

РОЛЯ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ ЗА ПОСТИГАНЕ ЕФЕКТИВНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

доц. д-р Ася Димитрова Пенчева

Университет за национално и световно стопанство – София

THE ROLE OF THE HUMAN RECOURSE MANAGEMENT FOR ACHIEVING EFFICIENCY OF THE TOURIST ENTERPRISE

Assoc. Prof. Asya Pencheva, PhD

University of National and World Economy – Sofia

Резюме: Всяка туристическа организация, която се стреми да постигне ефективност от своята дейност, се нуждае от три важни елемента. Те включват от една страна мисията, визията и стратегията на предприятието; от друга страна – организационната структура, и не на последно място – управлението на човешките ресурси, посредством което то постига своята цел. Настоящият доклад има за цел да акцентира именно върху ролята на мениджмънта на човешкия фактор за постигане на ефективност в туристическата дейност.

Ключови думи: човешки ресурси, развитие, ефективност, конкурентоспособност, обучение и квалификация.

Abstract: Each tourist organization that seeks to achieve efficiency of its activities, needs three important elements. These include one the one hand the mission, vision and business strategy; on the other – the organizational structure, and last but not least - the management of human resources, through which it achieves its objective. This report aims to focus precisely on the role of the management of the human factor to achieve efficiency in the tourism business.

Key words: human recourses, development, efficiency, competitiveness, training and qualification.

Увод

Туристическата индустрия се характеризира с това, че човешкият фактор представлява значителна част от туристическия продукт. От сферата на материалното производство, той е неделима съставна част от производствения процес, което го превръща в основен фактор за осигуряване на пакета от услуги, качеството и разнообразието на продукта. От качеството и уменията на служителите в значителна степен се определя общото впечатление за туристическия продукт. Голяма част от усилията на мениджмънта трябва да са насочени към развитието на човешкия фактор, а именно персонала, който е най-ценният ресурс за туристическата фирма. Ефективното развитие на човешките ресурси може да предостави на организациите значително конкурентно предимство при адаптирането им с предизвикателствата на 21 век. Туризмът създава специални предимства, както по отношение на възстановяването на икономиката на много страни с висок туристически потенциал, така и поради факта, че според оценките на

Световната организация по туризъм, туристическата индустрия е на първо място в света от гледна точка на заетостта на човешките ресурси.¹ В светлината на този растеж в сферата на туризма, противопоставен на уязвимостта на международната индустрия по отношение на проблемите с безопасността и сигурността, в крайна сметка успехът на индустрията на пътуванията зависи от професионализма и компетентността на заетите в нея лица.

Управлението на човешки ресурси в контекста на развитието на туризма

С повишаването на броя пътуващи и техните нужди, желания и очаквания, туристическите предприятия следва да са подготвени да се справят с това повишено и индивидуализирано туристическо търсене. Подобрения за цялата индустрия се осъществяват в областта на качеството на обслужване и удовлетвореността на потребителите. Признаването на **кариерните модели в туризма**, както и на политиките за квалификация и продължаващо обучение на персонала, отнеха твърде продължителен период от време, за да се развият.² Доста по-голям напредък следва да бъде направен за насърчителни политики по отношение на развитието на човешките ресурси.

Все повече се осъзнава фактът, че **развитието на човешките ресурси** е изключително важно за осигуряването на ефективността, качеството и възможностите за реакция на организацията към постоянно променящата се среда.³ В резултат на това, дейностите по обучение и развитие на човешките ресурси имат за цел да засилят адаптивността, гъвкавостта и продължителното развитие, да предоставят на организацията възможност за съществуване във все по-силно **конкурентната среда**. Въпреки това, значението на обучението и развитието на човешките ресурси не е толкова явно за организациите. Като последица от глобализацията на туризма и появата на новия глобален турист, обучението и развитието на човешките ресурси се превръщат във все по-важен аспект за ефективното управление на туристическото предприятие и постигане на поставените стратегически цели. Националната конкурентоспособност е все по-разпознаваема, особено в глобализацията се свят. По този начин, обучението и развитието се превръщат в изключително важни от гледна точка на индивида, организацията и страната като цяло.

Туризмът е сектор с интензивен пазар на труда, базиран основно на човешкия капитал, поради това развитието на човешките ресурси следва да бъде основна цел при управлението на организациите в сферата на туризма и пътуванията. През последните десетилетия страните отговориха на растежа в туристическата индустрия чрез фокусиране върху развитието на продукта и маркетинга му. Реорганизацията на индустрията и високата конкуренция на вътрешния и международен пазар създадоха необходимостта от **специализирани знания и умения**. Способността за успех и бъдещото развитие на туризма и дейностите свързани с него, зависят главно от способностите, качествата и знанието, което мениджърите могат да предоставят за постигането на стратегическите цели на туристическите структури. Множество аспекти могат да дефинират връзката туризъм – работна сила от гледна точка на качеството:

- ниво на квалификация;
- структура на работната сила;

¹ Alcazar, F. M., Fernandez, P. M. R., & Gardey, G. S. (2005). Researching on SHRM: An analysis of the debate over the role played by human resources in firm success. *Management Revue*, 16, 213 – 241.

² Bamberger, P., & Meshoulam, I. (2000). *Human resource strategy: Formulation, implementation, and impact*. Thousand Oaks, CA: Sage.

³ Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J.M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1217-1227.

- временна или постоянна заетост;
- текучество на персонала.⁴

Несъмнено, **качеството на предлаганите в сектора услуги**, в най-голяма степен предопределя удовлетвореността на клиентите и задоволяването на техните потребности. Развитието на човешките ресурси се превръща в основна **стратегия** за ефективно управление на предприятията в сферата на туризма.

Обучението на човешките ресурси – фактор за постигане на ефективността на туристическото предприятие

През изминалите години съществуваша много дискусии, отнасящи се до необходимостта индустрията да **инвестира в човешки ресурси**.⁵ Това е продиктувано от големия брой малки предприятия, които преобладават в индустрията и тяхната неспособност да подобрят професионализма и качеството на туристическия продукт. Доста често мениджърите възприемат обучението повече като разход, отколкото като инвестиция. Голям брой туристически структури не разпознават ползите и предимствата, които предоставят обучението и квалификацията на заетите лица, въпреки факта, че туризмът е индустрия от сферата на услугите, която несъмнено зависи от качеството и уменията на човешкия фактор.

Само добре **обучен и мотивиран персонал** може да предостави висококачествена услуга и да постигне конкурентно предимство за туристическото предприятие и дестинацията. Това може да бъде постигнато единствено чрез добро планиране, развитие и подкрепа на микро и макро ниво.⁶ От своя страна, обучението и развитието могат да се разглеждат като **ключов инструмент** при въвеждането на практиките и политиките за управление на човешките ресурси. Могат да бъдат изведени следните ползи, произтичащи от обучението и развитието на човешкия фактор:

- Обучението помага на служителите да се запознаят със своите задължения много по-бързо и ефективно.
- Подобрява се изпълнението на работните задължения на настоящите служители и им дава актуална информация за специални умения.
- Предоставя се повече време на управленските екипи, като съответно, по-малка част от него се отделя за коригиране на грешки, също така се намаляват загубите.
- Намаляване на текучеството на персонала.
- Въвеждане на обучение за безопасност може да помогне за избягване на нараняванията.
- Обучението може да помогне за привличане на добър персонал.
- Обучението създава по-възприемчиво отношение към промените.
- Обучението въвежда определени техники, като цялостно управление на качеството (TQM).⁷

Ефективното обучение е основен елемент на успеха в туристическа индустрия. Въпреки че идеята за необходимостта от обучение се приема добре от повечето менид-

⁴ The New Zealand Tourism Research Institute (2007). Food & beverage service sector productivity study. Retrieved March 25, 2009, from http://www.nztri.org/sites/default/files/Food_Beverage_Service_Report_Final.pdf.

⁵ Boselie, P., Dietz, G., & Boon, C. (2005). Commonalities and contradictions in HRM and performance research. *Human Resource Management Journal*, 15, 67-94.

⁶ Boxall, P. (2003). HR strategy and competitive advantage in the service sector. *Human Resource Management Journal*, 13, 5-20.

⁷ Gibbons, J. (2007). Employee engagement: A review of current research and its implications. The Conference Board.

жъри в туризма, в много случаи те не отделят достатъчно внимание на функцията на обучението, в контекста на собствените си бизнес отговорности. Един от основните проблеми на туристическата индустрия днес е, че за много компании, инвестирането в обучение и развитие на служителите е реактивен процес. Основна цел на управлението на човешките ресурси е да докаже, че усъвършенстването и развитието, както и всеки аспект на ефективното управление, трябва да бъдат проактивни. Ключът към инициативното обучение и развитие е събиране на информация и планиране.

Обучението е систематичен процес, при който човешките ресурси на една организация придобиват знания и развиват умения чрез инструкции и практически дейности, в резултат на което организацията подобрява своето общо представяне. Докато обучението е преди всичко ориентирано към достигане на съвършенство в специфични технически умения, то развитието е доста по-обширен процес, който често се прилага на управленските нива и чиято цел е да подобри у служителите концептуалните и аналитичните умения и уменията за решаване на проблеми.⁸

Във всяка модерна индустрия, в това число и туристическата, работната среда непрекъснато се променя. Пазарите, технологиите и моделите на заетост непрекъснато се развиват. В резултат на това, жизнените цикли на някои добре дефинирани професии стават по-къси от тези на нормалната работна кариера на един човек. Важна теза в **управлението на човешките ресурси** е приемането на факта, че промяната е неизбежна за повечето професии и всички хора ще бъдат принудени да се сблъскат с промени по време на кариерата си. Тези промени до голяма степен се „изискват“ в резултат на усъвършенстването на технологиите, информационните и комуникационни канали, както и икономическите и политически системи в цял свят.⁹ В този смисъл, на обучението не трябва да се гледа като на еднократна дейност, целяща да снабди хората с умения за цял живот, а като на процес, протичащ през цялата кариера на служителите. В този аспект развитието не се отнася само до управленските кадри, но и до служителите на всички нива.

В една среда на постоянни трансформации, обучението и развитието най-правилно се определят като **продължаващи във времето процеси**, част от ангажмента на управлението към служителите. Като се има предвид тази перспектива, целите на обучението не са вече просто придобиване на умения за изпълняване на специфични задачи, а по-скоро инвестиция в служителите за цялата им кариера в компанията.¹⁰ Нещо повече, процесът на обучение предполага дългосрочна ориентация и поставя по-силно ударение върху индивидуалните нужди на служителите, тъй като те се развиват и изменят заедно с цялата организация.

За средните и големи туристически фирми, въпросите за човешките ресурси, както и факторите, влияещи върху представянето и изпълнението на служебните задължения, обикновено са силно обвързани с **квалификацията на заетите лица**. Поради това, ролята на текущото развитие на човешкия фактор за постигане на стратегическите цели, става изключително важна. **Инвестирането в човешкия ресурс** чрез текущо обучение и развитие на уменията на работниците и служителите и възможността да се създава и добавя стойност към организацията са присъщи качества, за които успешните туристически предприятия са признати в целия свят.

⁸ Harter, J.K., Schmidt, F.L., & Hayes, T.L., (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 268-279.

⁹ Latham, G. P. & Mann, S. L. (2006). Advances in the Science of Performance Appraisal: Implications for Practice. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 21, 295-338.

¹⁰ Guerin, A. (2003). The French Initiative for Innovation in Tourism: How to Rejuvenate Supply and Increase the Productivity of the Tourism Sector? Paper presented at the Conference on Innovation and Growth in Tourism, Lugano, Switzerland.

Човешките ресурси и качеството на предлаганите услуги – фактор за постигане на конкурентоспособност на туристическото предприятие

Ролята и мястото на човешките ресурси, като основна съставна част на туристическия продукт, предопределят значението на управлението на персонала. Голяма част от усилията на мениджмънта трябва да са насочени към управлението на човешкия фактор, а именно персонала, който е най-ценният ресурс за туристическата фирма. В момента, човешките ресурси в туризма имат основно **значение за растежа** на нивото на конкурентоспособността и постигането на ефективността на туристическото предприятие. Развитието на туристическия сектор се свързва главно със създаването на нови работни места и увеличаването на приходите в тази област. Въпреки че повечето от длъжностите в сферата на туризма могат да бъдат обучени на работното място и да придобият необходимите знания и умения, заедно с развитието на туристическите дестинации с високо търсене, се поражда и нуждата от хора с отличителни мениджърски способности.¹¹ **Политиките за развитие**, независимо от профила на компаниите, включително и тези в сферата на туризма, поставят центъра на вниманието върху човешкия капитал. Или казано по друг начин, **развитието на туризма е в пряка зависимост от структурата и динамиката на работната сила**, което доказва значението на развитието на човешките ресурси за постигането на ефективност и конкурентно предимство.

Човешките ресурси, като фактор за засилване на конкурентоспособността и ефективността, създават най-голямата стойност на туристическото предприятие. Все повече се осъзнава, че конкурентоспособността на туристическия продукт се обуславя от качеството на човешките ресурси, ангажирани в отрасъла туризъм.¹² Не случайно се твърди, че качеството на обслужването и удовлетвореността на клиентите в много голяма степен зависят от човешкия фактор. Управлението на човешките ресурси включва подбора и задържането на конкурентоспособен персонал чрез създаването на положителен организационен климат, който предлага възможности за развитие, повишавайки мотивацията на заетите лица. Тези аспекти могат да определят ефективността на туристическите предприятия.

Най-важните фактори за конкурентоспособност и ефективност в сектора на туризма и пътуванията са качеството на предоставяните услуги, мотивацията за продажба, диференциацията на услугите и специализираното предлагане на продуктите. Човешките ресурси, заети в предприятията от сектора на услугите, са директен **участник в производството на туристическия продукт**, затова човешкият капитал е един от най-важните фактори за постигането на конкурентоспособност. Поради тази причина от изключително значение е създаването на климат стимулиращ обучението и развитието на персонала в организацията, да се инвестира в квалификация и повишаване на компетентностите на работната сила, да се даде възможност на персонала колкото може повече да участва в управлението на предприятието. Успешните резултати на предприятията в сферата на туризма ще покажат пазарната ориентация и възможността за предоставянето на най-добрата стойност на своите клиенти.¹³

Качеството на услугите често зависи от качеството на обслужването. Затова срещата между клиента и обслужващия персонал на предприятията в сферата на услугите

¹¹ Rothwell, W.J., J.E. Lindholm & W.G. Wallick, What CEOs expect from corporate training: building workplace learning and performance initiatives that advance organizational goals, Amacom New York, 2003.

¹² Ashraf H. & P. Mathur, Human Resource Development in Tourism Industry, Tourism Industry in India, Excel Books New Delhi, 2003.

¹³ Harter, J.K., Schmidt, F.L., & Hayes, T.L., (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement and business outcomes: A meta-analysis. Journal of Applied Psychology, 87, 268-279.

може да предскаже удовлетвореността от предоставените туристически продукти. Съвременните туристи са силно търсещи и имат високи очаквания към услугата в туризма, затова качеството на услугите е жизнено важно за оцеляването на туристическите предприятия във високо конкурентната пазарна среда.

Управлението на човешките ресурси от гледна точка на квалификацията и кариерното развитие

Като резултат от наемането на големи порции случайни, на непълен работен ден и „на повикване“ служители в сектора на туризма, и отчасти заради нискоквалифицирания характер на множество длъжности, обучението и развитието не са били с висок приоритет в индустрията. Предполага се, че индустрията може да разчита или на „завършилите“ в увеличавашия се брой професионални обучителни центрове, или на лицата, получили квалификацията си директно в предприятието, в което са наети.

И двете предположения обаче игнорират сложността и спецификата на услугата като продукт (или като серия от производствени процеси) и необходимостта предприятията в сферата на обслужването да „добавят стойността“ на своите служители, за да повишат производителността и ефективността на туристическото предприятие.¹⁴ Именно обучението предоставя възможностите, чрез които отделните туристически организации могат да осигурят последователност и надеждност на своето обслужване и да намали аномалното текучество на човешкия фактор в туристическия сектор.

Правилното използване на програмите за обучение и развитие на човешките ресурси в този сектор, независимо от тяхното местоположение могат да предоставят три значителни предимства на туристическите предприятия. Първо, те могат да предоставят на човешкият капитал възможност за развитие, а на клиентите услуга с по-високо качество. Второ, ако се свържат с вертикалното кариерно развитие между различните отдели в предприятието, такива програми могат ефективно да спомогнат за координацията между служителите работещи в различните звена. Това може да има синергични ползи върху **продуктивността и ефективността**.

Трето, добре структуриран стратегически план за развитие на човешките ресурси може да постави ясни връзки между обучителните дейности и програмите за кариерно развитие на всички служители. Ако са добре разработени тези връзки ще гарантират както задържането на персонала, така и качеството на предоставяните услуги. Постигането на ефективност на туристическото предприятие изисква иновативни и предприемачески решения.

В туристическата индустрия, обслужващият персонал е този, който е основна предпоставка за формирането на имиджа и атмосферата в конкретното заведение. **Човешкият фактор** е неделима съставна част от производствения процес, което го превръща във фактор за осигуряване на качеството и разнообразието на продукта и услугата. Ако приемем, че постигнатите резултати се характеризират с количеството и качеството на продуктите на труда, очевидно е, че колкото повече потребителни стойности създават трудовите дейности и колкото по-високо е тяхното качество, толкова по-висока ще бъде конкурентоспособността на туристическия продукт. От качеството на предоставяните услуги в значителна степен се определя общото впечатление за туристическия продукт, курорт, дестинация.

Значителна роля има системата за стимули и санкции на персонала. За поддържане **качеството на обслужване**, туристическите фирми внедряват **стандарти за обслужване** – комплекс от нормативи и правила за обслужване на туристите, които да

¹⁴ Guthrie, J. (2001). High-involvement work practices, turnover, and productivity: Evidence from New Zealand. *Academy of Management Journal*, 44, 180-190.

гарантират определено ниво на качеството за всички туристически продукти.¹⁵ За качеството на работа в сферата на туризма освен технологичната подготовка и познания за туристическия бизнес е необходима и психологическа подготовка. Все по-голямо значение придобиват личните качества на служителя, способността и уменията за оценка на ситуацията и вземането на адекватни решения. Оттук и големите персонални и професионални изисквания към персонала. Първата група изисквания се отнасят за характеристики на личността, които трудно се поддават на промени. За повечето професии в отрасъла туризъм, това са естествената представителност и приветливост, чувството за бърза ориентация, верните преценки за конкретно търсене, добрата памет и търговски нюх. Втората група изисквания засягат професионалните знания и умения, придобити в процеса на обучението и трудовия стаж. В случая става въпрос за инициативност, деловитост, умение за общуване, отлично познаване на извършваната дейност, владеене на чужди езици и др. **Ролята и мястото на персонала**, като основна съставна част на туристическия продукт предопределят значението на управлението на персонала. Голяма част от усилията на мениджмънта трябва да са насочени към управлението на човешкия фактор (персонала), който е най-ценният ресурс за туристическата фирма.¹⁶ Съвременните мениджъри на туристически фирми следва да се стремят да създадат еднопосочност във взаимоотношенията на персонала, насочени за предоставяне на висококачествени услуги на гостите и повишаване нивото на доходите на фирмата.

Заклучение

Всяко предприятие следва да обръща особено голямо внимание на човешките ресурси, които взимат участие в трудовата дейност и полагат усилия за постигане целите на организацията. Качественият подбор на кадри е необходимо и задължително условие за просперитета на всяка организация, тъй като човешкият фактор е най-мощният двигател за развитие. Прилаганите системи в туризма отразяват уменията за спечелване на клиента, познаването на извършваната работа в детайли и на дейността на структурните звена, с които се осъществява непосредствената връзка. Същевременно по-продължителният контакт на персонала с туристите е станал причина да се обръща особено внимание на неговото лично обаяние, на умениято му да работи с различни клиенти, на организаторските способности, на чувството за отговорност, инициативност и морална устойчивост.

Задължително условие е периодично да се събира и анализира информация, свързана с трудовото представяне на работниците, както и да се изготвя становище за тяхната работа, отчитайки дали са в синхрон с целите на организацията. Именно в това се състои взаимната връзка между предварителния подбор и оценяване на кандидатите за работа и вече работещите за организацията хора. Само хората, които вярват на своите служители и влагат усилия и ресурси в тяхното развитие имат шанс да създадат и управляват успешно и проспериращо (туристическо) предприятие.

В днешното динамично време сферата на бизнес отношенията се променя бързо и стремително, което предполага адекватни и точни решения, които биха могли да се реализират единствено и само от страна на добре подготвени управители в дадена организация, за да може да бъде тя конкурентно-способна спрямо останалите. Това изисква участието не само на управителя на организацията, а също така и на компетентно обучени кадри и персонал. Тази компетентност би могла да се прояви чрез успешно управление на човешките ресурси и потенциал на хората, работещи в дадената организация.

¹⁵ Lee, K. & Allen, N. J. (2002). Organizational citizenship behaviour and workplace deviance: The role of affect and cognitions. *Journal of Applied Psychology*, 87, 131-142.

¹⁶ Enz, C. A., Siguaw, J.A. (2000b). Best practices in service quality. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(5), 20-29.

Литература

1. Alcazar, F. M., Fernandez, P. M. R., & Gardey, G. S. (2005). Researching on SHRM: An analysis of the debate over the role played by human resources in firm success. *Management Revue*, 16, 213 – 241.
2. Bamberger, P., & Meshoulam, I. (2000). *Human resource strategy: Formulation, implementation, and impact*. Thousand Oaks, CA: Sage.
3. Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J.M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1217-1227.
4. The New Zealand Tourism Research Institute (2007). *Food & beverage service sector productivity study*. Retrieved March 25, 2009, from http://www.nztri.org/sites/default/files/Food_Beverage_Service_Report_Final.pdf.
5. Boselie, P., Dietz, G., & Boon, C. (2005). Commonalities and contradictions in HRM and performance research. *Human Resource Management Journal*, 15, 67-94.
7. Boxall, P. (2003). HR strategy and competitive advantage in the service sector. *Human Resource Management Journal*, 13, 5–20.
8. Gibbons, J. (2007). Employee engagement: A review of current research and its implications. The Conference Board.
9. Harter, J.K., Schmidt, F.L., & Hayes, T.L., (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 268-279.
10. Latham, G. P. & Mann, S. L. (2006). Advances in the Science of Performance Appraisal: Implications for Practice. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 21, 295-338.
11. Guerin, A. (2003). The French Initiative for Innovation in Tourism: How to Rejuvenate Supply and Increase the Productivity of the Tourism Sector? Paper presented at the Conference on Innovation and Growth in Tourism, Lugano, Switzerland.
12. Rothwell, W.J., J.E. Lindholm & W.G. Wallick, What CEOs expect from corporate training: building workplace learning and performance initiatives that advance organizational goals, Amacom New York, 2003.
13. Ashraf H. & P. Mathur, *Human Resource Development in Tourism Industry*, Tourism Industry in India, Excel Books New Delhi, 2003.
14. Harter, J.K., Schmidt, F.L., & Hayes, T.L., (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 268-279.
15. Guthrie, J. (2001). High-involvement work practices, turnover, and productivity: Evidence from New Zealand. *Academy of Management Journal*, 44, 180-190.
16. Lee, K. & Allen, N. J. (2002). Organizational citizenship behaviour and workplace deviance: The role of affect and cognitions. *Journal of Applied Psychology*, 87, 131-142.
17. Enz, C. A., Sigauw, J.A. (2000b). Best practices in service quality. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(5), 20-29.

За контакти:

Доц. д-р Ася Димитрова Пенчева
Университет за Национално и Световно Стопанство – София
0888 62 99 43
asyapencheva@gmail.com