голяма обективност при оценяването на специфични умения и компетенции в МСП (Министерство на икономиката, 2020 г.).

## 2. ОБУЧЕНИЯ ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА УМЕНИЯ – ТЕКУЩО СЪСТОЯНИЕ

В този раздел е представен анализ на начините, по които се осъществява обучението за придобиване на дигитални, зелени и социално-културни умения в България. Анализът се базира на данни от национални източници.

Образованието в областта на туризма в България обхваща средното и висшето образование, както и професионалното обучение, т.е. от ниво 3 нагоре съгласно ЕКР (Европейска квалификационна рамка) / НКР (Национална квалификационна рамка). Съществуват професионални училища с профил в сектора на туризма, където учениците изучават модули, типични за туристическата индустрия – това са т.нар. професионални гимназии по туризъм (напр. Софийска професионална гимназия по туризъм, [spgt.org](http://spgt.org)). Дипломата от такива професионални училища (ниво 3 и 4 EQF/NQF) удостоверява умения, способности и компетенции за професии като сервитьор, готвач, аниматор, екскурзовод, рецепционист в хотел и др. Обучението в тези средни училища е изцяло фокусирано върху тези професионални модули.

Образованието в сферата на туризма от шесто ниво нагоре съгласно ЕКР/НКР се осъществява в университети и колежи. В България към момента функционират 14 висши училища, които предлагат специалности в областта на туризма и хотелиерството. Някои специалности имат по-широк обхват, като например *Управление на туризма, Международен туризъм и Управление на отдиха*, докато други са съсредоточени конкретно върху специфични области на индустрията, напр. *Управление на хотели, Международно управление на гостоприемството, Кетъринг, Селски и екологичен туризъм, Организация на пешеходен туризъм, Спортна*

анимация и др. Бакалавърски програми на ниво 6 се предлагат в 13 от общо 14-те висши учебни заведения, докато магистърски програми на ниво 7 са достъпни в 10 от тях. Само 7 висши училища в страната имат акредитация за провеждане на докторски програми (ниво 8) в сферата на туризма.

Професионалните колежи и центровете за професионално образование и обучение (ЦПОО) се фокусират предимно върху практически умения и знания, необходими за оперативните позиции в компаниите от сектора на туризма и хотелиерството. Според официалния държавен регистър (НАПОО, 2022) 448 ЦПОО предлагат професионални курсове в различни подсектори на туристическата индустрия. Курсовете обхващат множество умения и компетенции, отговарящи на потребностите от обучение за възрастни и актуализиране на съществуващото образование. Въпреки това съответствието с Европейската система за прехвърляне и натрупване на кредити (ECTS) по ЕКР все още е в процес на подготовка. Обучението в ЦПОО обикновено кореспондира с ниво 5 по НКР/ЕКР.

Въпреки че данните за институциите за средно и висше образование, както и за ЦПОО демонстрират наличие на множество учебни заведения, които могат да посрещнат нарастващата потребност от квалифицирани специалисти в туризма, основен проблем остава липсата на интерес към работа в сектора (Министерство на туризма, 2017). Свързаността между образователния сектор и индустрията също е ограничена, като същевременно липсва информация относно търсенето на служители с конкретни знания и умения в туризма (Министерство на туризма, 2018а). В момента България не разполага с държавна стратегия за развитие на уменията в туристическия сектор, но е установена необходимостта от национална програма за развитие на човешките ресурси в областта (Министерство на туризма, 2018б). Въпреки това вниманието в момента е фокусирано върху привличането и задържането на персонал вместо върху образование, обучение или развитие на умения (Министерство на туризма, 2018б). Министерство на туризма сключи специално споразумение с Министерството на труда и социалната политика за подобряване на

образованието и обучението за конкретни длъжности в туристическата индустрия. Целта на това споразумение да се посрещнат нуждите на индустрията и да се усъвършенстват уменията и компетенциите на заетите в туризма (Министерство на туризма, 2018б). Като консултативен орган към министъра на туризма през 2016 г. беше създаден Междуведомствен съвет за кадрите в туризма, включващ експерти от образователни институции и центрове за обучение, както и представители на туристическия бранш.



## 2.1 ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ

Развитието на дигиталните умения е заложено като приоритет в няколко държавни стратегии: *Национална програма за развитие България 2030* (Министерство на финансите, 2022), *Стратегия по заетостта на Република България 2021-2030* (CEDEFOP, 2022), *Национална програма Цифрова България 2025* (Министерство на транспорта и съобщенията, 2019), стратегията *Цифрова трансформация на България за периода 2020-2030 г.* (Министерство на транспорта и съобщенията, 2020), както и *Национална стратегия за уменията*, която се очаква да бъде финализирана скоро. Множество образователни дейности за подобряване на дигиталните умения са заложени и в *Националния план за възстановяване и устойчивост на България*.

Освен това, специален проект под наслов *Предоставяне на обучения за дигитални умения и създаване на платформа за обучение на възрастни* има за цел да обучи над 500 хиляди души през следващите 5 години (БТПП, 2022; Министерство на труда и социалната политика, 2022).

Най-големи пропуски са регистрирани при използването на дигитални технологии за създаване на преживявания за туристите.

От 2019 г. функционира националната система за оценка на компетенциите – *MyCompetence.bg*. Тази система е резултат на проект, финансиран от Европейския съюз. Проектът е насочен към повишаване на ефикасността на националните политики за оптимизиране на пазара на труда, анализиране на необходимите компетенции и умения, определяне на ключови професии, разработване на електронни платформи за обучение и др. Създадена от Българската стопанска камара (БСК), националната система за оценка на компетенциите *MyCompetence* представлява онлайн платформа за управление и развитие на човешките ресурси. Тя предоставя профили на длъжности, класификатор с описания на компетенции, инструменти за оценка, ресурси за електронно обучение и допълнителни услуги за анализ и усъвършенстване на компетенциите.

### *Университети*

Повечето висши учебни заведения, които предлагат обучение в областта на туризма и хотелиерството, включват в учебните си планове специализирани дисциплини в сферата на информационните и комуникационни технологии (ИКТ). Тези дисциплини обикновено обхващат основна компютърна грамотност и работа с най-разпространените софтуерни приложения и операционни системи (Windows, MS Office). Само няколко от тези висши учебни заведения предлагат специализирани дисциплини, свързани пряко с дигиталните умения в туризма. Такива са Висше училище по мениджмънт – Варна, което предлага дисциплината *Технологии в туризма и хотелиерството* за специализирано обучение по PMS/софтуер за управление на хотели и F&B софтуер; Колежът по туризъм към Икономически университет – Варна, който предлага дисциплината *Дигитални технологии в хотели и ресторанти*; Международното висше бизнес училище с дисциплината *Бизнес модели за дигитална трансформация*, както и Нов български университет с дисциплината *Интернет комуникации в туризма*.

### *ЦПОО и средни професионални училища*

В момента в България функционират около 900 активни ЦПОО, като приблизително половината от тях предлагат курсове, свързани с туризма, хотелиерството и пътуванията. Повечето от тези курсове са насочени към традиционни професии като хотелски мениджър, управител на ресторант, готвач, сервитьор, туристически агент и др. Анализът на учебните програми на тези курсове показва, че дигиталните умения се обхващат предимно в контекста на общата дигитална грамотност (умения за бизнес комуникация, онлайн кореспонденция и т.н.), както и чрез изучаването на специфичен софтуер за хотели (PMS, софтуер за управление на приходите) (виж Приложение 1).

Средното професионално образование се провежда в специализирани професионални училища по туризъм и хотелиерство. Те предлагат образование в сферата на хотелиерството (код 811 Управление на хотели,

F&V/готвачи, шеф-готвачи и кетъринг услуги) и в сферата на пътуванията, туризма и отдиха (код 812 Туристически водачи, туристически агенти). Учебната програма се определя централно от Министерството на образованието и науката (МОН) и се актуализира на годишна основа (МОН, 2020). Тя е задължителна за всички средни професионални училища в страната. Анализът на програмата показва, че дигиталните умения са интегрирани в модули за основна компютърна грамотност, както и в някои модули, свързани със специално оборудване и технологии в готварството и кулинарните изкуства. Във всички български средни училища се преподават умения за онлайн комуникация (електронна поща, уеб-базирана комуникация, основни офис приложения).

Някои професионални гимназии са иницирали различни обучения по дигитални умения като част от конкретни проекти (например професионалните гимназии в Плевен и Велико Търново), а в професионалната гимназия в Перник има създаден Клуб за дигитални компетенции.

#### *Други центрове за обучение*

Съществуват множество частни организации и центрове за обучение, които предлагат курсове за развиване на дигитални умения. През последните години бяха създадени различни платформи, кампании за обучение и други инициативи, насърчаващи обучението и образованието в областта на дигиталните умения, например Телерик Академия, СофтУни, Уча.се и др.

Показателно за нарастващата стойност на дигиталните умения е възникването на организации, които предоставят специализирани курсове за обучаващите в областта на дигиталните умения. От съществено значение за провеждането на качествено обучение по дигитални умения са обучаващите специалисти, които не само владеят тези умения, но и могат ефективно да ги предадат на обучаемите. Един отличен пример за курсове с фокус „обучи обучаващия“ е платформата <https://prepodavame.bg/>, която включва програми като дигитална грамотност за учители (Ivanov, 2022).

В тази връзка проектът DigiFit (<https://digitfit.eu/about>) създаде специална програма за специалистите, обучаващи в сферата на дигитални умения, насочена към създаване на здравословна среда за младежите при използване на дигиталните технологии. В контекста на дигиталната ера и широкото разпространение на дигитални технологии, балансът между добра осведоменост, самоконтрол и формиране на полезни навици при използването на дигитални технологии е важна стъпка към предотвратяване на потенциални негативни последици (DigiFit, 2022). DigiFit е проект, подкрепен финансово от програмата Еразъм+, целящ да намали отрицателните последици от зависимостта към интернет върху психичното здраве и да насърчи здравословното взаимодействие с дигиталните медии. Целта на проекта е и да подкрепи обучаващите специалисти в усилията им да помогнат на младите хора да идентифицират и намалят потенциалните негативни въздействия на дигиталната среда, както и да им предложат стратегии за пълноценно използване на положителните аспекти на интернет (DigiFit, 2022).

Друг проект, финансиран от ЕС, цели да подпомогне дигиталната трансформация чрез съвместни действия на социалните партньори за развитието на специфични дигитални умения на служителите (<https://digital.bia-bg.com/bg/project>). Основните цели са изследване на нуждите от дигитални умения в икономическите дейности, разработване на профили на дигиталните умения за ключови позиции, тестване на текущите дигитални умения на служителите чрез разработени инструменти за оценка на компетенциите и въвеждане на учебни програми за развитие на специфични дигитални умения (Българска стопанска камара, 2021).

От 1 октомври 2021 г. Асоциацията на индустриалния капитал в България (АИКБ) започна изпълнението на проекта *Развитие на дигитални умения*. Проектът на АИКБ предвижда изпълнението на девет основни дейности, насочени към идентифициране, разработване, тестване и валидиране на унифицирани профили за дигитални умения за ключови професии/позиции, разработване на секторни квалификационни рамки,

както и въвеждане на програми за обучение по дигитални умения в 13 пилотни сектора от ключово значение за българската икономика. В рамките на проекта АИКБ си е поставила за цел да разработи поне 65 унифицирани профила за дигитални умения, общо 13 пакета от тестови обучителни програми за развитие на дигитални умения и поне 4 модела за социално сътрудничество (АИКБ, 2021).

Съществуват повече от 95 бизнес инкубатора и съвместни работни пространства, концентрирани в София, Пловдив и Варна, като повечето от тях са фокусирани предимно върху наука и технологии. Няколко от тях са разположени в университети и изследователски организации, които участват в дейността на съответния инкубатор. Повечето инкубатори са създадени с финансовата подкрепа на различни европейски програми и други международни инициативи.

За съжаление, много бизнес инкубатори прекратиха своята дейност през последните две десетилетия главно поради ниско качество и ограничен обхват на предлаганите услуги, липса на финансиране, неефективно управление и т.н. (Atanasov, 2015). Само няколко инкубатора се фокусират върху фирми и стартапи в сферата на туризма. В отговор на това е иницирано създаването на мрежа от регионални бизнес инкубатори чрез проекти за развитие на трансгранични бизнес програми (Министерство на икономиката, 2021).

Обучението в областта на дигиталните умения в България в момента набира скорост. Нужда от такива умения е идентифицирана във всички икономически сектори. В резултат на това започна изпълнението на множество национални програми и проекти за развитие на тези умения. Това се отнася до образованието в туризма на ниво 4 (средно образование) и ниво 5 (професионално образование), където дигиталните умения се включват в учебните програми, фокусирани върху основни познания за работа с компютър и някои специфични софтуери за управление на

хотели/PMS. Въпреки наличието на много специализирани курсове за дигитални умения, обучението в тази област за специалистите в туризма остава ограничено.

#### Препоръки:

- Да се включат повече модули, свързани с дигиталните умения в областта на туризма както в средните професионални училища, така и в ЦПОО.
- Да се разработят курсове по общи дигитални умения, адаптирани към специфичен контекст, например в туризма и хотелиерството.
- Да се преразгледат държавните учебни програми в средните професионални училища в областта на туризма.
- Учебните програми по туризъм в университетите да бъдат обогатени с по-широк спектър от дигитални умения или поне да се увеличи осведомеността за тези умения, включително по теми като роботика, изкуствен интелект (AI), разширена реалност (AR) и виртуална реалност (VR) и тяхното използване в сферата на туризма и хотелиерството.

## 2.2 ЗЕЛЕНИ УМЕНИЯ

### *Университети*

По отношение на зелените умения, повечето университети, които предлагат специалности в областта на туризма и хотелиерството, акцентират върху устойчивостта, ефективността на ресурсите и управлението на околната среда. В Югозападния университет има отделна специалност *Устойчив туризъм*, в която по учебен план дисциплините *Екология и защита на природата в туризма и Запазване на биоразнообразието* са задължителни. В Университета за национално и световно стопанство в София има дисциплина *Екология и устойчиво развитие* в бакалавърската програма по туризъм (виж Приложение 2).

Дисциплини, свързани с устойчивост и зелени умения, са по-характерни за учебните планове на университетите, специализирани в области като хранене, технологии на храните, наука за храните или аграрни технологии, напр. Университета по хранителни технологии в Пловдив и Лесотехническият университет в София.

### *ЦПОО и средни професионални училища*

ЦПОО предлагат няколко курса, свързани с конкретни професии в туризма и хотелиерството. Учебната програма включва умения, свързани предимно със стандартите за хигиена; системата *Анализ на опасностите и контрол на критичните контролни точки* (НАССР) - задължителна за всички заведения за хранене и напитки в България; правилата за безопасност и сигурност, особено при работа с храни и напитки; ефективността на ресурсите и управлението на околната среда. Обучението по отношение на конкретни зелени умения е много слабо застъпено.

Средното професионално образование се провежда в специализирани професионални училища по туризъм и хотелиерство. Те предлагат образование в сферата на хотелиерството (код 811 Управление на хотели, F&V/готвачи, шеф-готвачи и кетъринг услуги) и в сферата на пътуванията, туризма и отдиха (код 812 Туристически водачи, туристически агенти).



Учебната програма се определя централно от МОН и се актуализира на годишна основа (МОН, 2020). Тя е задължителна за всички средни професионални училища в страната. По отношение на зелените умения, учебната програма включва няколко модула, свързани с микробиология, безопасност и първа помощ, хигиена, основни умения за справяне с пожари, извънредни ситуации, бедствия и инциденти.

В обучението все пак са застъпени определени теми, свързани с устойчивото функциониране, контрол и намаляване на хранителни отпадъци, както и защитата на околната среда. Няма отделен модул, посветен изцяло на придобиването на зелени умения и компетенции. Обикновено тези теми са включени в модулите за хигиена, безопасност и сигурност. Допълнително са включени и теми за стандарт и контрол на качеството, принципите на системата HACCP, санитарни и хигиенни изисквания към технологичното оборудване, съхранение на храни, технологични процеси, потенциални алергени, опаковане и транспортиране на хранителни продукти и др.

През последните години няколко инициативи насочиха вниманието към нуждата от зелени умения и специализирано образование по устойчивост и защита на околната среда. Обикновено тези инициативи са свързани със земеделие, доставки, административни услуги, строителство и здравни услуги. По-долу са дадени няколко примера.

GreenSkills4VET (Зелени умения за професионално образование и обучение, <https://www.greenskills4vet.eu>) е един от тези проекти. Негова основна цел е създаването на примерни учебни модули, фокусирани върху устойчивото развитие в неговите три аспекта: икономически, екологичен и социален. За примерни сектори обаче са избрани логистиката и здравеопазването. Участниците в обучението могат да натрупат необходимите знания и умения за развитие на зелени компетенции на работното място. Въпреки че проектът беше активен между 2016 г. и 2018 г., обучителните ресурси (LearnBox) продължават да бъдат налични онлайн - <https://www.greenskills4vet.eu/learnbox/language/english>, включително и на български език.

Проектът Green VET net (Зелено професионално образование и обучение, <https://ceed.bg/en/2022/02/01/greenvetnet>) е новосъздаден консорциум с участието на един български партньор. Инициативата насочва усилия към въвеждането на устойчивост в системата на професионалното образование и обучение. Тя цели укрепването на компетентностите на преподавателския състав в областта на устойчивото развитие. Проектът акцентира върху дефинирането на ключовите зелени умения и интегрирането им в учебните програми за професионално образование и обучение. Основна задача е създаването на платформа, която да подпомогне споделянето на знания и методики между обучаващите. Това улеснява идентифицирането на добрите практики, чрез които професионалното образование и обучение могат да допринесат за устойчиво развитие на работната среда и да насърчат зелената трансформация.

CloudEARTH*i* (<https://cloudearthi.com>) е инициатива, обединяваща серия от проекти с фокус върху разработването на иновативен потенциал за прилагане на големи данни в областите на екологията, устойчивостта и кръговата икономика. Инициативата предвижда създаването на дигитална платформа, която да предлага курсове, фокусирани върху дигитални иновации и изкуствен интелект, както и върху науките за Земята и екологията (AccessEARTH, <https://cloudearthi.com/accessearth>).

*Националният план за възстановяване и устойчивост* поставя фокус върху балансираното управление на природните ресурси с оглед на настоящите потребности на икономиката и обществото, като същевременно гарантира екологична устойчивост в дългосрочен план - 37% от средствата на плана са насочени към постигането на тези цели (Национален план за възстановяване и устойчивост, 2022).

### *Изводи:*

В България обучението в областта на зелените умения все още е на ранен етап на развитие. Множество проекти и инициативи се опитват да насочат вниманието на бизнеса - на частни и държавни институции - към идеите за устойчивост, зелено развитие и кръгова икономика. В този контекст се очаква в близките години значително да нарасне интересът и търсенето на образование и обучение в сферата на зелените умения.

### *Препоръки:*

- Обучение на бизнеса относно реалните ползи от устойчиво развитие и свързаната с това критичната нужда от зелени умения както при управленския персонал, така и при служителите.
- Включване на специализирани модули, насочени към защита на околната среда и биоразнообразието, насърчаване на устойчивостта и др. в образователните програми на средните и висшите учебни заведения.
- Организиране на специфични практически занятия за илюстриране на важността на зелените умения още от най-ранна възраст в училищата и детските градини.
- Повишаване на информираността на туристическия бизнес относно принципите на устойчивост и кръгова икономика.

## 2.3 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УМЕНИЯ

### *Университети*

В университетските специалности по туризъм и хотелиерство социално-културните умения обикновено се изучават в избираемите дисциплини. Софийският университет предлага дисциплините *Психология, Философия, История на изкуствата, Културна география на Европа, Грижа за клиента, Бизнес комуникации, Психология на потребителя*. Икономическият университет във Варна предлага дисциплините *Социална психология в туризма, Грижа за клиента, Култура и цивилизации, Български фолклор и етнография, Управление на услуги в туризма*. Югозападният университет има дисциплини като *Културен туризъм, Световно културно наследство, Умения за преговори в туризма, Бизнес комуникации*. Университетът за национално и световно стопанство предлага дисциплините *Социална психология и поведение на туриста, Културен туризъм*. В учебните програми на почти всички университети е включена поне една дисциплина, посветена на бизнес комуникациите, която покрива голяма част от социалните и меките умения (вж. Приложение 3).

### *ЦПОО и средни професионални училища*

На това образователно ниво модулите за социално-културни умения са слабо застъпени. Обхващат се теми за планиране, организация, провеждане и управление на специални събития в туризма, идентифициране на определени тенденции в индустрията, маркетингови стратегии за промоция и популяризиране на специални събития, както и обслужване и грижа за клиента. В модули, специфични за управлението на човешките ресурси, се включват и теми, касаещи социалната психология, стандартите за обслужване, комуникативните умения, личностното и кариерно развитие, социалните инициативи при организацията на събития, създаването на социални програми, корпоративната култура и корпоративната социална отговорност. Въпреки това посочените социално-културни умения обикновено се включват като част от съдържанието на различни модули, а не като самостоятелни курсове.

Поради това в процеса на обучение много често социално-културните умения се пренебрегват в полза на развитието на технически знания и умения.

#### *Други центрове за обучение*

Проектът ESSENCE (Развитие на меки умения за насърчаване на конкурентоспособността и заетостта, <https://projectessence.eu>) има за цел да подобри перспективите за работа на обучаващите се във висшите учебни заведения чрез развиване на меки умения. Проектът се стреми в пълна степен да приобщи студентите към пазара на труда, като им предлага варианти за професионално развитие, които надграждат заложените в традиционното висше образование. За целта курсовете, предлагани по проекта, развиват най-търсените от работодателите меки умения и отговарят на изискванията на предприемачи и специалисти по подбор на персонал.

CIT4VET - отворен онлайн каталог с инструменти за межкултурно обучение в сферата на професионалното образование и обучение (<https://cit4vet.erasmus.site>) отговаря на нуждата от межкултурни компетенции в обучението в тази сфера. Проектът, реализиран от консорциум от партньори от България, Германия, Ирландия, Италия, Нидерландия и Полша, подпомага усъвършенстването на уменията за межкултурно обучение. Проектът предоставя онлайн каталог с леснодостъпни межкултурни ресурси за работа с културно различни групи, материали за межкултурно обучение за самоподготовка или за използване в обучителни сесии, както и наръчник за потребителя, включващ и речник с основни понятия.

#### *Изводи*

Въпреки широкото признание относно важността на социално-културните умения, е учудващо колко малко обучения и модули са строго фокусирани върху развитието на тези умения. Университетите, за разлика от средните училища и ЦППО, предлагат по-обширно съдържание, свързано с межкултурни комуникации и умения. Средните училища и ЦППО

акцентират върху специфичните технически умения, необходими за професията, оставяйки социално-културните умения на заден план. Една от причините е сравнително ограничените възможности за стажове и практически упражнения по време на обучението. В обучението се полага теоретичната основа за овладяване и използване на социално-културните умения, но практическото им прилагане е недостатъчно. Поради това завършващите средни училища и курсове в ЦПОО нямат добре развити социално-културните умения. Същевременно има много частни центрове за обучение, които предлагат обширен набор от обучения за придобиване на социално-културни умения, обикновено като част от корпоративни програми или по конкретни заявки от компаниите.

#### *Препоръки:*

- Да се включат в учебните програми на средните училища специални модули, посветени на социално-културни и меки умения.
- Да се акцентира върху практическото прилагане на социално-културните умения, така че учениците да могат наистина да придобият определени компетентности в тази сфера.
- Да се променят държавните стандарти за професионално образование и обучение, като в учебните програми се включат повече възможности за овладяване на социално-културни и меки умения.
- Да се стимулират туристическите компании да провеждат обучение по социално-културни и меки умения поне веднъж годишно.

### 3. РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕТО

В този раздел е направен анализ на резултатите от онлайн проучването, проведено в България сред професионалисти в туризма, мениджъри по човешки ресурси и ръководители. Целта на проучването е да се изследва разликата между текущите нива на зелени, социално-културни и дигитални умения в туристическата индустрия и прогнозните умения, необходими през 2030 г., изразена чрез количествени данни при съпоставяне на съществуващите нива на уменията и бъдещите нужди.

Накратко:

- От направената анкета се извлича информация за основни тенденции, които показват как секторът оценява важността и текущото ниво на компетентност (зелени, социално-културни и дигитални умения) и какви са очакванията и изискванията към необходимите бъдещи умения на заетите в сектора.
- Представени са подробно обяснение и анализ на получените резултати.
- Посочват се разликите при сравнение на текущото и необходимото бъдещо ниво на владеене на зелени, социално-културни и дигитални умения, като се акцентира върху добре или отлично овладени умения, конкретни пропуски в уменията и области със значителни слабости.

Общ бройна получени отговори - България	131 (включително категория 'Други' = 26)
Брой на отговорите по туристически подсектори:	
Организации за управление на дестинации (ДМО):	5
Хотели и места за настаняване:	51
Ресторанти и F&B:	5
Туристически атракции:	13
Туроператори и туристически агенти:	31

## 3.1 ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ

### Дигитални умения

Текущо ниво на компетентност	<p>Най-високо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 3.79 (Използване на офис приложения (обработка на текст, електронни таблици, софтуер за презентации))</li><li>2. 3.58 (Използване на системи за дигитален маркетинг и комуникационни платформи (социални медийни мрежи, системи за електронна поща и директен маркетинг, системи за управление на съдържанието))</li><li>3. 3.44 (Дигитална поверителност и етика)</li><li>4. 3.27 (Сигурна обработка на информация (архивиране, киберсигурност, защита на данните))</li><li>5. 2.89 (Дигитален бизнес анализ, бизнес разузнаване, вземане на решения, базирани на данни)</li></ol>
Необходимо бъдещо ниво на компетентност през 2030 г.	<p>Най-ниско:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 1.35 (Използване на работи)</li><li>2. 1.5 (Използване на приложения с генеративен Изкуствен Интелект(ИИ)/AI приложения (напр. ChatGPT, Midjourney, DALL-E и др.) за създаване на текст, съдържание и визуализации)</li><li>3. 1.64 (Използване на дигитални технологии за създаване на преживявания на гости (напр. за виртуална и разширена реалност))</li><li>4. 2.34 (Разработка и програмиране на уеб приложения)</li></ol> <hr/> <p>Най-необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 4.8 (Използване на офис приложения (обработка на текст, електронни таблици, софтуер за презентации))</li><li>2. 4.79 (Използване на системи за дигитален маркетинг и комуникационни платформи (социални медийни мрежи, системи за електронна поща и директен маркетинг, системи за управление на съдържанието))</li><li>3. 4.68 (Дигитална поверителност и етика)</li><li>4. 4.68 (Сигурна обработка на информация (архивиране, киберсигурност, защита на данните))</li></ol>



---

5. 4.54 (Дигитален бизнес анализ, бизнес разузнаване, вземане на решения, базирани на данни)

Най-малко необходимо:

1. 3.02 (Използване на работи)
2. 3.35 (Използване на приложения с генеративен Изкуствен Интелект(ИИ)/AI приложения (напр. ChatGPT, Midjourney, DALL-E и др.) за създаване на текст, съдържание и визуализации)
3. 3.61 (Използване на дигитални технологии за създаване на преживявания на гости (напр. за виртуална и разширена реалност))
4. 4.03 (Разработка и програмиране на уеб приложения)

---

Най-голяма разлика:

1. разлика=1.97, разлика%=120% (Използване на дигитални технологии за създаване на преживявания на гости (напр. за виртуална и разширена реалност))
2. разлика=1.85, разлика%=123% (Използване на приложения с генеративен Изкуствен Интелект(ИИ)/AI приложения (напр. ChatGPT, Midjourney, DALL-E и др.) за създаване на текст, съдържание и визуализации)
3. разлика=1.69, разлика%=72% (Разработка и програмиране на уеб приложения)
4. разлика=1.67, разлика%=124% (Използване на работи)
5. разлика=1.65, разлика%=57% (Дигитален бизнес анализ, бизнес разузнаване, вземане на решения, базирани на данни)

Разлика между текущо ниво на компетентност и необходимо бъдещо ниво на компетентност през 2030 г.

Най-малка разлика:

1. разлика=1.01, разлика%=27% (Използване на офис приложения (обработка на текст, електронни таблици, софтуер за презентации))
  2. разлика=1.21, разлика%=34% (Използване на системи за дигитален маркетинг и комуникационни платформи (социални медийни мрежи, системи за електронна поща и директен маркетинг, системи за управление на съдържанието))
  3. разлика=1.24, разлика%=36% (Дигитална поверителност и етика)
-

---

4. разлика=1.41, разлика%=43% (Сигурна обработка на информация (архивиране, киберсигурност, защита на данните))

---

Българските респонденти считат, че служителите в техните компании в момента се справят най-добре с дигиталните технологии като офис приложения (обработка на текст, електронни таблици, софтуер за презентации) и със системите за дигитален маркетинг и комуникационните платформи (социални медийни мрежи, системи за електронна поща и директен маркетинг, системи за управление на съдържанието). В същото време уменията за Използване на приложения за генеративен ИИ (средно аритметично = 1.5), за Използване на роботи (средно аритметично = 1.35) и за Създаване на преживявания за гостите с помощта на дигитални технологии (например AR/VR) (средно аритметично = 1.64) са най-слабо развитите умения в компаниите в областта на туризма и хотелиерството.

Резултатите относно текущата компетентност в уменията не са изненадващи, тъй като офис приложенията, социалните медии, електронната поща и други подобни технологии се използват активно от служителите в туризма и хотелиерството за служебни и лични цели, докато роботите, генеративният изкуствен интелект, AR/VR и други по-сложни технологии все още предстои да намерят по-широко приложение в туристическата индустрия в страната. Малко са хотелите и ресторантите като Best Western Premier на летище София (HoReWeek, 2019) и ресторант Тюленово (ProNews, Добрич, 2023), които вече използват роботи. Само няколко са туристическите атракции като Мадарския конник, които предлагат на своите гости VR преживявания (Стандарт Нюз, 2018). Генеративният изкуствен интелект, който позволява създаването на текст, изображения и видео съдържание, стана широко достъпен и икономически изгоден само няколко месеца преди провеждането на анкетата, което обяснява защо много компании

все още не разполагат с необходимите умения и знания в тази сфера (Carvalho & Ivanov, 2023).

Същите умения се оценяват като съответно най-важни и най-маловажни, когато става въпрос за изискваните бъдещи нива на компетентност. Въпреки това трябва да се отбележи, че изискваните бъдещи нива на компетентност са значително по-високи за всички умения, като абсолютните разлики варират между 1.01 и 1.97 по петстепенната скала. Отговорите показват разбиране от страна на анкетираните, че дигитализацията ще играе ключова роля в бъдещето на туризма, което налага туристическите компании да търсят служители с подходящите дигитални компетенции.

Не е изненадващо, че най-малките абсолютни и относителни разлики между изискванията към текущи и бъдещи нива на компетентност се отнасят за уменията за използването на офис приложения (разлика=1.01, разлика в проценти=27%) и уменията за използване на системи за дигитален маркетинг и комуникационни платформи (разлика=1.21, разлика в проценти=34%), за които анкетираните отчитат най-висока настояща компетентност. Най-големите относителни (процентни) разлики се наблюдават при използването на дигитални технологии за създаване на преживявания за гостите (напр., AR/VR) (абсолютна разлика=1.97, относителна разлика=120%), използването на роботи (абсолютна разлика=1.67, относителна разлика=124%) и използването на приложения за генеративен ИИ (абсолютна разлика=1.85, относителна разлика=123%) – това са уменията с най-ниско текущо ниво на владение. Трябва да се отбележи, че анкетираните разбират, че текущите им умения са недостатъчни в сферата на дигиталния бизнес анализ, бизнес разузнаването и вземането на решения въз основа на данни (абсолютна разлика=1.65, относителна разлика= 57%), като в същото време осъзнават важността на тези умения за бъдещето и потребността от подходящо обучение.

## 3.2 ЗЕЛЕНИ УМЕНИЯ

### Зелени умения

Текущо ниво на компетентност	<p>Най-високо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 2.98 (<i>Разбиране на законите и разпоредбите за околната среда</i>)</li><li>2. 2.92 (<i>Ефективно използване на ресурси (напр. енергия, вода, намаляване на отпадъците)</i>)</li><li>3. 2.89 (<i>Популяризиране и насърчаване на устойчиви практики сред гостите</i>)</li><li>4. 2.6 (<i>Измерване и управление на отпадъците</i>)</li><li>5. 2.59 (<i>Популяризиране усилията на организацията към зелена икономика</i>)</li></ol>
	<p>Най-ниско:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 2.02 (<i>Зелени доставки и екологизиране на веригата за доставки (работа с екологични доставчици)</i>)</li><li>2. 2.11 (<i>Използване на технологии за ускоряване на зеления преход</i>)</li><li>3. 2.22 (<i>Управление на емисиите на CO<sub>2</sub></i>)</li><li>4. 2.31 (<i>Зелен маркетинг и разработване на продукти</i>)</li><li>5. 2.37 (<i>Приемане на екологични сертификати и системи за управление</i>)</li></ol>
Необходимо бъдещо ниво на компетентност през 2030 г.	<p>Най-необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 4.47 (<i>Популяризиране и насърчаване на устойчиви практики сред гостите</i>)</li><li>2. 4.44 (<i>Ефективно използване на ресурси (напр. енергия, вода, намаляване на отпадъците)</i>)</li><li>3. 4.29 (<i>Разбиране на законите и разпоредбите за околната среда</i>)</li><li>4. 4.27 (<i>Популяризиране усилията на организацията към зелена икономика</i>)</li><li>5. 4.24 (<i>Измерване и управление на отпадъците</i>)</li></ol>
	<p>Най-малко необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 3.88 (<i>Зелени доставки и екологизиране на веригата за доставки (работа с екологични доставчици)</i>)</li><li>2. 4.01 (<i>Приемане на екологични сертификати и системи за управление</i>)</li><li>3. 4.02 (<i>Зелен маркетинг и разработване на продукти</i>)</li><li>4. 4.04 (<i>Управление на емисиите на CO<sub>2</sub></i>)</li><li>5. 4.05 (<i>Използване на технологии за ускоряване на зеления преход</i>)</li></ol>

---

Разлика между текущо ниво на компетентност и необходимо бъдещо ниво на компетентност през 2030 г.

Най-голяма разлика:

1. разлика=1.94, разлика%=92% (*Използване на технологии за ускоряване на зеления преход*)
2. разлика=1.86, разлика%=92% (*Зелени доставки и екологизиране на веригата за доставки (работа с екологични доставчици)*)
3. разлика=1.82, разлика%=82% (*Управление на емисиите на CO<sub>2</sub>*)
4. разлика=1.71, разлика%=74% (*Зелен маркетинг и разработване на продукти*)
5. разлика=1.68, разлика%=65% (*Популяризиране усилията на организацията към зелена икономика*)

Най-малка разлика:

1. разлика=1.31, разлика%=44% (*Разбиране на законите и разпоредбите за околната среда*)
  2. разлика=1.52, разлика%=52% (*Ефективно използване на ресурси (напр. енергия, вода, намаляване на отпадъците)*)
  3. разлика=1.58, разлика%=55% (*Популяризиране и насърчаване на устойчиви практики сред гостите*)
  4. разлика=1.64, разлика%=63% (*Измерване и управление на отпадъците*)
  5. разлика=1.64, разлика%=69% (*Приемане на екологични сертификати и системи за управление*)
- 

Емпиричните резултати от анкетата ясно показват, че зелените умения са най-слабо развитите умения в компаниите в сектора на туризма и хотелиерството в България - средното текущо ниво на владеене на уменията е само 2.50 по петстепенната скала. Най-добре развитите зелени умения са свързани с *Разбиране на законите и разпоредбите за околната среда* ( $m=2.98$ ), *Ефективно използване на ресурси* (напр. енергия, вода, намаляване на отпадъците) ( $m=2.92$ ) и *Популяризирането и насърчаването на устойчиви практики сред гостите* ( $m=2.89$ ). В същото време анкетиранията са посочили най-ниско ниво на уменията за *Зелени доставки и екологизиране на веригата за доставки (работа с екологични доставчици)* ( $m=2.02$ ), *Използване на технологии за ускоряване на зеления преход* ( $m=2.11$ ) и *Управление на емисиите на CO<sub>2</sub>* ( $m=2.22$ ). Причината за този резултат вероятно е задължителният характер на екологичното законодателство и икономическите ефекти при спестяването на ресурси и прилагане на устойчиви практики от страна на гостите, като този извод е

подкрепен както от данните от качествения анализ, направен в това изследване, така и от предходни проучвания (Ivanova, Ivanov and Petkova, 2021). Става ясно, че мениджърите и собствениците в туризма и хотелиерството са мотивирани от законови и икономически съображения да стимулират развитието на тези умения.

Както и в случая с дигиталните умения, анкетиранияте съобщават, че необходимото бъдещо ниво на компетентност за всяко от зелените умения трябва да бъде значително по-високо от текущото. Най-добре овладените към момента три умения [*Разбиране на законите и разпоредбите за околната среда, Ефективно използване на ресурси (напр. енергия, вода, намаляване на отпадъците)* и *Популяризиране и насърчаване на устойчиви практики сред гостите*] се считат за най-важни за бъдещето със средни стойности съответно 4.47, 4.44 и 4.29. В същото време бъдещата необходимост от умения, свързани със *Зелени доставки и екологизиране на веригата за доставки (работа с екологични доставчици)* ( $m=3.88$ ), се оценява като най-маловажна. Анкетиранияте признават, че тяхното текущо ниво на владение на зелени умения значително отстъпва в сравнение с необходимото бъдещо ниво, което се доказва от значителните разлики при обобщаване на резултатите. Трите умения с най-високо текущо ниво на компетентност са уменията с най-ниски разлики в тази категория (както в абсолютни, така и в относителни стойности), докато трите умения с най-ниско текущо ниво на компетентност са уменията с най-високи разлики в тази категория (както в абсолютни, така и в относителни стойности). В заключение, въпреки че зелените умения в момента са недостатъчно развити в българския туристически сектор, участниците в проучването подчертават значението им за бъдещето на индустрията.

### 3.3 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УМЕНИЯ

#### Социално-културни умения

Текущо ниво на компетентност	<p>Най-високо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 3.96 (<i>Ефективна комуникация с гости и колеги</i>)</li><li>2. 3.95 (<i>Ефективна комуникация с хора от различен културен и социален произход</i>)</li><li>3. 3.91 (<i>Осигуряване на отлично обслужване на клиентите</i>)</li><li>4. 3.82 (<i>Разбиране на културата на собствената дестинация и споделяне на тази информация с гостите</i>)</li></ol> <p>Най-ниско:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 3.13 (<i>Ефективна комуникация с гостите на техния роден език</i>)</li><li>2. 3.61 (<i>Подкрепа за разнообразието, равенството и приобщаването</i>)</li><li>3. 3.77 (<i>Разрешаване на конфликти</i>)</li><li>4. 3.78 (<i>Приспособимост към промени и справяне с неочаквани ситуации</i>)</li><li>5. 3.79 (<i>Ефективна работа в екип</i>)</li></ol>
Необходимо бъдещо ниво на компетентност през 2030 г.	<p>Най-необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 4.85 (<i>Ефективна комуникация с гости и колеги</i>)</li><li>2. 4.83 (<i>Осигуряване на отлично обслужване на клиентите</i>)</li><li>3. 4.82 (<i>Ефективна работа в екип</i>)</li><li>4. 4.82 (<i>Разрешаване на конфликти</i>)</li><li>5. 4.81 (<i>Ефективна комуникация с хора от различен културен и социален произход</i>)</li></ol> <p>Най-малко необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 4.34 (<i>Ефективна комуникация с гостите на техния роден език</i>)</li><li>2. 4.53 (<i>Подкрепа за разнообразието, равенството и приобщаването</i>)</li><li>3. 4.74 (<i>Разбиране на културата на собствената дестинация и споделяне на тази информация с гостите</i>)</li><li>4. 4.8 (<i>Приспособимост към промени и справяне с неочаквани ситуации</i>)</li></ol>
Разлика между текущо ниво на компетентност и необходимо бъдещо ниво на компетентност през 2030 г.	<p>Най-голяма разлика:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. разлика=1.21, разлика%=39% (<i>Ефективна комуникация с гостите на техния роден език</i>)</li><li>2. разлика=1.05, разлика%=28% (<i>Разрешаване на конфликти</i>)</li><li>3. разлика=1.03, разлика%=27% (<i>Ефективна работа в екип</i>)</li><li>4. разлика=1.02, разлика%=27% (<i>Приспособимост към промени и справяне с неочаквани ситуации</i>)</li></ol>

---

Най-малка разлика:

1. разлика=0.86, разлика%=22% (*Ефективна комуникация с хора от различен културен и социален произход*)
  2. разлика=0.89, разлика%=22% (*Ефективна комуникация с гости и колеги*)
  3. разлика=0.92, разлика%=24% (*Разбиране на културата на собствената дестинация и споделяне на тази информация с гостите*)
  4. разлика=0.92, разлика%=24% (*Осигуряване на отлично обслужване на клиентите*)
  5. разлика=0.92, разлика%=25% (*Подкрепа за разнообразието, равенството и приобщаването*)
- 

Изглежда, че социално-културните умения са най-добре развитите умения в компаниите в туризма и хотелиерството. Тяхното средно текущо ниво на компетентност е значително по-високо в сравнение с нивото на зелените и дигиталните умения. Това вероятно се дължи на факта, че туризмът се възприема като „бизнес за хората“ (Ivanov & Webster, 2019) и социално-културните умения, свързани с взаимодействието с други хора (клиенти, служители, колеги), са от решаващо значение. Ето защо не е изненадващо, че най-високото текущо ниво на компетентност се съобщава за уменията, свързани с *Ефективна комуникация с гости и колеги* ( $m=3.96$ ) и *Ефективна комуникация с хора от различен културен и социален произход* ( $m=3.95$ ). Разнообразният профил на туристите, които посещават България (НСИ, 2023 г.) и широката гама от езици, които те говорят, може да обясни защо способността за ефективна комуникация с гостите на техния роден език е оценена като най-слабо развитото умение в компаниите за туризъм и хотелиерство. Обикновено хотелите и ресторантите в страната предоставят информация и менюта на български и английски език, докато обслужването на други езици (например руски, немски, френски, румънски, иврит, полски и др.) се предлага в зависимост от целевите пазарни сегменти на компаниите.



При анализа на необходимите бъдещи нива на социално-културни умения отново се забелязва, че оценките са значително по-високи в сравнение със зелените и дигиталните умения (средно 4.73 по петстепенната скала). Следователно анкетираниите считат, че социално-културните умения ще продължат да бъдат най-важни за техните компании и в бъдеще. Освен това повечето умения се считат за почти еднакво важни - както показва таблицата, необходимите бъдещи нива на компетентност на топ 6 социално-културни умения са в рамките на 0.06 точки по петстепенната скала. Това означава, че абсолютните и относителните разлики също са много близки, вариращи от 0.86 (22%) за *Ефективна комуникация с хора от различен културен и социален произход* до 1.21 (39%) за *Ефективна комуникация с гостите на техния роден език*.

## 4. РЕЗУЛТАТИ ОТ ИНТЕРВЮТА С ЕКСПЕРТИ

*В този раздел са разгледани резултатите от проведените полуструктурирани интервюта със специалисти в сферата на туризма в България. Целта на проведените интервюта е да се събере по-задълбочена информация и нови идеи за тенденциите в туризма, заетостта и развитието на дигиталните, зелените и социално-културните умения в този сектор. Полуструктурираните интервюта са ефективен метод за тази цел, разкривайки в хода на разговорите нови перспективи и идеи, което допълнително обогатява информацията, предоставена от участниците в анкетата.*

Бяха проведени общо 22 интервюта с участници от петте подсектора на туризма: хотели и места за настаняване, туристически атракции, туроператори и туристически агенти, организации за управление на дестинации (ДМО), ресторанти и F&B (Таблица 1). Сред интервюираните са висши мениджъри, собственици на компании, предприемачи и ръководители на отдели. Предприятията варират от микро-/семејни фирми и МСП до по-големи хотелски вериги с повече от 150 служители.

Разпределение на респонденти по подсектори	Честота	Процент
Хотели и места за настаняване	8	36,36
Туристически атракции	3	13,64
Туроператори и туристически агенти	3	13,64
Ресторанти и F&B	3	13,64
Организации за управление на дестинации (ДМО)	2	9,09
Специални събития	1	4,55
Коли под наем (Rent-a-car)	1	4,55
Смесени (туристически атракции + хотели и места за настаняване )	1	4,55
ОБЩО	22	100,00

## 4.1 БЪДЕЩЕТО НА ТУРИЗМА И ЗАЕТОСТТА В СЕКТОРА

### 4.1.1 ВЪВЕДЕНИЕ

Няколко значими социални тенденции, които вече се открояват ясно, но чието пълно въздействие все още предстои да бъде изследвано, имат значително въздействие върху бъдещето на туризма. Демографските промени - непрекъснатото увеличаване на средната класа в световен мащаб, увеличаващият се брой на по-възрастните туристи, навлизането на туристическия пазар на млади хора, израснали в ерата на дигитализацията, както и увеличаващият се брой на туристи от Азия, предвещават появата на нови и разнообразни туристически вкусове и предпочитания. Технологичните иновации (изкуствен интелект, роботизация, виртуална и разширена реалност и т.н.) ще продължат да влияят на туризма и да трансформират бизнес моделите, работните места в туризма и туристическите преживявания. Събития като пандемията от Covid-19, здравни проблеми, миграционни потоци, икономическа нестабилност, социални трусове и военни конфликти също представляват фактори, които ще оказват влияние върху туризма. Същевременно преминаването към по-устойчиви практики в потреблението, производството и туризма продължава да е широко обсъждана тема.

С оглед тенденциите на трудовата заетост, туристическият бранш се отличава със свои уникални особености като работа през уикендите и празниците, нестандартни работни смени, сезонна заетост и др. Тези специфични форми на заетост обхващат широк спектър от договорни условия (временна заетост, работа на непълно работно време, наемане чрез агенция за временна заетост и други разнообразни форми на трудово-правни отношения). За да се адаптира към тези промени, туристическият сектор трябва да е готов за трансформация на дейностите в нови работни позиции, като едновременно с това направи тези позиции атрактивни за бъдещите служители, предоставяйки им възможности за кариерно развитие.

Целта на този раздел е да предостави общо разбиране относно идеите на участниците в интервютата по отношение на развитието на туристическия сектор, заетостта в туризма и появата на нови професионални профили в рамките на следващите седем години – както за туристическия сектор като цяло, така и конкретно за тяхната организация.

Въпросите, обсъдени с участниците, бяха следните:

- Как ще изглеждат секторът и Вашата организация около 2030 г.? Какви промени очаквате да настъпят във Вашия бизнес?
- Какво въздействие оказват настоящите значими тенденции и кризи (Covid-19 / здравеопазване, войната в Украйна, миграция, демография, околна среда и климат; енергетика; разходи за живот) върху заетостта във Вашата организация и как Вашата организация се справя с тези предизвикателства?
- Какви хора ще работят във Вашата организация около 2030 г.? Ще има ли значително увеличение/намаление на броя служители? По какъв начин бъдещите Ви служители ще се различават от Вашите настоящи служители?
- Как Вашата организация трансформира новите задължения на служителите в нови професионални профили?
- Описаните тенденции трансформираха начина, по който хората изпълняват своите служебни задължения. Нови концепции като работа от дома, дигитално номадство, хибридна работа, дистанционна работа, дистанционна работа от ваканционна дестинация и др. се появиха и стават все по-разпространени. Какви форми на работа се прилагат във Вашата организация и как това влияе на процеса на привличане на нови кадри?
- Как Вашата организация реагира на обществените промени, свързани с разнообразието, приобщаването и гъвкавостта при набирането на персонал?
- Какви нови професионални профили очаквате да се появят във Вашата организация през следващите седем години (до 2030 г.) и каква е причината за това? Какви нови позиции ще възникнат или ще бъдат „копирани“ от други индустрии?

#### 4.1.2 РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ИНТЕРВЮТА

Повечето от интервюираните споделят мнението, че въпреки кризите, туризмът ще продължи да се развива и ще остане един от най-важните сектори в икономиката.

##### **Успешната компания на бъдещето**

###### *Промени в сектора*

Мнозинството от интервюираните предвиждат значителни промени в своите сектори, свързани основно с демографската криза и промените в околната среда. Изненадващо голяма част от тях (представители предимно на подсекторите *F&V* и *Туристически атракции*) не очакват големи трансформации в своята област – те смятат, че промените ще засегнат предимно големите компании, докато микро- и малките предприятия няма да бъдат засегнати изобщо. Резултатите очертават няколко основни аспекта, които ще продължат да бъдат от ключово значение за успеха на туристическите компании.

###### *Нови технологии*

Развитието и прилагането на нови технологии се откроява като най-изразената тенденция, посочена от най-голям брой участници. Компаниите на бъдещето, които се стремят към устойчивост, се описват като „такива, които инвестират значително в технологични платформи, създавайки лесно достъпни и персонализирани преживявания за своите гости, като едновременно с това създават нови възможности за реализиране на приходи за своите собственици“ (заместник-генерален мениджър, международна хотелска верига).

Основна причина за внедряването на новите технологии са развиващите се потребности на клиентите. Примери от хотелиерството включват най-новите технологии за провеждане на хибридни срещи, високо-технологично оборудване в стаите за гости, в залите за срещи и събития и в общите пространства, дигитални платформи за обратна връзка от клиенти, електронни информационни и рекламни табла вместо хартиени брошури и плакати.

Някои анкетирани смятат, че след COVID-19 туристическият бизнес ще се развива по хибриден начин. Физическите пътувания ще продължат, но тъй като хората стават все по-заети и някои от тях нямат възможност да пътуват, това ще отвори път за развитието на виртуалните пътувания. Тенденцията към хибридни форми ще продължи, което ще наложи нови изисквания към дизайна на услугите.

В общи линии очакванията са свързани с нарастваща дигитализация и прехвърляне на повечето дейности (особено в работата на туристическите агенции) в онлайн среда, тъй като младите хора, за разлика от предишните поколения, се чувстват уверени в онлайн пространството и не смятат директната комуникация за толкова важна. В същото време някои анкетирани считат, че личният контакт остава критично важен в туризма и изразяват скептицизъм към внедряването на работи и автоматизацията в сектора, очаквайки, че тяхното приложение ще се ограничи основно до по-големите туристически обекти.

Всички анкетирани обаче са единодушни относно важността на човешкия фактор в сферата на хотелиерството и туризма, най-вече в контекста на преките контакти с клиентите.

#### *Дигитален маркетинг*

Компаниите, които имат силно онлайн присъствие, се възприемат като прогресивни и успешни, като се очаква този тренд да се усили в бъдеще. Дигиталният маркетинг и оптимизацията на онлайн продажбените канали ще придобият все по-голямо значение. Онлайн отзивите ще продължат да играят ключова роля в оформянето на решенията на потребителите, а уменията за управление на големи бази данни ще стават все по-търсени.

#### *Корпоративна социална отговорност*

Опазването на околната среда, което е едно от основните измерения на корпоративната социална отговорност (Dahlsrud, 2008), вече е сред главните приоритети на ЕС и тази тенденция ще се задълбочава.

Резултатите от интервютата показват, че за да бъдат успешни в бъдеще, бизнесите трябва да бъдат устойчиви и да дават приоритет на опазването на околната среда – намаляване на въглеродните емисии, рационално използване на електричество и вода и минимална употреба на пластмаса. Повечето големи хотели вече планират енергийно ефективни варианти за електрическите системи, системите за отопление и системите за вентилация и климатизация (HVAC). Планират и монтиране на душеве, спестяващи вода, преминаване към дървени ключ-карти и инсталиране на зарядни станции за електрически автомобили.

Някои от анкетираните споделят, че техните компании са ангажирани с подобряването на благосъстоянието на местната общност, главно чрез участие в социални каузи и благотворителни инициативи.

И не на последно място, корпоративната социална отговорност е свързана и с начина, по който организациите взаимодействат със заинтересованите страни, включително със служителите си (Dahlsrud, 2008). Повечето анкетирани подчертават, че благосъстоянието на техните служители е от първостепенно значение. Следващият абзац е пример за това отношение:

*Благосъстоянието на служителите ни е ценен ресурс за изграждане на значими връзки на работното място, както и за подобряване на бизнес резултатите. Ръководени от убеждението, че щастливите служители са по-ангажирани и продуктивни, ние отдаваме приоритет на общото благополучие на нашите служители. Чрез непрекъснати усилия в тази посока, ние се стремим да разберем нуждите на служителите и да подобрим тяхното благосъстояние. Редовно изпращаме анкети, с които целим да разберем и решим проблемите, пред които се изправя нашият екип.*

*(Експерт по човешки ресурси, компания за отдаване на коли под наем)*

### *Проактивни и адаптивни*

Предвид огромната динамика в сектора и бързото развитие на технологиите някои от интервюираните считат, че „само компаниите с твърди ценности и приоритети, които са гъвкави, съсредоточени върху благополучието на своите клиенти и служители и които непрекъснато търсят начини за подобрене и разширяване на своите услуги“ (Заместник-генерален мениджър, международна хотелска верига), ще постигнат успех.

### **Заетост в туризма: предизвикателства и перспективи**

Бурното развитие на технологиите, нарастващата степен на дигитализация, както и бързо променящите се политически, социални и икономически условия създават редица предизвикателства за служителите в туристическия сектор. В следващите няколко абзаца са обобщени мненията на анкетиранияте относно уменията, които ще бъдат най-важни през следващите 7 години.

### *Дигитални умения*

Предвид все по-бързото внедряване на нови технологии не е изненадващо, че дигиталните умения се посочват като важно изискване към персонала както в момента, така и в бъдеще. Както отбелязва един от анкетиранияте,

*Новите умения ще бъдат свързани предимно с дигитализацията и използването на различни технологии на всички етапи от взаимоотношенията с гостите - от получаването на запитването до тяхното заминаване. Дигитализацията ще играе все по-важна роля за определянето на бизнес успеха и устойчивостта.*

*(Собственик на къща за гости)*

### *Презентация и интерпретация*

Редица интервюирани акцентират и върху уменията за адекватно представяне на продукта, а по-специално в областта на културния туризъм – върху уменията за туристическа интерпретация. Правилната интерпретация улеснява създаването на запомнящо се преживяване и



тези умения са особено важни при работа с разнообразна аудитория. Според един от анкетиранияте, за да се достигнат някои от тези целеви групи, вероятно ще е необходимо не само придобиването на нови специфични умения, но и привличането на допълнителни експерти, напр. представители на същата възрастова група, които да могат адекватно да „преведат“ посланието. В контекста на музеите, отчитайки образователната им роля в работата с младежи и ученически групи, респондентите отчитат и значението на педагогическите умения. С цел привличане и задържане на вниманието на младежката аудитория интервюираните отчитат две ясни тенденции: необходимост от развитие на служителите в мултидисциплинарен аспект и нарастваща конкуренция с утвърдените медийни платформи като телевизия, интернет и др.

#### *Чужди езици*

Владеенето на чужди езици винаги е било от първостепенно значение в туризма и според мнението на анкетиранияте това ще продължи да бъде така и в бъдеще.

#### *Създаване на запомнящи се туристически преживявания*

От десетилетие насам в туристическия сектор се утвърди мнението, че успехът на компаниите се крие в предлагането на незабравими преживявания, а не просто на продукти. Затова не е изненадващо, че някои участници в проучването подчертават все по-нарастващото значение на уменията за създаване и организиране на уникални туристически преживявания.

#### *Креативност*

Това изглежда особено важно за туристическите атракции (в случая – музеите), които до известна степен изостават от водещите в света и Европа и трябва да се справят с нарастващата конкуренция и търсенето на по-персонализирани преживявания. Както един от респондентите посочва, освен да бъдат мотивирани и отговорни при изпълнението на своите текущи задължения, „служителите не трябва да пестят своята креативност“.

### *Професионална експертиза*

Интервюираните изтъкват значението на задълбочените знания и експертиза в два основни аспекта. От една страна, те акцентират върху значимостта на туристическите ресурси, което налага ангажирането на специалисти в областта на биоразнообразието и културното наследство. От друга страна, по-специално за туристическите агенции, подчертават необходимостта от умения за предоставяне на подробна и систематизирана информация, която клиентите не биха могли лесно да открият в интернет сами:

*Хората, владеещи чужди езици, често се възползват от безплатните градски обиколки, достъпни за туристите. Поради това е важно служителите да умеят да предложат допълнителна информация и съвети, които не се намират лесно и бързо в интернет – напр. къде са най-изгодните валутни курсове, какъв е климатът на дестинацията и др. Би било полезно служителите да имат специфични познания за отделните дестинации, което ще даде на клиентите повече увереност при техния избор.*

*(Екскурзовод в туристическа агенция)*

### *Промяна в броя на персонала*

Повечето интервюирани предвиждат намаляване на броя на служителите в бъдеще - основно поради въвеждането на нови технологии, които заместват част от работната сила. Това се възприема и като начин за преодоляване на трудностите при наемането на добре обучен и мотивиран персонал:

*Дигитализацията на процесите ще доведе до намаляване на броя на служителите в компанията. Все по-често ще заменяме човешкия фактор с машини, тъй като, за съжаление, все по-често се сблъскваме с млади хора без желание за постигане на висока професионална компетентност.*

*(Експерт по човешки ресурси, компания за отдаване на коли под наем)*

Все пак широко разпространено е мнението, че поради спецификата на туристическия сектор намаляването на броя на служителите няма да бъде драстично, тъй като личният контакт ще продължи да бъде все така

важен. Хотелиерите, ресторантьорите и туроператорите (с малки изключения) считат, че туристите ще продължат да изискват лично, приятелско отношение, въз основа на което ще продължат да правят своя избор. Прогнозите за намаляване на броя на персонала се отнасят главно до по-големите компании, докато малките, особено семейните бизнеси, не предвиждат такива промени.

### **Предизвикателства**

Въпреки предимно оптимистичните прогнози за развитието на сектора като цяло и на конкретните компании, участници в изследването, не липсват и предизвикателства.

#### *Недостатъчна подкрепа от страна на държавата*

Някои от интервюираните споделят, че не получават достатъчна подкрепа от държавните и общинските институции. Това се отнася основно за публичните предприятия (например, музеи). Основните проблеми са свързани с недостатъчно финансиране, липса на обща визия и стратегия за развитие на държавно ниво. В случая с частните компании интервюираните изразяват недоволство от лошо поддържаната инфраструктура, липсата на контрол и преустройство, недостатъчната грижа за запазване на културното наследство.

#### *Нови работни позиции*

Предвид тенденцията за въвеждане на нови технологии и нарастващата нужда от дигитални умения, някои от интервюираните смятат, че в бъдеще ще има нужда от въвеждане на съвсем нови работни позиции. Въпреки това те не могат да уточнят точно какви ще бъдат тези позиции, като някои от предположенията включват специалисти в създаването на дигитално съдържание, системни администратори и програмисти.

Създаването на незабравими туристически преживявания става все по-значим фактор и според някои от интервюираните това ще наложи създаването на специфични позиции, свързани с общото преживяване и удовлетвореността на гостите, взаимодействието с тях и контрола на качеството.

В някои ресторанти е възможно да възникне нова позиция, свързана с храненето поради нарастващите изисквания на клиентите за конкретни хранителни режими и избягване на алергени, както и поради общата тенденция за здравословно хранене.

По отношение на културните атракции (в този случай музеите) бе подчертана необходимостта от умения за интерпретация на културното наследство. Един от анкетирания смята, че в бъдеще е възможно да се появи подобна работна позиция.

#### *Сливане на съществуващи работни позиции*

Една от широко коментиранияте тенденции, която в бъдеще ще бъде ускорена от автоматизацията, е сливането на вече съществуващи позиции. В някои случаи става въпрос за консолидиране на позициите в т.нар. бекофис, а в други - за извеждане на административния персонал от офисите с оглед осъществяването на директен контакт с клиентите.

#### *Подбор на персонал*

Голяма част от респондентите споделят притесненията си, свързани с подбора на квалифициран персонал. Освен липсата на работна ръка, която налага наемането на персонал от чужбина, тревога будят и уменията на новоприетите служители. Голяма част от респондентите съобщават за липса на мотивация, нежелание за самореализация и по-ниско ниво на общи познания при новоназначените служители. Едно от решенията, които някои компании са въвели, е екстензивното вътрешно обучение и съпътстващо менторство от страна на по-опитните служители.

#### **Настоящи и потенциални клиенти**

##### *Разнообразие от целеви групи*

Предвид разнородния профил на компаниите, които респондентите представляват, профилът на техните клиенти също е доста различен. Музейните институции, които работят основно с младежи и по-възрастни посетители, планират да разширят своята аудиторията.

Една от туристическите агенции се е фокусирала върху работа с хора от третата възраст, тъй като те имат по-големи затруднения да организират пътуванията си самостоятелно. Този респондент не предвижда промени - нито в профила на своите клиенти, нито в уменията, необходими на служителите. Друга туристическа агенция, обаче, планира да се фокусира върху клиенти с по-големи финансови възможности, които говорят чужди езици и които са заинтересовани да научават нови неща за дестинацията, която посещават. Според този респондент най-важният фактор за такива клиенти не е цената, а обширните познания и професионалната експертиза на служителите.

#### *Дигитално грамотни, но в търсене на лична комуникация*

Пандемията COVID-19 оказва влияние върху хората, които пътуват – от една страна породи по-сериозни здравни опасения и съответно засили търсенето на по-безопасни начини за пътуване, от друга страна засили желанието за пряк личен контакт. Успоредно с това, както подчерта един от интервюираните, се наблюдава засилено използване на дигитални устройства и технологии:

*В последните години, и по-специално след пандемията, гостите ни претърпяха значителни промени и очаквам тази тенденция да продължи. След месеци в изолация те започнаха да обръщат много по-голямо внимание на здравето си и на баланса между работа и личен живот. Станаха по-чувствителни и търсят човешки контакт, но в същото време интернетът и дигиталните устройства са задължителна част от тяхното ежедневие и не могат да си представят живота офлайн. Те знаят, че за секунди могат да бъдат във всяка точка на света, макар и виртуално, и да се свържат с роднини, приятели и колеги по всяко време на деня. В същото време търсят професионално, но приятелско отношение, искат да бъдат възприемани като хора, а не като номера на стаи.*

*(Заместник-генерален мениджър, международна хотелска верига)*

### *Нарастване на броя на виртуалните туристи*

Пандемията породила и разнообразни форми на виртуален туризъм – от виртуални дегустации на вино до виртуални туристически обиколки и разширена реалност. Някои респонденти считат, че тази тенденция ще се засили, особено сред по-възрастните туристи, което ще повиши изискванията към нови умения и компетентности. Това се посочва и като един от бъдещите професионални профили (напр. при туристическите агенции и туристическите атракции).

Въпреки това, значителна част от респондентите (около една трета) считат, че профилът на техните клиенти няма да се промени значително.

### **Въздействието на кризите**

Последните кризи - пандемията, войната в Украйна и инфлацията - оказали негативно въздействие върху повечето компании. Най-значим бе ефектът върху работната сила – някои компании бяха принудени да съкратят част от служителите си и след това им беше трудно да ги привлекат обратно. С много усилия други компании успяха да запазят персонала си. Войната в Украйна доведе до отлив в заетостта на някои хотели. Трима от анкетираните обаче коментираха, че кризите не са оказали въздействие върху работата им.

От друга страна, COVID-19 разкри редица по-ефикасни начини за работа. Повечето от анкетираните посочват, че някои от техните служители все още прилагат хибриден модел на работа при необходимост. В много компании задачи от различно естество се изпълняват от един служител - напр. задачи, които преди пандемията са се изпълнявали от 2-3 аниматори, асистент и мениджър, сега се изпълняват от максимум 2-3 души. В един от хотелите управителят е наел един човек, който работи едновременно и на рецепцията, и в лоби бара. В случая с два съседни ресторанта, които преди са разполагали с две отделни кухни, сега те споделят обща кухня, тъй като това е по-рационално и икономично. Поради това мнозинството от управителите се ориентират към наемането на по-млади служители, които могат да бъдат обучени да изпълняват разнообразни дейности.

Друг ефект, макар и не толкова често срещан, е въвеждането на дистанционната работа. Дори след пандемията се наблюдава склонност сред служителите да работят от дома, което обаче е почти невъзможно в областта на хотелиерството, ресторантьорството и туроператорската дейност. В допълнение един от анкетиранияте (директор на музей) отбелязва, че работата от дома е по-неефективна и служителите често я възприемат като „почивка“. Гъвкавото работно време може да е подходящо за други сектори, но не и за туризма, който е силно повлиян от сезонността и климатичните условия.

<b>Потенциални нови професионални профили по сектори</b>	
Хотели и места за настаняване:	Служител за поддръжка на онлайн платформи; служител за събиране и обработка на данни, програмист
Организации за управление на дестинации (ДМО):	Специалист по дигитални технологии; психолог - грижа за психичното здраве на гостите; служител за събиране и обработка на данни; еколог – за осигуряване на устойчивост в операциите
Ресторанти и F&B:	Диетолог и нутриционист за справяне с хранителни алергии; екоратор на бюфет
Туристически атракции:	Виртуални екскурзоводи; служители с педагогически подход за обучение и работа с деца в музейна среда; техници за работа с нови технологии
Туроператори и туристически агенти:	Служители за развитие на културен туризъм – аниматори, актьори, специалисти по виртуална и разширена реалност; програмисти

## 4.2 ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ

### 4.2.1 ВЪВЕДЕНИЕ

Технологичните иновации ще продължат да оказват влияние върху туризма и да променят бизнес моделите, работните места в туризма и туристическите преживявания. Този раздел се фокусира върху дигиталните умения на бъдещето. Тези умения включват работата с компютри, софтуер, дигитално оборудване, интернет и онлайн сигурност. Това включва не само умения за работа с Microsoft Office, за изпълнение на процедури за онлайн сигурност или умения за настройка на дигитално оборудване като Wi-Fi връзки, аудиосистеми и видео оборудване, но също така и умения за графичен дизайн, компютърно програмиране, разработване на уебсайтове, работа със социални медии, мониторинг на онлайн отзиви, бизнес анализ и разузнаване, работа с големи данни, използване на изкуствен интелект и роботика (ChatGPT, Dall-E) и прилагане на дигитални технологии като виртуална и разширена реалност.

В този раздел се прави обзор на дигиталните умения, които според участващите в анкетата ще бъдат от съществено значение след около седем години.

Въпросите, обсъдени с участниците, бяха следните:

- Кои дигитални умения са важни за Вашата компания днес?
- Кои дигитални умения в момента липсват във Вашата компания?
- Колко важни ще бъдат тези умения около 2030 г.? Кои от тях ще бъдат най-важни?
- Можете ли да посочите други дигитални умения, които според вас ще бъдат критично важни в бъдеще?
- Какви промени прогнозируете, че ще бъдат необходими във Вашата организация по отношение на дигиталните умения (2030 г.)?



- Предоставя ли Вашата компания обучение или курсове за придобиване на тези умения? Ако да: какъв вид обучение; ако не: защо не?
- Ползвате ли услугите на външни организации за обучение на Вашите служители в областта на дигиталните умения? Ако да, кои са тези организации и какво обучение предлагат?
- Кой би бил най-ефективният метод на обучение за развитие на дигитални умения за Вашите служители?

#### 4.2.2 РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ИНТЕРВЮТА

Почти всички анкетирани са убедени в нарастващата роля на дигиталните умения на глобално ниво, въпреки че съществуват колебания до каква степен това ще засегне отделните компании, особено по-малките от тях. Въпреки това широко разпространено е мнението, че в рамките на следващите десет години дигиталните умения ще стават все по-важни, тъй като вече се наблюдава тенденция към автоматизация и много операции и дейности се извършват онлайн. Една от най-забележимите сфери на дигитализация са резервациите – един от интервюираните посочва, че 70% от всички резервации се правят онлайн от самите клиенти.

Уменията за работа с нови и възникващи технологии ще стават все по-важен критерий при подбора на нови служители. Както посочва един от интервюираните, дори в момента работодателите често предпочитат да наемат кандидати заради техните дигитални умения, въпреки че може да не отговарят на образователните изисквания. Дигитализацията в сферата на туризма е важна и поради факта, че улеснява връзката с клиентите, както и техния достъп до информация за продукта и неговото евентуално закупуване. В допълнение на това, дигитализацията улеснява до известна степен и комуникацията между различните отдели в дадена компания.

Въпреки това има респонденти, които не споделят това мнение и считат, че важността на дигиталните умения няма да нарасне в бъдеще:

*Младото поколение прекарва значителна част от времето си с електронни устройства и затова предполагам, че дигиталните умения след десет години няма да бъдат считани за нещо изключително. Развитието на дигитализацията протича с такава бързина, че в бъдеще всеки ще може да използва устройствата и програмите без необходимост от допълнително обучение. Затова, а също и поради недостига на работна ръка, смятам, че от служителите в бъдеще няма да се изискват специализирани дигитални умения. При подбора на кадри се фокусирам основно върху личните им качества и възможности за развитие.*

*(Генерален директор, хотел)*

### **Важни дигитални умения**

*Дигитален маркетинг, управление на социални медии и поддръжка на уебсайтове*

Управлението на социални медии и дигиталният маркетинг са дигиталните умения, които са най-често споменавани от интервюираните. По-големите компании наемат служители със съответното образование и специализация в тази област, докато в по-малките компании тези дейности се съчетават с други. Широко разпространено е мнението, че тези умения ще стават все по-важни в бъдеще. Съществена част от дигиталните умения, свързани със социалните мрежи и поддръжката на уебсайтове, е създаването на съдържание - както в текстова, така и в графична/видео форма.

*Изкуствен интелект и роботизация*

Заедно с уменията за управление на социални мрежи, другата най-често споменавана тенденция по отношение на новите технологии е автоматизацията/роботиката и изкуственият интелект.

Един от секторите, в който автоматизацията вече е навлязла осезаемо, е секторът за храни и напитки, а по-специално - кухнята. Въпреки, че личният контакт е все още предпочитан при обслужването от сервитьор, редица анкетираните вече са въвели или планират да въведат значителна автоматизация в кухненската зона.

Очакванията относно автоматизацията в кухнята са свързани не с въвеждането на работи, а с използването на специализирани машини, които ще изискват подходящо обучен персонал. От друга страна, не всички анкетирани очакват, че ще има нужда от допълнителни дигитални умения дори при въвеждането на роботизирана кухня, защото „*машините стават не по-сложни, а по-лесни за използване и изискват по-малко време за обучение*“. (Мениджър на отдел "Храни и напитки", хотел)

Някои от анкетираните изцяло отхвърлят идеята за роботизация въпреки многото предимства, като подчертават ролята на човешкия фактор: „*Не си представям работи в нашата компания - имат много положителни аспекти, но ние като управители не сме привърженици на тази идея. Туризмът е от хората за хората. Изисква се обслужване и личен контакт.*“ (Мениджър, туристическа атракция)

#### *Виртуална и разширена реалност*

Институциите за културно наследство и туристическите атракции са сред първите, внедрили технологии за виртуална и разширена реалност, но редица анкетирани от други сектори (като хотелиерство и организация на събития) също очакват скоро тези технологии да намерят място в и техните сектори.

#### *Анализ на данни*

Уменията за прилагане на различни инструменти за анализ на данни са изключително важни за вземането на информирани решения. Липсата на такива умения се посочва главно от по-малките компании и често е свързана с неспособността да се следи поведението на потребителите или динамиката на уебсайта. Способността за работа с голям обем данни също е посочена като важно умение.

#### *Мобилни технологии, умни устройства и Интернет на нещата (IoT)*

Умните устройства все повече навлизат в сферата на туризма, особено в хотелиерския и ресторантьорския бранш, което ще наложи служителите да се адаптират по-бързо и да придобият определени умения. Няколко интервюирани твърдят, че в бъдеще настолните компютри ще бъдат

напълно заменени от мобилни устройства. Тенденцията за преход към мобилни устройства е особено забележима в ресторантьорството:

*В момента в ресторанта работим с т.нар. система за „джобно обслужване“, която представлява мобилно приложение, инсталирано на телефона на всеки сервитьор. Днес е изключително важно служителят да притежава компютърна грамотност до степен, която му позволява да се справя с мобилните устройства. Това важи не само за нашето заведение, но и за всички останали.*

*(Мениджър, ресторант)*

#### *Специализиран софтуер по сектори*

Участниците в проучването подчертават значението на уменията да се работи с различни софтуерни продукти, използвани активно в сферата на туризма. Работата с онлайн платформи за резервации и системи за регистрация е критично важна за успеха на хотели, авиолинии, туроператори и други компании в туризма. Ефективното управление и подобрене на тези системи осигурява гладко и приятно изживяване за клиентите.

Уменията за работа със системи за управление на връзките с клиенти (CRM) позволява на компаниите да управляват комуникацията с клиентите си, да анализират техните предпочитания и да предлагат персонализирани услуги, което увеличава удовлетвореността и лоялността на клиентите.

За по-големите компании използването на вътрешни системи за управление (PMS) значително улеснява текущите операции и ежедневното управление. Въпреки, че не са много, някои интервюирани подчертават необходимостта от умения за работа с този тип софтуер.

В някои музеи, поради по-специфичните дейности, се изисква и владение на специализиран софтуер като AutoCad или ArchiCad за археолозите.

### *Дигитална сигурност*

Прилагането на процедури за онлайн сигурност също е сред дигиталните умения, споменати от някои респонденти.

### *Компютърно програмиране*

Малък брой участници посочват също и необходимостта от специалист по програмиране.

### *Настройка на дигитално оборудване*

Компетентната работа с дигитални устройства (Wi-Fi рутери, аудио и видео системи) също е посочена като важно умение в сферата на туризма.

### *Виртуално екскурзоводство*

Дигитализацията на туризма доведе до появата на виртуални форми на туризъм, което предполага и нарастваща нужда от компетенции в областта на виртуалното екскурзоводство.

### *Основни дигитални умения*

Не на последно място е посочена и необходимостта от основни дигитални умения като работа с пакета Microsoft Office, което обикновено се отнася за позиции на по-ниско ниво.

### **Обучение в областта на дигиталните умения**

Голяма част от интервюираните компании провеждат обучения за придобиване и развитие на дигитални умения. Тези, които предлагат външно и вътрешно обучение, са почти поравно разделени, а значителен брой (предимно малки компании) разчитат на самообучение. Външните обучения обикновено се осигуряват от софтуерните компании, чийто продукт е закупен от съответния хотел/ресторант/туристическа агенция.

Съществуват различни предпочитания относно най-ефективния начин на обучение. Повечето анкетирани посочват като най-ефективно обучението на място в работна среда. Други подчертават важността на обучението в малки групи. Само един анкетиран смята, че онлайн обучението е по-подходящо, защото е по-бързо и по-достъпно.

## 4.3 ЗЕЛЕНИ УМЕНИЯ

### 4.3.1 ВЪВЕДЕНИЕ

В раздела с вторични данни от доклада е посочено, че зелените умения обхващат не само умения за намаляване на въздействието на туризма върху околната среда (*минимизиране на използването и максимизиране на ефективността при потреблението на енергия и вода; управление на отпадъците, канализацията, рециклирането и компостирането; запазване на биоразнообразието; знания за климатичните промени*). Зелените умения обхващат също *разработването и насърчаването на устойчиви форми на транспорт и туризъм в (селски) райони като опция за диверсифициране на местните икономики, създаване на икономически растеж и разкриване на достойни работни места за местното население (включително за жени и младежи), както и запазване на местното природно и културно наследство*. От друга страна управлението и намаляването на въздействието от „сврѳхтуризма“ също е част от устойчивия туризъм.

Резултатите в този раздел предоставят обзор на уменията за управление на околната среда, които участниците в интервютата оценяват като най-важни за следващите седем години.

Вѳпросите, обсъдени с участниците, бяха следните:

- Кои умения според вас са свързани със зелено/екологично управление?
- Колко важни ще бъдат тези умения около 2030 г.? Кои от тях ще са най-важни?
- Кои зелени/екологични умения за управление са важни във Вашата организация днес?
- Очаквате ли някакви промени по отношение на необходимостта от персонал със зелени умения във Вашата организация между настоящия момент и 2030 г.? Ако това е така, какви са тези промени? Ако не очаквате промени, каква е причината за това?

- Предоставя ли Вашата компания обучение или курсове за придобиване на такива умения? Ако да, какъв вид обучение се предлага; ако не, защо?
- Използвате ли външна организация за помощ при обучението на Вашите служители в умения за зелено/екологично управление? Ако това е така, коя е тази организация и какъв вид обучение предоставя?
- Какво е Вашето мнение относно зелените сертификати/награди/еко-етикети? Членувате ли в някоя от тези организации? Защо? Какви са ползите за вас? Ако не участвате, каква е причината?

#### 4.3.2 РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ИНТЕРВЮТА

Повечето интервюирани смятат, че зелените умения вече играят ключова роля и тази тенденция ще се засилва все повече, като през следващото десетилетие инициативите за опазване на околната среда ще придобият още по-голямо значение. Повечето авиолинии, главно поради европейското законодателство, ще преминат към по-екологични решения, а сертификацията на хотелите ще бъде абсолютно задължителна, а не препоръчителна, както е в момента. За някои от интервюираните опазването на околната среда е от изключителна важност, тъй като вярват, че *„устойчивостта е пътешествие към по-добро бъдеще“* (заместник-генерален мениджър, международна хотелска верига). В същото време други, признавайки важността на зелените умения, споделят, че към настоящия момент тези умения не са приоритет за техните компании поради наличието на други, по-спешни задачи.

Широко разпространено е мнението, че защитата на околната среда е повече въпрос на индивидуални нагласи/манталитет, отколкото на необходимост от придобиване на зелени умения. Подчертава се и важността на поведението на гостите - без тяхното активно участие, всички усилия на компанията биха останали без резултат. В този смисъл от съществено значение е умението клиентите да бъдат ангажирани да участват активно в систематичното прилагане на зелени практики. Някои интервюирани предлагат на сайтовете си промоционални материали и брошури, които инструктират гостите за принципите на отговорно

поведение, като напр. избягване на излишното хвърляне на кърпи на земята, намаляване на употребата на препарати за пране, съкращаване на потреблението на вода в банята и други, целящи да променят възгледите не само на персонала, но и на самите гости.

Други анкетирани подчертават водещата роля на общинските/държавните органи:

*Тези дейности до известна степен са в компетенциите на общинските, регионалните и държавните институции, които следва да изградят протокола за използването на туристическите обекти. Важно е да се избегне пренаселването и да се ограничи числеността на посетителите в конкретна зона. Необходимо е да се проведат обучения за общините и неправителствените организации относно методите на работа, които ще подпомогнат развитието на екологично съобразен туризъм, при който събраните средства от входни такси да бъдат насочени към възстановяване и опазване на околната среда.*

*(Собственик, компания за организиране на събития)*

## **Важни зелени умения**

### *Управление на отпадъците*

Това е най-често споменаваният аспект на екологичните практики. Посочено е отделното събиране на отпадъците, като някои интервюирани подчертават, че за тях опазването на околната среда е по-важно от високите разходи, съпътстващи прилагането му. По принцип персоналет няма проблеми с придобиването на тези умения. Управлението на отпадъчните води е посочено като проблем, който все още не е решен.

### *Ефективно използване на ресурсите*

Оптимизирането на потреблението на енергия и вода се споменава почти толкова често, колкото и управлението на отпадъците. Респондентите отново описват прилаганите практики в компаниите им вместо уменията, които се очакват от служителите. Ангажиментите за изграждане на „зелен“ хотел включват въвеждането на аериращи душове и кранове с нисък поток, LED осветление, слънчеви панели и станции за зареждане на електрически превозни средства. Други инициативи включват премахването на пластмасовите ключ-карти и пластмасовите сламки за



еднократна употреба, ограничаването на печатните материали, както и въвеждането на диспенсъри за хартия за ръце и програма за многократна употреба на хавлии за баня.

Както и в предходния пример респондентите считат, че тези умения са приоритет на институциите и управленския персонал, които имат правомощията да въведат устойчиви практики.

#### *Устойчив туризъм*

Третият най-често споменаван аспект е устойчивият туризъм с акцент върху запазването на културното и природно наследство. Изискваните умения са свързани с въвеждането на устойчиви и екологично съобразни форми на транспорт или туристически дейности, управлението на свръхтуризма, разработването на специализирани маршрути, свързани с околната среда. Примерите включват еко пътеки, селски туризъм и в по-широк смисъл - винен туризъм и местна кухня.

#### *Подкрепа на местните общности*

Само няколко респонденти споменават инициативи и практики в подкрепа на местните общности. За съжаление този аспект на зелените практики все още е широко пренебрегван.

#### **Обучение за придобиване на зелени умения**

Повечето интервюирани споделят, че за спазване на екологичните стандарти на компанията се провеждат вътрешни обучения в разнообразни форми: онлайн, периодични информационни бюлетини, постери в офис пространствата, редовни инструктажи.

Външните обучения са изключително редки. Само един интервюиран съобщава за такива обучения, при това предоставени безплатно от неправителствени организации. Предпочитаната форма за външни обучения са присъствени обучения след работно време. Запознаването с най-добрите практики в тази сфера е най-предпочитаната тема за този тип обучения.

## 4.4 СОЦИАЛНО-КУЛТУРНИ УМЕНИЯ

### 4.4.1 Въведение

Социално-културните умения могат да бъдат разделени на лични умения, комуникативни/културни умения и умения за прилагане на принципите на приобщаване и многообразие. Тези умения са свързани с поведенчески и практически нагласи за екипна работа, междуличностна комуникация, межкултурно разбиране и ориентация към качествено обслужване на клиентите. За туристическия сектор са особено важни уменията за управление на междуличностните взаимоотношения, емпатия към нуждите и чувствата на другите, способност за колаборация, поддържане на позитивна нагласа, уважение, установяване на ефективна комуникация и активно слушане. Социално-културните умения включват също компетенции, които подпомагат социалното развитие, като отчитат интересите на всеки един; гарантират достъп до туристическите услуги за лица с увреждания и подкрепят равенството между половете. Предвижда се тези умения да станат ключови за туризма, съответствайки по този начин на изискванията на високотехнологичната ера, като същевременно запазят „човешкия фактор“, необходим при директното междуличностно общуване в туристическата индустрия.

Този раздел предоставя обзор на социално-културните умения (т.е. лични умения, комуникативни/културни умения и умения за прилагане на принципите на приобщаване и многообразие), които според респондентите ще бъдат от най-голямо значение през следващите седем години.

Въпросите, обсъдени с участниците, бяха следните:

- Кои социално-културни умения считате за особено важни за професионалистите в туризма?
- Колко важни ще бъдат тези умения през 2030 г.? Кои от тях ще се окажат ключови?
- Кои други социално-културни умения биха могли да се окажат от ключово значение през 2030 г.?

- Какви промени очаквате във Вашата организация по отношение на необходимите социално-културни умения през 2030 г.?
- Предоставя ли Вашата компания обучение или курсове за придобиване на социално-културни умения? Ако да, кои са те; ако не, защо не?
- Използвате ли услугите на външни организации за обучение на Вашия персонал за придобиване и развитие на социално-културни умения? Ако да, кои са организациите и какъв вид обучение предлагат?
- Кой би бил най-ефективният метод за обучение в развитието на социално-културни умения за служителите?

#### 4.4.2 РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ИНТЕРВЮТА

Социалните умения се считат за изключително важни и това няма да се промени в бъдеще. Някои интервюирани твърдят, че тези умения всъщност са най-важните за туризма:

*Дигитализацията и наличието на добре обучени служители, които могат да работят в такава среда, ще предоставят много възможности за развитие на туристическите услуги. Въпреки това емоционалният елемент в туризма никога няма да изчезне. Човешкият фактор е от изключително значение в туризма и няма да бъде изместен от новите технологии.*

*(Екскурзовод, туристическа агенция)*

#### **Важни социални умения**

##### *Междоличностни (комуникационни) умения*

Най-често споменаваното социално умение е способността за ефективна комуникация както с клиентите, така и с колегите. Това умение е свързано с активно слушане, наблюдение, компетенции за работа с различни типове потребители:

*Способността за комуникация и грижа за туриста ще бъде ключова за успеха на бизнеса. Това беше най-важното нещо, когато започнахме, и ще продължи да бъде, защото този бизнес е такъв. Създаваш преживяване и това става чрез способността да разбираш и комуникираш с хората, да ги развеселяваш, да говориш, да ги питаш нещо. И тук, разбира се, идва владението на езици при работа с различни националности. Но дори и да не говориш много добре езика, винаги има начин, ако желаеш, стига да имаш способността позитивно да подходиш към човека.*

*(Специалист поддръжка, туристическа атракция)*

Обработката на онлайн отзиви е друг аспект на междуличностната комуникация, който обединява дигитални и социални умения.

#### *Разбиране на нуждите на другите хора*

Разбирането на потребностите на клиентите е второто най-често споменавано социално-културно умение. Смята се, че неговата роля е ключова за постигането на висока степен на удовлетвореност чрез предоставяне на услуги, отговарящи на индивидуалните изисквания. Осъзнаването на културните различия е тясно свързано с тази компетентност:

*Преди работихме предимно с руския пазар, а сега сме насочени към румънския. Културните различия не са големи, но все пак съществуват. Има огромни разлики, когато обслужваш британец, германец или руснак. Персоналът трябва да може да обслужва всеки гост по начина, по който клиентът очаква.*

*(F&B Мениджър, хотел)*

#### *Приобщаване, разнообразие и равенство*

Разбирането и уважението към чужди култури и религии, толерантността към различията (по пол, религия, култура) и към хората със специални потребности има голямо значение. Интервюираните посочват, че тези умения са важни в момента и ще продължат да бъдат важни и в бъдеще. Толерантността не се ограничава само до отношенията с клиентите, но се отнася и до взаимоотношенията между членовете на екипа.

### *Екипна работа*

Екипната работа е важна за всеки сектор на туризма без изключение. Голям брой респонденти потвърждават важността на това умение за успешната дейност на тяхната компания.

### *Позитивно отношение, любезно и внимателно поведение*

Позитивното отношение е едно от ключовите умения, оценявани като изключително важни в областта на туризма. Редица участници в проучването подчертават важността на гостоприемното, любезно и внимателно отношение на персонала към клиентите, техните нужди и изисквания.

### *Справяне със стресови/критични ситуации*

Работата в туризма е изключително динамична и често поставя служителите в напрегнати ситуации, които изискват бърза и адекватна реакция. Затова не е изненадващо, че способността да се работи под напрежение е сред петте най-често коментирани социални умения в интервютата.

### *Предприемачески умения*

Един от участниците в проучването изтъква, че изключително значими в бъдеще вероятно ще се окажат предприемаческите умения, или както един от интервюираните определя тези умения: „*способността да разпознаваш възможности за развитие на бизнеса и да ги приложиш в подходящия момент*“ (собственик, семеен хотел). Креативността и способността да се прилагат иновации също са умения, свързани с предприемаческия нюх.

### *Реализиране на личния потенциал и самоосъществяване*

Реализирането на личния потенциал и самоосъществяването, или иначе казано, способността за непрекъснато обучение и саморазвитие, е също изтъкнато като ключово умение за бъдещето.

### **Липсващи социално-културни умения**

Групата на социално-културните умения е единствената категория, в която анкетираните идентифицираха умения, които според тях липсват в организацията им.

#### *Междупersonностна комуникация*

Някои интервюирани съобщават за липса на подходящи умения за комуникация на персонала с клиентите. Липсата на комуникативни умения изглежда се наблюдава по-често при служителите на възраст около 25-26 години. Както посочва един от интервюираните, *„Изглежда, че те не разбират, че туристът трябва да се чувства разбран и уважаван, и не притежават уменията и подхода, за да накарат туриста да се чувства добре.“* (специалист по поддръжка, туристическа атракция)

Съобщава се и за липса на достатъчни умения за представяне на продуктите на компанията.

#### *Работа в екип*

Съществуват и отделни случаи, в които се посочват проблеми в комуникацията между служителите, поради което уменията за работа в екип се нуждаят от подобрене.

### **Обучение за социално-културни умения**

Вътрешните обучения са много по-популярни от външните и обикновено се провеждат под формата на въвеждащо и периодично обучение, менторство и тимбилдинг. Някои фирми използват и услуги на външни лектори, а микро- и малките предприятия главно разчитат на самообучение. Съществува значителен скептицизъм по отношение на външните обучения като цяло – те се възприемат като неподходящи и неефективни. В редките случаи, когато се изразява готовност за такива обучения, предпочитанията са насочени към практическо, присъствено обучение в извънработно време с демонстрация на добри практики.

## 4.5 ПРОФИЛ НА УМЕНИЯТА - ОБОБЩЕНИЕ

Интервютата разкриват, че трите типа умения (дигитални, зелени и социално-културни) заемат ключово място в сферата на туризма и ще запазят своята значимост и в бъдеще. Докато нуждата от дигитални умения се поражда от необходимостта за поддържане на конкурентоспособност в една динамично изменяща се среда, то развитието на зелени умения е в голяма степен мотивирано от институционални и законови изисквания на национално и европейско ниво. По отношение на тези умения респондентите демонстрираха най-голяма несигурност относно липсващите и необходимите компетенции. Социално-културните умения са фундаментални за туризма и е логично мнозина от интервюираните да подчертават тяхната значимост за сектора.

Различните сектори имат свои специфики по отношение на уменията, които техните служители трябва да притежават, за да бъде компанията конкурентоспособна и да отговаря в най-голяма степен на нуждите на своите клиенти. В таблица 3 са обобщени уменията, идентифицирани чрез интервютата, като трябва да се имат предвид съществуващите различия в зависимост от размера на компанията и сектора, в който тя оперира.

<i>Умения, които интервюираните считат за важни</i>		
<b>Дигитални умения</b>	<b>Зелени умения</b>	<b>Социално-културни умения</b>
Дигитален маркетинг и онлайн комуникация	Управление на отпадъците	Междоличностни (комуникационни) умения
Изкуствен интелект и роботика	Ефективност на ресурсите	Разбиране на нуждите на другите хора
Виртуална и разширена реалност	Практики за устойчив туризъм	Приобщаване, разнообразие и достъпност
Анализ на данни, вкл. големи бази данни	Подкрепа на местните общности	Работа в екип

Мобилни технологии, умни устройства и Интернет на нещата		Позитивно отношение, любезно и внимателно поведение
Специфичен за сектора софтуер (CMS, PMS, софтуер за онлайн резервации)		Справяне със стресови/критични ситуации
Дигитална сигурност		Предприемачески умения
Компютърно програмиране		Саморазвитие
Виртуално екскурзоводство		Креативност
Настройка на дигитално оборудване		Интерпретация на културното и природното наследство



# 5. ДОБРИ ПРАКТИКИ

## ПОВИШАВАНЕ НА КВАЛИФИКАЦИЯТА И ПРЕКВАЛИФИКАЦИЯ

Във всяка страна, която участва в консорциума PANTOUR, партньорите са подбрали, анализирали и провели интервюта с компании, демонстриращи пет от добрите практики за повишаване на квалификацията, преквалификация и привличане/задържане на кадрите в петте подсектора на туризма. Целта на анализа е да се събере информация за иновативни инициативи, проекти, програми, философии, инструменти, методи, идеи, решения и концепции във връзка с повишаването на квалификацията, преквалификацията, привличането и задържането на персонал, което от своя страна да помогне за разширяване и задълбочаване на знанията за развитието на дигитални, социално-културни и зелени умения в туризма. Такава добра практика следва да притежава всички или много от следните характеристики:

1

Има ясна цел.

2

Целенасочено се занимава с преодоляване на съществуващите пропуски в уменията с оглед бъдещите нужди от умения в туризма.

3

Организацията и отделните служители притежават съвкупност от основни ценности, които укрепват тяхната лоялност, морал и решимост, създавайки чувство за споделена цел в работата.

4

Анализира съществените предизвикателства в развитието на човешките ресурси и техните уменията в съответния контекст – на макро ниво (устойчива/дигитална трансформация в туризма), на ниво сектор/подсектор или на ниво умения (дигитални, социално-културни, екологични умения).

5

Анализира не само предизвикателствата, но и причините, пораждащи необходимостта от развитие на уменията за повишаване на квалификацията, преквалификация и привличане/задържане на служителите.

В следващите раздели ще бъде предоставен кратък преглед и анализ на всяка от добрите практики, проучени в рамките на проекта PANTOUR.



## 5.1 Добри практики: TOP Rent-a-car, България

### 5.1.1 Обща информация

TOP Rent-a-car е водещата национална компания за автомобили под наем. Компанията разполага с най-големия автомобилен парк в страната от над 2000 автомобила (90% от които са съвсем нови) и предлага услугата в цялата страна чрез повече от 13 офиса.

### 5.1.2 Анализ и обзор

#### *Основни принципи*

Зад водещата българска компания за автомобили под наем стои екип от професионалисти, ангажирани с мисията винаги да предоставят изключително обслужване на клиентите си. За да гарантира това, компанията разработва портфолио от програми за въвеждащо и текущо обучение за своите служители, както и други стимули за развитие на техните социални, зелени и дигитални умения. Обученията са напълно стандартизирани с цел осигуряване на еднакво високо качество на обслужване във всички офиси на компанията. Фокусът е върху социални умения като ефективна комуникация в мултикултурна среда. Служителите развиват и определени дигитални умения за работа с вътрешната система, както и зелени умения (особено при предлагането на екологични автомобили).

### *Примери и казуси*

Началното/въвеждащо обучение представлява система, която е ясно структурирана и обхваща всички процеси и задачи за новите служители. Основава се на два вътрешни документа - *Стандарти и инструкции* и *Книга за вътрешни правила*. Продължителността на началното обучение е 3 седмици. Към всеки нов служител се назначава супервайзър, който е неговият/нейният пряк ръководител. След като се запознае с основните стандарти и регламенти, новият служител започва практическата част от обучението си. През първата седмица служителят само наблюдава процесите и изучава всички етапи и стандарти на работа. Така служителят се ориентира не само в своята работа, но и разбира как функционира компанията. През това време той/тя усвоява вътрешната софтуерна система (придобива дигитални умения), взаимодейства с колегите от същия отдел (социални умения) и се запознава с основните цели и принципи на компанията, свързани с предлагането на отлично обслужване и намаляването на въглеродния отпечатък върху околната среда (социални и зелени умения).

През втората седмица от обучението, служителят започва да работи с реални клиенти, като винаги е придружаван от своя супервайзър. Вече може да приложи всички овладени знания и да развие уменията си в напълно контролирана среда. Ръководителят остава до него през цялото време, като му позволява да изпълнява всички задачи самостоятелно и се намесва само при необходимост.

Последната седмица от обучението предоставя почти пълна самостоятелност на служителя. Той/тя работи самостоятелно, но може да поиска помощ от ръководителя си по всяко време. След завършване на обучението служителят е готов да работи пълноценно.

TOP Rent-a-car осъзнава колко ценни са служителите както за клиентите, така и за компанията. Редовно се организират обучения (2-3 пъти годишно) с цел подобряване на умения на персонала. Темите на обученията се определят според конкретните нужди на служителите – напр. лидерство, управление на таланти, екипна работа и др.

### *Потенциални затруднения и предизвикателства*

Едно от основните предизвикателства пред компанията Top Rent-a-car е организирането на обученията за всички служители едновременно, тъй като офисите са разпръснати из цялата страна. Поради тази причина, повечето обучения се изпълняват на регионално или градско ниво.

### *Ползи и резултати*

Компанията е въвела месечно оценяване - още една вътрешна система за оценка на компетентностите, нуждите и постиженията на служителите. Месечната оценка е средно аритметична стойност от четири елемента - оценка за качество и контрол, оценка от ръководителя, оценка от клиентите и оценка за прилагане на стандартите. Този подход дава възможност за цялостно оценяване на работата на персонала и служи като ориентир за евентуалните нужди от допълнителни обучения. На база на месечната оценка служителите получават финансови стимули и може да бъдат повишени.

### *Отговорност и отчетност*

Обученията се организират от отдела за човешки ресурси на Top Rent-a-car и се координират от регионалните мениджъри на компанията.

### *Справки и външни ресурси*

Уебсайт на компанията: <https://toprentacar.bg>



Социално-  
културни умения

Дигитални  
умения

Зелени умения

### *Заключение*

TOP Rent-a-car акцентира върху развитието на определени умения от служителите си. Работата с вътрешния софтуер изисква подобряване на дигиталните умения, а предлагането на електрически автомобили налага развитие на зелените умения за ефективно използване на ресурсите и преход към нисковъглеродна икономика. Специално внимание в обучението се отделя на уменията за ефективна комуникация и междуличностни умения - обученията се съсредоточават върху екипната работа, разрешаването на конфликти, емоционалната интелигентност, (между)културните компетентности и предоставянето на най-доброто обслужване на клиентите.



## 5.2 Добри практики: Sun Spree Academy, София

### 5.2.1 Обща информация

Sun Spree Academy (<https://sunspreecademy.bg>) е туристическа агенция, която се развива като център за обучение, специализиран в предлагането на кратки курсове в областта на туризма и гостоприемството. Нейната цел е да осигури професионално обучение от практики за практики. Академията предлага разнообразие от курсове, покриващи всички основни аспекти на туризма, включително управление на туризма, гостоприемство, туристически агенции, екскурзоводство и др. Целта ѝ е да предостави необходимите познания и умения за развитието на компетентни и иновативни професионалисти в туристическата индустрия.

### 5.2.2 Анализ и обзор

#### *Основни принципи*

Sun Spree Academy предлага широк спектър от курсове, които обхващат основни умения и подсектори в туристическата индустрия. Sun Spree Academy се отличава с изключителния си преподавателски състав. Всички преподаватели са известни професионалисти със сериозен опит в туризма. Те са подготвени да предоставят актуални познания и практически умения, които да спомогнат за справяне с предизвикателствата в туристическия сектор.

### *Примери и казуси*

Sun Spree Academy предлага разнообразни обучения за развитие и подобряване на лидерските и управленските умения (социални умения). Курсовете обхващат основните умения, които всеки мениджър трябва да притежава на най-високо ниво - ефективно решаване на проблеми, прилагане на аналитично и критично мислене, готовност за нестандартни решения, управление на промени, кризисно управление и др. Обученията са краткосрочни - 1 или 2 дни, което позволява на участниците да получат синтезирани познания за сравнително кратък период. Освен това курсовете са достъпни като цена, което позволява на повече служители да се включат и да подобрят своите компетенции и умения. Примерни теми за такива обучения включват разрешаване на конфликти, управление на времето, предоставяне на конструктивна обратна връзка, решаване на проблеми и др. В допълнение академията предлага специализирани курсове за различните подсектори в туризма - за туристически агенции се предлагат курсове за провеждане на преговори между хотели и туроператори; за хостелите се предлагат обучения за ценообразуване и продажба в хотелиерството, управление на събития и др.

Чудесен пример за обучение в областта на дигиталните умения е курсът за прилагане на изкуствен интелект в гостоприемството. Голяма част от курса е посветена на правилното проектиране и създаване на чатбот, добрите практики за работа с отделни негови части, както и използването и рекламирането на чатбота онлайн и офлайн с цел максимизиране на неговото включване в дигиталната екосистема на бизнеса - в дигиталния маркетинг, за усъвършенстване на фирмения уебсайт от гледна точка на потребителя, както и за използването му на всички етапи от страна на потребителя - преди, по време и след предоставянето на туристическата услуга. Подробно се разглеждат казуси с конкретни български чатботи с изкуствен интелект в сферата на туризма. Основно предимство на курса е че преподавателят работи в туристическата индустрия, а фокусът на обучението е върху практическите познания и придобиването на конкретни дигитални умения.

### *Ползи и резултати*

Най-голямото предимство на обученията на Sun Spree Academy е възможността да съберат хора от индустрията и така да засилят ефекта от обучението чрез създаване на условия за изграждане на бизнес контакти и споделяне на знания и полезен опит.

### *Справки и външни ресурси*

Уебсайт на компанията: <https://sunspreecademy.bg>





Социално-  
културни умения

Дигитални  
умения

Зелени умения

### *Заклучение*

Sun Spree Academy се фокусира върху практическите знания и инструменти, предоставяни от практики на практики. Курсовете обхващат основните умения, които всеки мениджър трябва да притежава на възможно най-високо ниво.

*Старият чинар*

*Верига ресторанти*



## 5.3 Добри практики: Верига ресторанти „Старият чинар“

### 5.3.1 Обща информация

Старият Чинар е верига ресторанти, предлагаща качествена традиционна и международна кухня. Със своите шест заведения в популярни локации около Варна и София, както и кетъринг фирма, те се фокусират върху съчетанието от вкусна храна, местно гостоприемство и отлично обслужване на клиентите. Поради това веригата разработва специални вътрешни организационни структури и обучения за т.нар. „контактуващ“ персонал (който общува директно с туристите) в това число сервитьори, супервайзъри и управители на ресторанти.

### 5.3.2 Анализ и обзор

#### *Основни принципи*

Веригата се придържа към концепцията на учене чрез наблюдение на добър пример. Всички обучения се провеждат вътрешно, в работно време, като към всеки нов служител се назначава наставник, който обикновено е техният директен ръководител. Този подход се основава на активното участие на наставника в изпълнението на задачите на служителя, като едновременно с това наставникът демонстрира правилното изпълнение на конкретните работни задължения.

### *Примери и казуси*

Обученията са въвеждащи и текущи. Те включват менторство на място и обхващат различни практически умения и компетентности. Веригата използва специализирано приложение за вътрешно управление и обработка на поръчките, което изисква развитие на специфични дигитални умения. Тъй като основното предимство на ресторантите от тази верига е отличното обслужване на клиенти, съществена част от обучението е посветена на социално-културните умения.

Всички новоназначени служители преминават през въвеждащо обучение. Първият етап от обучението е овладяването на т. нар. технически умения - да носят чинии, да познават менюто, да се ориентират сред масите и да работят с вътрешната софтуерна система. На този етап новият служител главно наблюдава и изучава оперативните процеси. Много важен аспект е комуникацията между служителите, йерархията и последователността на стъпките при обслужването на клиентите. След завършване на обучението новият служител започва да асистира на своя наставник в работата. Подходът към обслужване на клиентите се разглежда като процес, при който сервитьорите трябва да „водят“ клиентите, т.е. да им осигурят пълноценно преживяване, докато са в заведението. Това включва посрещането и настаняването им, създаването на усещане за уют и релаксация, представянето на менюто, съдействието в избора, както и отзивчивост по отношение на всички запитвания и лични предпочитания. В този процес сервитьорите изпълняват ролята на водачи, които се грижат за клиентите. Затова придобиването и развиването на ключови умения като емпатия, ефективна вербална и невербална комуникация, установяване и поддържане на положителни взаимоотношения, разрешаване на конфликти и добро сътрудничество с другите са основната цел на обучението. Много често примерът на наставника е основният подход в обучението - наставникът демонстрира най-доброто обслужване и изпълнение на задачите, обучавайки по този начин новия служител.

### *Потенциални затруднения и предизвикателства*

Организацията на обслужването на клиенти в търговската зала се основава на екипна работа, т.е. всички сервитьори се грижат за всички гости. Ето защо ръководството на веригата насърчава работата в екип и взаимопомощта. Сервитьорите трябва да се научат да взаимодействат и комуникират не само с клиентите, но и със своите колеги и служителите от другите отдели. Йерархията и организацията изцяло подкрепят работата в екип – сервитьорите си помагат взаимно дори когато работят в различни зони на ресторанта. Понякога споделянето на отговорности и възнаграждения в рамките на екипа може да се окаже предизвикателство за служителите, свикнали да работят самостоятелно и да получават и индивидуално възнаграждение за своите усилия. За да създаде допълнителна мотивация за своите служители, ръководството на веригата организира редовни тиймбилдинг сесии и разнообразни състезания, придружени от символична награда за победителя – напр. конкурс за продажба на най-много бутилки вино за седмица/месец.

### *Ползи и резултати*

Програмата за обучение във верига ресторанти „Старият чинар“ предлага няколко предимства за своите служители:

- **Подобряване на дигиталните умения:** Използването на специализирано приложение за вътрешно управление и обработка на поръчки дава на служителите специфични дигитални компетенции, които са критично важни в съвременната индустрия на услугите, управлявана от технологии.
- **Технически умения:** Овладяването на технически умения като носене на чинии, познаване на менюто, ориентиране между масите и използване на вътрешната софтуерна система осигуряват оперативна компетентност на служителите.
- **Развитие на меки умения:** Фокусът върху емпатията, ефикасната комуникация, уменията за разрешаване на конфликти и управлението на взаимоотношенията са критично важни за личностното развитие и подобряване на взаимоотношенията с клиентите.

- **Наставничество и практическо наблюдение:** Тази стратегия дава възможност на стажантите да се учат непосредствено от примера на опитни работници, като по този начин се гарантира практическия опит в обучението и спазването на най-добрите практики в обслужването.
- **Екипно ориентиран подход към обслужването:** подготовката за ефективна работа в екип, особено в среда, в която всеки сервитьор отговаря за обслужването на всички клиенти, подчертава важността на колективните усилия пред индивидуалното представяне.
- **Преодоляване на потенциални трудности:** Редовните тиймбилдинг сесии и стимулиращите надпревари спомагат за преодоляване на предизвикателствата, свързани с разпределението на задачи и възнаграждения в екипа.

*Справки и външни ресурси*

Уебсайт на компанията: <http://www.stariachinar.com>





Социално-  
културни умения

Дигитални  
умения

Зелени умения

### *Заключение*

Програмата за обучение на веригата ресторанти „Старият чинар“ не само подобрява уменията и компетенциите на служителите, но допринася също и за общото качество на обслужване и удовлетвореност на клиентите, което е от решаващо значение за успеха и репутацията на веригата.

*SLS Consulting Ltd.*

*Консултантски услуги за  
управление на хотела*



## 5.4 Добри практики: SLS Consulting Ltd.

### 5.4.1 Обща информация

SLS Consulting Ltd. е основана през 2017 г. като компания за управление на хотели. Предлага обширен спектър от услуги за управление на хотели и ресторанти, включително обучение на служители от всички нива. Компанията прави задълбочени анализи на своите клиенти, за да разбере в дълбочина техните нужди. Възприема целите на своите клиенти като свои собствени бизнес цели, предлагайки решения и стратегии, насочени към повишаване на удовлетвореността на клиентите и стимулиране на растежа на компанията. Сред клиентите на SLS Consulting Ltd. се нареждат множество четиризвездни и петзвездни хотели в България.

### 5.4.2 Анализ и обзор

#### *Основни принципи*

Компанията се занимава с широк спектър от дейностите на своите клиенти, обхващайки както управлението на ежедневните операции, така и стратегическото планиране за развитие. Осигурявайки обстойно обучение за всички свои служители в различните отдели, екипът на SLS Consulting е отлично подготвен да предостави изключително ниво на обслужване, да работи с висока ефективност и осезаемо да допринесе за успеха на всеки свой клиент. Затова компанията е разработила специализирани програми, съставени от отделни модули, насочени към решаването на проблеми, специфични за всеки отделен хотелски обект.

Такъв модулен подход дава възможност за детайлно фокусиране върху конкретни проблемни сфери, нуждаещи се от реструктуриране, оптимизация или обновяване.

### *Примери и казуси*

Преди началото на всяко обучение, SLS Consulting провежда задълбочен анализ на нуждите и проблемите на всеки отдел. Въз основа на този анализ се разработват модули и се създава график за обучение. Всеки служител трябва задължително да се запознае с *Ръководството с вътрешни правила и стандарти*. В началото на всяко обучение се прави пространно представяне на основните правила и стандарти в хотела, подкрепено с обяснения и видеоматериали. Целта е всеки служител да получи пълна представа за начина на функциониране на хотела, йерархията, взаимодействието и координацията между различните отдели, общите задължения и отговорности на всеки отдел. Този метод помага на служителите да разберат към кого или към кой отдел да се обръщат при въпроси или проблеми. Освен това анализът на дейностите в хотела стимулира екипната работа и допринася за по-добра координация между отделите.

Следващата фаза включва специализирано обучение по всеки от модулите, създадени въз основа на извършения анализ. В тези специално създадени обучителни сесии, SLS Consulting се фокусира в детайли върху повишаване на квалификацията и преквалификацията на служителите. Особено внимание се обръща на меките умения като комуникация, координация, лидерство и работа в екип, акцентирайки върху обслужването на клиенти и вътрешната комуникация. Интересно допълнение е използването на кратки, хумористични видеоклипове за илюстриране на това, което НЕ е позволено.

Ръководителите на отдели и супервайзърите преминават през отделна програма за обучение, чийто основен фокус е не толкова върху ежедневните оперативни дейности, а върху управленските умения. Това



позволява на ръководителите да се запознаят отблизо с целия процес, учейки се да идентифицират специфични проблеми и възможности за усъвършенстване на обслужването.

#### *Потенциални затруднения и предизвикателства*

При много служители липсва мотивация за учене и усъвършенстване, главно поради сезонността и настоящия неблагоприятен имидж на туристическата индустрия. В допълнение някои супервайзъри и млади мениджъри не притежават визия за дългосрочно развитие и кариерен растеж, което намалява ефективността на тяхното обучение.

#### *Ползи и резултати*

SLS Consulting осигурява широка гама от взаимосвързани обучителни модули, които ефикасно обхващат работата на всички отдели и целят преодоляването на идентифицираните проблеми. Основно преимущество за служителите е възможността да разберат как функционира целият хотел и да осъзнаят собствения си принос към безпроблемното обслужване на клиентите.

#### *Отговорност и отчетност*

SLS Consulting обикновено провежда голяма част от своите обучения вътрешно, но за отделни специализирани нужди, като например техническо обслужване, може да прибегне до услугите на външни организации.

#### *Справки и външни ресурси*

Уебсайт на компанията: <https://slsconsulting.eu>



Социално-  
културни умения

Дигитални  
умения

Зелени умения

#### *Заклучение*

SLS Consulting Ltd. прилага цялостен подход при разработването на обучителни програми, адаптирани към конкретните нужди и планове за развитие на хотела. Обученията са изцяло в съответствие с принципа за модулно структуриране на услугите.

*Chef & Gastro –*

*образователна платформа*



## 5.5 Добри практики: Chef & Gastro - образователна платформа

### 5.5.1 Обща информация

Chef & Gastro представлява иновативна платформа, стартирана през 2020 г. от екип ентузиазирани професионалисти. Целта ѝ е да изгради и непрестанно да актуализира изчерпателна база данни за F&V индустрията, превръщайки се в централизиран информационен източник за цялата страна. Платформата има за цел да подобри и модернизира съществуващите образователни материали, включително учебници, гарантирайки лесен достъп и съответствие със съвременните методи и тенденции на преподаване в професионалното кулинарно образование. Chef & Gastro все още е в процес на развитие и обогатяване на своята база данни.

### 5.5.2 Анализ и обзор

#### *Основни принципи*

- Chef & Gastro се концентрира върху създаването и популяризирането на портфолио от краткосрочни курсове и обучения, които да подпомогнат обучението в ресторантьорския бранш.

- Платформата поставя акцент върху иновативните форми на учене, привлекателни за младите поколения и обхващащи целия технологичен процес.
- Тя демонстрира и използва съвременно оборудване за кухни и ресторанти, улеснявайки служителите да се ориентират и работят ефективно с тези съвременни средства.

### *Примери и казуси*

Платформата представлява основа за разнообразни образователни формати като краткосрочни курсове, семинари и презентации, като същевременно позволява да бъде използвана и като ресурс за самостоятелно обучение. Тази инициатива стимулира мотивацията и практическите умения сред работещите в F&B сектора. Със своя иновативен подход, Chef & Gastro се стреми да стане надежден източник на знания и ефективен инструмент в обучението и преквалификацията на служителите в сектора.

Образователната програма на платформата е цялостна и добре структурирана, обхващаща широк спектър от теми като кулинарни техники, физиология и хигиена на храненето, безопасност на храните и планиране на менюто. Тя прилага модулен подход, комбинирайки видео и текстови материали, тестове и практически упражнения. Дългосрочната визия е платформата да бъде интегрирана в системите на дуалното образование в професионалните училища за хотелиерство и ресторантьорство.

Освен това Chef & Gastro включва и елементи от бизнес управлението и маркетинга, целящи да подпомагат кариерното развитие на готвачи и ресторантьорски мениджъри. Платформата поставя значителен акцент върху развиването на предприемаческите умения и ефективното управление на кулинарни и ресторантьорски предприятия.

### *Потенциални затруднения и предизвикателства*

В момента платформата се намира в етап на разработка и предстои да обогати съдържанието си с множество ресурси. Бизнес моделът ѝ също има нужда от допълнително усъвършенстване. Платформата се стреми да намери оптималния баланс между своята социална роля и икономическата си стабилност. Целта ѝ е да подпомогне обучението на възможно най-много хора, повишавайки стандартите в целия сектор, като същевременно гарантира своята дългосрочна жизнеспособност и възможностите си за самофинансиране и непрекъснато развитие.

### *Ползи и резултати*

Платформата Chef & Gastro предлага актуална, леснодостъпна и професионална информация благодарение на прилагането на модулен принцип, който внася систематичност в обучението на персонала. Тя цели интеграция с дуалното образование с оглед усъвършенстването на уменията на служителите. Платформата прилага последователен подход към развитието на всяко отделно умение, като по този начин позволява задълбочено развитие на ресурсите в конкретни сфери вместо генерирането на обща информация.

Chef & Gastro предоставя на професионалистите от F&B сектора възможност да разширят и обогатят своите умения. Платформата се фокусира не само върху техническите умения за готвене, но и върху ключови управленски и предприемачески компетенции, които са важни за всеки главен готвач. Особен акцент се поставя върху популяризирането на зелени умения и устойчиви практики в F&B сектора, чието развитие в този сектор все още изостава.

### *Справки и външни ресурси*

Уебсайт на компанията: <https://chefandgastro.com>



Социално-  
културни умения

Дигитални  
умения

Зелени умения

### *Заклучение*

Chef & Gastro представлява платформа, насочена към всички участници в сектора на храни и напитки в България. С богатото си портфолио от кратки курсове, семинари и събития, тя си поставя за цел да запълни пропуските в F&B сектора, като създава устойчива основа за развитие на уменията. Ето защо платформата акцентира върху идеята, че обучението е продължаващ процес през целия живот, а не еднократен акт.



# PANTOUR

## Pact for **Next Tourism** **Generation Skills**



Консорциумът PANTOUR разширява вече наличните знания и инструменти, разработени по проекта **Blueprint for Sectoral Skills project/NTG Alliance**. Целта на този проект е да създаде нови инструменти и методологии за развитие на стратегически подходи и устойчиво сътрудничество между професионалното образование и обучение, висшето образование и предприятията в сектора на туризма, като по този начин стимулира иновациите в Европа.

---

[f](https://facebook.com/nexttourismgeneration/) facebook.com/nexttourismgeneration/

---

[t](https://twitter.com/NTGAlliance) twitter.com/NTGAlliance

---

[in](https://linkedin.com/company/pantour-pact-for-next-tourism-generation-skills/) linkedin.com/company/pantour-pact-for-next-tourism-generation-skills/

---

*The research design for this report was approved by the Ethics Board of Breda University of Applied Sciences (NL) with reference number BUas-RERB-23-03-Pantour-*



 **PANTOUR**  
PACT FOR NEXT TOURISM GENERATION SKILLS

<https://nexttourismgeneration.eu/pantour/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# БИБЛИОГРАФИЯ

- Atanasov, T., 2015. Business incubators in Bulgaria: state of the art and perspectives for development. /Бизнес-инкубаторите в България: състояние и перспективи за развитие. PhD dissertation. Sofia: Sofia University "St. Kliment Ohridski").
- Bulgarian Chamber of Commerce and Industry/BCCI (2022). Project Digital skills training and elaboration of a national online platform for adult education. Retrieved from: <https://www.infobusiness.bcci.bg/ipi-17-1-2022.html>
- Bulgarian Industrial Association (2021). Ready for digital transformation. Retrieved from: <https://digital.bia-bg.com/bg/project/>
- Bulgarian Industrial Capital Association (2021). Development of digital skills. Retrieved from: <https://old.bica-bg.org/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8/%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D1%89%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8/%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F/>
- Bulgarian Small and Medium Enterprises Promotion Agency/BSMEPA (2023). Analysis of the situation of SME in Bulgaria in 2022: development and trends in a challenging era. URL: [https://www.sme.government.bg/uploads/2023/03/%D0%94%D0%9E%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%94\\_%D0%9C%D0%A1%D0%9F-2022.pdf](https://www.sme.government.bg/uploads/2023/03/%D0%94%D0%9E%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%94_%D0%9C%D0%A1%D0%9F-2022.pdf)
- Carvalho, I., & Ivanov, S. (2023). ChatGPT for tourism: applications, benefits, and risks. *Tourism Review*, <https://doi.org/10.1108/TR-02-2023-0088> (in press)
- CEDEFOP (2022). Bulgaria: National employment strategy 2021-30. Retrieved from: <https://www.cedefop.europa.eu/en/news/bulgaria-national-employment-strategy-2021-30>
- CIT4VET (2022). About the project. Retrieved from: <https://cit4vet.erasmus.site/>
- Dahlsrud, A., (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), pp. 1-13.
- DigiFit (2022). Fostering Healthy Digital Habits for Young People. Retrieved from: <https://digitfit.eu/about/>
- Essence (2022). About the project. Retrieved from: <https://projectessence.eu/project.php>
- HoReWeek (2019). Първият робот в България, обслужващ хотелски гости е вече факт. The first robot serving hotel guests is already a fact. URL: <https://horeweek.com/parviyat-robot-v-balgariya-obslužvasht-hotelski-gosti-e-veche-fakt/>
- Ivanov, P. (2022). Digital Literacy for teachers. Retrieved from: <https://prepodavame.bg/digitalna-gramotnost/>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Conceptual Framework of the Use of Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Travel, Tourism, and

- Hospitality Companies. In Ivanov, S., & Webster, C. (Eds.) (2019). *Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality*. ISBN: 978-1-78756-688-0. Bingley: Emerald Publishing, pp. 7-37. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191001>
- Ivanova, M., Ivanov, I. K., & Ivanov, S. (2021). Travel behaviour after the pandemic: the case of Bulgaria. *Anatolia*, 32(1), 1-11.
- Ivanova, M., Ivanov, S., & Petkova, I. (2021). The green skills gap in the Bulgarian tourism industry. *Sustainability and Climate Change* 14(4), 238-248.
- Ivanova, A. (2023). Как се обучават и как намират работа мигрантите у нас? How are immigrants educated and how do they find a job in Bulgaria? Bulgaria on air. URL: <https://www.dnes.bg/obshtestvo/2023/01/06/kak-se-obuchavat-i-kak-namirat-rabota-migrantite-u-nas.556132>
- Ministry of Economy (2020). Technical report including in-depth analysis of the SMEs in Bulgaria and preliminary recommendations for the directions of action of the new strategy. Retrieved from: [https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/sme/FINAL\\_DG\\_Reform\\_SME%20Strategy\\_Technical%20Report\\_2020-04-27.pdf](https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/sme/FINAL_DG_Reform_SME%20Strategy_Technical%20Report_2020-04-27.pdf)
- Ministry of Economy (2021). National Strategy for SMEs 2021-2027. Retrieved from: <https://www.mi.government.bg/strategy-policy/natsionalna-strategiya-za-malki-i-sredni-predpriyatiya-msp-v-balgariya-2021-2027-g/>
- Ministry of Education and Science (2020). Study curricula of secondary vocational schools. Retrieved from: <https://web.mon.bg/bg/100801>
- Ministry of Finance (2022). National Development programme Bulgaria 2030. Retrieved from: <https://www.minfin.bg/en/1394>
- Ministry of Labour and Social Policy (2022). Project Digital skills development – component 1. Retrieved from: <https://mlsp.government.bg/proekt-bg05m9op001-1127-0001-razvitie-na-digitalnite-umeniya-komponent-1>
- Ministry of Tourism (2017) National strategy for sustainable tourism development in Bulgaria, 2014-2030. URL: [https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb\\_2014-2030.pdf](https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf)
- Ministry of Tourism (2018a) Updated National strategy for sustainable tourism development in Bulgaria, 2014-2030. URL: <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/aktualizirana-nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na>
- Ministry of Tourism (2018b). Annual Monitoring Report on the Strategy for Sustainable Tourism Development in Bulgaria. URL: [http://tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2019-06/monitoringov\\_doklad\\_2018.pdf](http://tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2019-06/monitoringov_doklad_2018.pdf)
- Ministry of Tourism (2022). Register of tour operators and travel agencies. Retrieved from: <https://ntr.tourism.government.bg/>
- Ministry of Tourism (2023). Register of tourist attractions and festivals. Retrieved from: <http://rta.tourism.government.bg/TAFRegister.aspx>
- Ministry of Transport and Communication (2019). National Program "Digital Bulgaria 2025" and Road map for its implementation are adopted by CM Decision №730/05-12-2019. Retrieved from: <https://www.mtc.government.bg/en/category/85/national-program-digital-bulgaria-2025-and-road-map-its-implementation-are-adopted-cm-decision-no73005-12-2019>

Ministry of Transport and Communication (2020). National strategic document "Digital Transformation of Bulgaria for the period 2020-2030". Retrieved from: <https://www.mtc.government.bg/en/category/283/national-strategic-document-digital-transformation-bulgaria-period-2020-2030-0>

MyCompetence.bg (n.d.) About us. URL: <https://en.mycompetence.bg/static/1>

National Agency for Vocational Education and Training/NAVET (2022). Register of VET centres in Bulgaria. Retrieved from: <https://www.navet.government.bg/bg/registar-na-tsentrovete-za-profesiona>

National Association of Local Action Groups in Bulgaria (2018). Official presentation of the National Association of LAGs in Bulgaria. Retrieved from: <https://vomr.bg/en/official-presentation-of-the-national-association-of-the-local-action-groups-in-bulgaria>

*National Recovery and Resilience Plan of the Republic of Bulgaria* (2022). Retrieved from: <https://www.nextgeneration.bg/14>

National Statistical Institute Bulgaria/NSI (2023a). Tourism statistics. Retrieved from: <https://nsi.bg/bg/content/1847/туризъм>

National Statistical Institute (2023b). Arrivals of visitors from abroad to Bulgaria by months and by country of origin. URL: <https://nsi.bg/en/content/1969/arrivals-visitors-abroad-bulgaria-months-and-country-origin>

National Statistical Institute (2023c). Museums by districts in 2022. URL: <https://www.nsi.bg/en/content/3677/museums-districts>

ProNews Dobrich (2023). Robots serve and clean at a restaurant in Tyulenovo. Роботи сервират и чистят в ресторант в Тюленово. URL: [https://pronewsdobrich.bg/roboti-servirat-i-chistyat-v-restorant-v-tyulenovo-\(video-i-snimki\)-p345939](https://pronewsdobrich.bg/roboti-servirat-i-chistyat-v-restorant-v-tyulenovo-(video-i-snimki)-p345939)

Standard News (2018). Virtual reality and new technologies are offered at the Madara Horseman sight. URL: [https://www.standartnews.com/turizam/virtualna\\_realnost\\_i\\_novi\\_tehnologii\\_predlagat\\_pri\\_madarskiya\\_konnik-376795.html](https://www.standartnews.com/turizam/virtualna_realnost_i_novi_tehnologii_predlagat_pri_madarskiya_konnik-376795.html)

UNESCO (n.d.). World Heritage Convention - Bulgaria. URL: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/bg>

World Travel and Tourism Council/WTTC (2022). Economic impact reports. Bulgaria. Retrieved from: <https://wttc.org/research/economic-impact>

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение 1. Примери на организации, обучаващи на дигитални умения в България

Training provider name: Varna University of Management, Bulgaria
Website: <a href="https://vum.bg/bachelor-degrees/hm">https://vum.bg/bachelor-degrees/hm</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Module <i>Technologies in Tourism and Hospitality</i> as part of the Professional Bachelor in Hotel Management programme. Digital skills: computer literacy, online marketing and communication, basic knowledge about all technologies applied in the tourism and hospitality industries, including hotel and restaurant software, websites, social media, in-room technologies, AR/VR, robots/
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): Delivered face-to-face at the university premises

Training provider name: College of Tourism at the University of Economics-Varna, Bulgaria
Website: <a href="https://ue-varna.bg/en/subject/449">https://ue-varna.bg/en/subject/449</a>
Type of provider (see list above): University/College
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> of this document): Module <i>Computer Systems in Restaurants and Hotels</i> as part of the Professional Bachelor in Hotel and Restaurant Management Programme Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication and some technologies in the tourism and hospitality
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): Delivered face-to-face at the university premises; distance and part-time studying

Training provider name: International Business School, Botevgrad
Website: <a href="https://ibsedu.bg/bg/speciality/30-Tourism-and-entrepreneurship">https://ibsedu.bg/bg/speciality/30-Tourism-and-entrepreneurship</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication and some technologies in the tourism and hospitality Module <i>Digital transformation in business</i>

Methods of delivery of this provider (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
Class on *Digital Transformation of Business* as part of the Tourism and Entrepreneurship Bachelor programme

Training provider name:  
VET centre "Zenyt"

Website:  
<https://zenyt.com/obuchenia/%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%84%d0%b5%d1%81%d0%b8%d0%be%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d0%bd%d0%be-%d0%be%d0%b1%d1%83%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d0%b5-%d0%bf%d0%be-%d1%87%d0%b0%d1%81%d1%82-%d0%be%d1%82-%d0%bf%d1%80%d0%be/>

Type of provider (see list above):  
Vocational Educational Centre

Covered skills types (see list in *General Introduction*):  
Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication  
Courses for jobs in Hotel industry, Housekeeper, Waiter, Bartender

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In class or distance learning through a digital platform for education  
After completion of the course a certificate is issued, officially recognised by the Ministry of Education and Science

Training provider name:  
VET centre Davitoz

Website:  
<https://www.davitoz.org/vocational-training/>

Type of provider (see list above):  
VET centre

Covered skills types (see list in *General Introduction*):  
Courses for Restaurant manager, Barman, Cook, Waiter, Pastry chef, Baker, Pizza chef, Hotel manager, Receptionist, Chamber maid/Housekeeper, Porter/Bellboy, Tourist animator, Tour guide, Fitness instructor.  
Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In-class and online

Training provider name:  
VET Consult DM Ltd.

Website:  
<https://cpodm.eu/predlagani-profesii-i-specialnosti>

Type of provider (see list above):  
VET Centre

Covered skills types (see list in *General Introduction*):  
Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication  
Courses for Hotel manager, Receptionist, Housekeeper, Restaurant manager, Cook, Waiter, Bartender

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In-class, distance learning and online training

Training provider name:

VET Centre of Grand Hotel Plovdiv
Website: <a href="https://cpograndhotel-plovdiv.com/index.php">https://cpograndhotel-plovdiv.com/index.php</a>
Type of provider (see list above): VET centre
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication Courses for: Restaurant manager, Hotel manager, Cook, Chef, Baker, Waiter, Bartender, Receptionist, Travel agent, Tour guide, Animator, Housekeeper, Picolo/Bellboy
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class delivery

Training provider name: Vocational High school in tourism “Dr. Vassil Beron”, Veliko Tarnovo
Website: <a href="https://www.vtpgt.com/?p=projects">https://www.vtpgt.com/?p=projects</a>
Type of provider (see list above): Secondary VET school
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication, web & app development, digital design, etc. Special projects implemented to include trainings in digital skills in competences both for the lecturer and the students
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class only.

Training provider name: Vocational High school in trade and restaurant management, Vratza
Website: <a href="https://pgtr-vratza.com/">https://pgtr-vratza.com/</a>
Type of provider (see list above): Secondary VET school
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication, web & app development, digital design, etc. Special projects implemented to include trainings in digital skills in competences both for the lecturer and the students
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class only.

Training provider name: Vocational High school in tourism and clothing, Pernik
Website: <a href="http://pgotpernik.com/%D0%BA%D0%BB%D1%83%D0%B1-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/">http://pgotpernik.com/%D0%BA%D0%BB%D1%83%D0%B1-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/</a>
Type of provider (see list above): Secondary VET school
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital skills: computer literacy, basic knowledge on online marketing and communication, web & app development, digital design, etc.

Special club “Digital competences” to train digital skills and literacy
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class only.

Training provider name: StartUp Factory, Ruse
Website: <a href="https://startupfactory.bg/obuchenia/">https://startupfactory.bg/obuchenia/</a>
Type of provider (see list above): Incubational center; ICT Training provider; NGO
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital and entrepreneurship skills, e.g. programming, web & app development, digital content and design, social media use, web-based communications, etc.
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class, video classes

Training provider name: Telerik Academy
Website: <a href="https://www.telerikacademy.com/school/about">https://www.telerikacademy.com/school/about</a>
Type of provider (see list above): Commercial trainer – corporate training, upskilling, courses for secondary school level and kids
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital skills and social skills The company has numerous partners around the country (Innovator hubs, professional centres, secondary schools, etc.). A special focus on the developing of kids’ digital skills at a very early age (10-12 years old). Courses are mostly on digital skills – web development, digital science, competitive programming, game development. Besides, for the corporate training and upskilling the company includes at least 20% of the materials and time for soft and social skills development.
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class and distance learning

Training provider name: Software University/SoftUni
Website: <a href="https://softuni.org/about/">https://softuni.org/about/</a>
Type of provider (see list above): Commercial trainer
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): A full portfolio of different courses related to all digital skills and programming. the biggest non-formal tech education provider in South-Eastern Europe. Their teaching experience encompasses corporate trainings, bootcamps, and custom courses designed to elevate internal teams’ technical skills in new or niche technologies.
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class, distance learning and online classes

Training provider name: New Horizons
Website: <a href="https://bg.newhorizons.bg/">https://bg.newhorizons.bg/</a>

Type of provider (see list above): Commercial trainer
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Digital and social skills Application courses, Technical skills courses, Business skills courses
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class, distance learning, online live, online remote



## Приложение 2. Примери за организации, обучаващи на зелени умения в България

Training provider name: University of Food Technology, Plovdiv
Website: <a href="https://uft-plovdiv.bg/стопански-факултет-бакалавърски-пр/">https://uft-plovdiv.bg/стопански-факултет-бакалавърски-пр/</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management Module <i>Ecology, sustainable development and safety</i> as part of the Bachelor programmes “Tourism”, “Catering” and “Hotel and restaurant management”. Module <i>Food Service Facilities Hygiene</i> as part of the Bachelor programmes “Nutrition and Tourism” and “Catering”.
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class delivery

Training provider name: South-West University, Blagoevgrad, Bulgaria
Website: <a href="https://www.swu.bg/bg/prospectivestbg/admse/96-bprogrammescat/tourismcat/148-susttourismbgart">https://www.swu.bg/bg/prospectivestbg/admse/96-bprogrammescat/tourismcat/148-susttourismbgart</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management, sustainable development Bachelor programme Sustainable Tourism, with an explicit focus on the sustainable practices, green development, environmental protection, etc. Some of the modules delivered include <i>Ecology and responsible tourism, Sustainable tourism and sustainable mobility, Corporate social responsibility, Sustainable tourism certification, Management of ecological events, etc.</i>
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class delivery

Training provider name: University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria (UNWE)
Website: <a href="http://departments.unwe.bg/tourism/bg/pages/17699/%d0%be%d0%ba%d1%81-%d0%b1%d0%b0%d0%ba%d0%b0%d0%bb%d0%b0%d0%b2%d1%8a%d1%80.html">http://departments.unwe.bg/tourism/bg/pages/17699/%d0%be%d0%ba%d1%81-%d0%b1%d0%b0%d0%ba%d0%b0%d0%bb%d0%b0%d0%b2%d1%8a%d1%80.html</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: sustainability communication Module <i>Ecology and sustainable development</i> as part of the Bachelor programme “Tourism”
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class delivery

Training provider name: VET Estetika 2009 Ltd.
Website:

<a href="https://profesionalni-kursove.com/gotvach/">https://profesionalni-kursove.com/gotvach/</a>
Type of provider (see list above): Vocational and Educational Centre
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management Courses for the jobs Chef cook, Hotel manager, Restaurant manager, Waiter/Bartender
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In class or distance learning courses through a digital platform for online education

Training provider name: VET EuroAcademy for Training and Development, Sofia
Website: <a href="https://euroacademybg.com/gotvarski-sladkarski-korporativni-kursove/">https://euroacademybg.com/gotvarski-sladkarski-korporativni-kursove/</a>
Type of provider (see list above): Vocational Education and Training centre; Corporate trainings
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management Courses for jobs, specialized in F&B and culinary arts, e.g. Chef cooks, Pastry chef, Cook
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In class courses, with included apprenticeship in prominent restaurants

Training provider name: Vocational High School in tourism "Aleko Konstantinov", Pleven
Website: <a href="https://pgt-pleven.com/">https://pgt-pleven.com/</a>
Type of provider (see list above): Secondary VET school
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class only

Training provider name: Sofia Vocational High school in tourism
Website: <a href="http://spgt.org/">http://spgt.org/</a>
Type of provider (see list above): Secondary VET school
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class only

Training provider name: Vocational High school in tourism "Ivan Pavlov", Ruse
Website: <a href="https://pgtourism.info/">https://pgtourism.info/</a>
Type of provider (see list above): Secondary VET school
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class only

Training provider name: Greener Project
Website: <a href="https://greener-project.eu/training-resouces/">https://greener-project.eu/training-resouces/</a>
Type of provider (see list above): Commercial training provider
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Green skills: resource efficiency and environmental management
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class, distance studying

### Приложение 3. Примери на организации, обучаващи на социално-културни умения в България

Training provider name: Sofia University, Bulgaria
Website: <a href="https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/geologo_geografski_fakultet/specialnosti/bakalav_rski_programi/geologo_geografski_fakultet/turiz_m">https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/geologo_geografski_fakultet/specialnosti/bakalav_rski_programi/geologo_geografski_fakultet/turiz_m</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Social skills: <ul style="list-style-type: none"> <li>• competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;</li> <li>• showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity</li> <li>• interpersonal and intrapersonal skills;</li> <li>• competences that promote social progress which recognizes the needs of everyone;</li> </ul> Several modules like <i>Psychology, Philosophy, History of arts, Cultural geography in Europe, Customer care, Business communication, Customer psychology</i> in the Bachelor programme "Tourism"
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class delivery, distance and part-time delivery

Training provider name: University of Economics, Varna
Website: <a href="https://ue-varna.bg/en/subject/380">https://ue-varna.bg/en/subject/380</a>
Type of provider (see list above): University
Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i> ): Social skills: <ul style="list-style-type: none"> <li>• interpersonal and intrapersonal skills;</li> <li>• competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;</li> <li>• showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity;</li> <li>• cross-cultural understanding, supporting diversity, gender and racial equality;</li> </ul> Several modules like <i>Social Psychology in tourism, Customer care, Culture and civilisations, Bulgarian folklore and ethnography, Service management in tourism</i> from the Bachelor programme "Tourism"
Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification): In-class and distance learning

Training provider name: VET Center EGO
Website: <a href="https://cpo.centre-ego.info/%d0%b0%d0%b4%d0%bc%d0%b8%d0%bd%d0%b8%d1%81%d1%82%d1%80%d0%b0%d1%82%d0%be%d1%80-%d0%b2-%d1%85%d0%be%d1%82%d0%b5%d0%bb%d0%b8%d0%b5%d1%80%d1%81%d1%82%d0%b2%d0%be%d1%82%d0%be/">https://cpo.centre-ego.info/%d0%b0%d0%b4%d0%bc%d0%b8%d0%bd%d0%b8%d1%81%d1%82%d1%80%d0%b0%d1%82%d0%be%d1%80-%d0%b2-%d1%85%d0%be%d1%82%d0%b5%d0%bb%d0%b8%d0%b5%d1%80%d1%81%d1%82%d0%b2%d0%be%d1%82%d0%be/</a>
Type of provider (see list above): VET centre

<p>Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i>):</p> <p>Social skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;</li> <li>• showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity</li> </ul> <p>Courses: Receptionist, Housekeeper, Waiter, Bartender</p>
<p>Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):</p> <p>In-class delivery</p>

<p>Training provider name:</p> <p>VET centre to the IntelCOOP Hotel Ltd.</p>
<p>Website:</p> <p><a href="https://www.intelcoop.bg/bg/profesionalno_obuchenie/">https://www.intelcoop.bg/bg/profesionalno_obuchenie/</a></p>
<p>Type of provider (see list above):</p> <p>VET Centre; Corporate training</p>
<p>Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i>):</p> <p>Social skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;</li> <li>• showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity</li> </ul> <p>Courses: Hotel manager, Receptionist, Housekeeper, Chef, Cook, Waiter, Bartender, Tour guide, Travel agent</p>
<p>Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):</p> <p>In-class delivery</p>

<p>Training provider name:</p> <p>VET Bogoya, Varna</p>
<p>Website:</p> <p><a href="https://bogoia.net/avada_portfolio/%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%bc%d0%b0%d1%82%d0%be%d1%80-%d0%b2-%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc%d0%b0/?portfolioCats=45">https://bogoia.net/avada_portfolio/%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%bc%d0%b0%d1%82%d0%be%d1%80-%d0%b2-%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc%d0%b0/?portfolioCats=45</a></p>
<p>Type of provider (see list above):</p> <p>VET centre</p>
<p>Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i>):</p> <p>Social skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;</li> <li>• showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity</li> </ul> <p>Courses: Animator, Waiter, Bartender, Chef, cook, Restaurant manager, Housekeeper, Receptionist</p>
<p>Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):</p> <p>In-class and online through Moodle-based platform</p>

<p>Training provider name:</p> <p>Vocational high school in Tourism “Prof. Assen Zlatarov”, Varna</p>
<p>Website:</p> <p><a href="https://www.pgtvarna.com/">https://www.pgtvarna.com/</a></p>
<p>Type of provider (see list above):</p> <p>Secondary VET school</p>
<p>Covered skills types (see list in <i>General Introduction</i>):</p> <p>Social skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;</li> </ul>

- showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity
- interpersonal and intrapersonal skills;

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In-class only

Training provider name:  
Vocational High school in tourism “Alexander Paskalev”, Haskovo

Website:  
<https://pgthas.com/>

Type of provider (see list above):  
Secondary VET school

Covered skills types (see list in *General Introduction*):  
Social skills:

- competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;
- showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity
- interpersonal and intrapersonal skills;

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In-class only

Training provider name:  
Vocational high school in tourism, Pleven

Website:  
<https://pgt-pleven.com/>

Type of provider (see list above):  
Secondary VET school

Covered skills types (see list in *General Introduction*):  
Social skills:

- competences for managing personal relationships, demonstrating empathy, and cooperating with others;
- showing a positive attitude, respect, inclusivity, and intercultural sensitivity
- interpersonal and intrapersonal skills;

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In-class only

Training provider name:  
Arthur Adams Business training centre

Website:  
<https://arthuradams.bg/>

Type of provider (see list above):  
Commercial provider of diverse corporate training

Covered skills types (see list in *General Introduction*):  
Emotional intelligence, Manager efficiency, Leadership, Successful sales, Soft skills, Coaching

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):  
In-class and online training

Training provider name:  
New Horizons

Website:  
<https://bg.newhorizons.bg/>

Type of provider (see list above):  
Commercial trainer

Covered skills types (see list in *General Introduction*):

Social skills

Application courses, Technical skills courses, Business skills courses

Methods of delivery (i.e., online/class; modules/courses/trainings, certification):

In-class, distance learning, online live, online remote