

НАГЛАСИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ КЪМ ПРОДЪЛЖАВАЩОТО ОБУЧЕНИЕ И УПРАВЛЕНСКОТО КОНСУЛТИРАНЕ

доц. д-р Мария Нейчева
Бургаски свободен университет
проф. д-р Юлия Йоргова- Форд
Бургаски свободен университет

ATTITUDES OF BULGARIAN ENTREPRENEURS TO CONTINUING EDUCATION AND MANAGEMENT CONSULTING

Assoc. Prof. Mariya Neycheva, PhD
Burgas Free University
Prof. Yulia Yorgova, PhD
Burgas Free University

Abstract: *This paper discusses the results of a survey of Bulgarian enterprises. The outputs imply that the majority of respondents does not recognize staff training as a factor for company's competitive advantage and success. The survey confirms the view for a lack of sufficient interest and positive attitudes toward life-long learning and management which is an obstacle to competitiveness, efficiency and country's economic development.*

Key words: *life-long learning, management consulting, SMEs*

1. Въведение

Теориите на растежа разглеждат човешкия капитал като ключов фактор за икономически растеж в дълъг период. В моделите с ендегенен тип растеж той влияе предимно чрез изследванията, иновациите и в резултат – производителността [1]. Дайабълт и Хипе твърдят, че регионалните различия в иновациите и икономическото развитие в страните от Европейския съюз могат да бъдат обяснени със запаса от човешки капитал на регионално ниво [2]. Според по-широкия подход човешкият капитал, притежаван от индивида, включва освен придобитото образование формалното и неформално обучение и професионален опит [3]. Въпреки повишаващото се средно образователно равнище на населението и осъзнатата необходимост от поддържане на актуални знания и умения [4,5], активността в продължаващо обучение остава недостатъчно развита в българската икономика. Например през 2015г. по-малко от 27% от заетите са участвали в някаква форма на продължаващо професионално обучение в страната, сравнено с 41% за ЕС. Това е третото най-ниско равнище след Гърция (18.5%), Румъния (21.3%) и Литва (25.6%). Само 42% от българските предприятия са осигурили възможност за участие в професионално обучение срещу 73% за европейските страни. Във връзка с това целта на настоящия доклад е да представи фирмените нагласи към обучението на служителите и управленското консултиране и да потърси връзка с иновационната активност на базата на резултати от полево проучване.



2. Характеристики на извадката

Представените по-долу резултати са изведени чрез проучване на 151 предприятия по метода на директното стандартизирано интервю. Те са локализирани в югозападна и югоизточна България¹. Данните са набрани през 2020 г. и се отнасят преобладаващо за 2019 г. Включени са предимно компании в сектора на строителството (24%), търговия, ремонт и автомобили (18.5%), производство (17%). Малко повече от половината компании (52%) отчитат форма на иновационна дейност – научно-изследователска дейност (НИД) или иновация. Преобладаващият брой са малки и средни компании (69%), както показва обобщената статистика в таблица 1.

Таблица 1. Характеристики на извадката

	Югозападен регион	Югоизточен регион	Средно за извадката
Размер на предприятието според броя наети			
микро (0-9)	36.8%	34.7%	35.8%
малко (10-49)	32.9%	33.3%	33.1%
средно и голямо (50 или повече)	30.3%	32.0%	31.1%
Сума на инвестициите в НИД през 2019г. (хил. BGN)			
по-малко от 5000	27.5%	15.4%	21.5%
5 001 – 10 000	22.5%	10.3%	16.5%
10 001 – 20 000	17.5%	17.9%	17.7%
20 001 – 30 000	5.0%	2.6%	3.8%
30 001 – 50 000	5.0%	10.3%	7.6%
50 001 – 100 000	7.5%	5.1%	6.3%
повече от 100 000	2.5%	10.3%	6.3%
без отговор	12.5%	28.2%	20.3%
средно	20 606	47 429	32 527
Брой на хората, въвлечени в НИД			
ниито един	5.0%	48.7%	26.6%
един	37.5%	23.1%	30.4%
двама	27.5%	5.1%	16.5%
трима или повече	30.0%	23.1%	26.6%

¹ Следните региони са обхванати град София и софийска област, Перник, Кюстендил, Благоевград, Бургас, Сливен, Ямбол и Стара Загора.

Съвременни управленски практики XI - БСУ, 2021
ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В ДЕСЕТИЛЕТИЕТО
НА СВЪРЗАНОСТТА И АВТОМАТИЗАЦИЯТА

Независимо, че географското разпределение на респондентите е равномерно между двата региона се наблюдават значителни различия в иновативната им активност. Средно около 21 хил. лв. са отделяли тези от югозапада и над два пъти повече тези от югоизтока – около 47 000 BGN. Това е изненадващо предвид, че в първия регион попада столицата София, но може да бъде обяснено първо с по-малкия брой неотговорили (12.5% срещу 28%) и също така с по-високия брой респонденти в горния диапазон за размера на инвестициите. Над 10% от компаниите в югоизточна България регистрират инвестиции между 30 001 и 50 000 BGN и други 10% – над 100 000 BGN. За югозапад в тези интервали попадат съответно 5% и 2.5% от фирмите. 30% от предприятията имат само един нает за реализиране на НИД. Близко 60% са в етап на зрялост от дейността си и мениджърите считат, че са изградили успешен бизнес. Като цяло, данните посочват, че в югозападната част от страната по-голям брой предприятия имат иновационна активност макар и в по-малък размер, докато в югоизточна България има малко на брой компании с няколко големи инвестиции в НИД, което води до по-голям среден размер.

3. Обучение на работещите и управленско консултиране

Проучването дава подробна информация и за нагласите на предприемачите по отношение на обучението на персонала и управленското консултиране. Търсейки връзка с иновационната активност, тази секция анализира резултатите. Средно над 45% приемат, че никога не са използвали обучение или консултиране. Този дял е 55% на югоизток при 33% на югозапад. Само 4% отговарят, че имат дългосрочни договори и партньорства за продължаващо обучение. Фигура 1 описва разпределението на предприятията според сферата на обучение или консултиране.

Почти 37% не възприемат способността на персонала за самообучение като ключово конкурентно предимство. Нещо повече, по-малко от 1/3^{та} (30.5%) разглеждат обучението на персонала по-скоро като разход, а не – инвестиция. Само за 25% от проучваните компании обучението е приоритет и фактор за иновационна активност. Положителната нагласа към продължаващото обучение и инвестиции в квалификацията е по-силно изразена в югозападния регион, което не е изненадващо. Тези резултати показват липса на разбиране и доверие в непрекъснато повишаващата се квалификация на кадрите като предимство и фактор за дългосрочно развитие.

Що се отнася до доставчика на образователни или консултантски услуги, респондентите предпочитат малка компания или независим специалист/ консултант. Само 15% са установили партньорство с университетска или специализирана институция, или бизнес училище. Най-важната характеристика при избор на доставчик е опитът и уменията за конкретната индустрия или регион (53%). Всеки втори респондент е посочил, че предпочита аутсорсинга при обучение на персонала или консултиране. Репутацията, предишни контакти, ниската цена и готовност да се удовлетворят нуждите на клиента също са определящи при избора. Най-желаният обхват на такъв тип услуги включва комбинация от независима експертиза и интервенция, за което доставчикът предлага начин за постигане на желаната промяна, но също и участва при изпълнение на препоръчаните мерки.



Фиг. 1. Разпределение на българските предприятия според сферата на обучение или консултиране

(а) Продължаващо обучение



(б) Управленско консултиране



Съвременни управленски практики XI - БСУ, 2021
ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ В ДЕСЕТИЛЕТИЕТО
НА СВЪРЗАНОСТТА И АВТОМАТИЗАЦИЯТА

Трябва да се отбележат и основните пречки за използване на обучение или консултиране на мениджърите (табл. 2). Те включват висока цена, липса на подходящ доставчик, дефицит на време и трудностите при удовлетворяване на специфичните нужди и изисквания на фирмата. Всеки пети (22%) посочва, че се опасява и от изтичане на конфиденциална информация за компанията и нейния продукт.

Таблица 2. Основни пречки за използване на обучение или консултиране на фирмения мениджмънт*

	Югозападен регион	Югоизточен регион	Средно за извадката
Обучение на мениджмънта			
Липса на съответните услуги в региона	31,6%	16,0%	23,8%
Липса на време за използване на тези услуги	23,7%	21,3%	22,5%
Високи цени	38,2%	28,0%	33,1%
Недостатъчна информация за такива услуги	18,4%	8,0%	13,2%
Не се удовлетворяват специфичните нужди на МСП от предоставящите такива услуги	31,6%	17,3%	24,5%
Опасения от изтичане на конфиденциална информация относно фирмата и нейните продукти	19,7%	8,0%	13,9%
Друго	0,0%	13,3%	6,6%
Консултиране на мениджмънта			
Липса на съответните услуги в региона	31,6%	9,3%	20,5%
Липса на време за използване на тези услуги	17,1%	13,3%	15,2%
Високи цени	35,5%	36,0%	35,8%
Недостатъчна информация за такива услуги	10,5%	10,7%	10,6%
Не се удовлетворяват специфичните нужди на МСП от предоставящите такива услуги	17,1%	14,7%	15,9%
Опасения от изтичане на конфиденциална информация относно фирмата и нейните продукти	28,9%	14,7%	21,9%
Друго	0,0%	12,0%	6,0%

* Позволява се повече от един отговор.

4. Заключение

Резултатите от проучване на български, предимно малки и средни, предприятия позволяват да се направят следните изводи относно тенденциите в обучението на персонала и управленското консултиране. Голям дял от фирмите не разпознават продължаващото обучение като съществено предимство и условие за успех. Едва за



по-малко от една трета това е важно. Налице са разлики между двата изследвани региона. Една на всеки две компании в югозападната част на страната се обръща повече от веднъж към обучение и управленско консултиране, докато в югоизточния регион този дял е едва 25%. Фирмите предпочитат специализирани доставчици, а не образователни институции, което подсказва, че българските предприемачи не виждат университетите като източник на актуални знания и умения, както и модерни концепции и модели за управление на бизнеса и разрешаване на проблемите му. Високата цена се посочва като важна пречка за използване на обучение или консултантски услуги.

Тези резултати могат да се съпоставят с данните на националната статистика, според които дялът на малките предприятия с иновационна активност в страната през 2018г. е само 24%, а при средните – 47%. В светлината на теориите за растежа настоящото изследване насочва към заключението, че недостатъчните инвестиции в обучение е една от ключовите причини за това. Българският мениджмънт не отчита ключовата роля на човешкия капитал за конкурентността и просперитета. Няма установени навици и фирмена култура за продължаващо подобряване на квалификацията на заетите. Това от своя страна крие рискове не само на микроиво, но и за потенциала за растеж на регионално и национално равнище. По-задълбоченият анализ на връзката между продължаващото обучение, НИД и иновациите в нашата страна се очертава като една от насоките за бъдещо изследване.

Литература

1. Abel, A., Bernanke, B. *Macroeconomics*. 4th Ed., Addison Wesley Longman Inc., US, 2001.
2. Diebolt, C., Hippe, R. The long-run impact of human capital on innovation and economic development in the regions of Europe. *Applied Economics*, том 51(5), 2019, с. 541-563.
3. Yorgova Y. Human capital as prerequisite for the competitiveness of the outsourcing industry – the Bulgarian experience, *Proceedings of the International Scientific Conference „Eastern European Studies: Economics, Education and Law“*, vol. I, BFU & Odesa Institute of Trade and Economics, Ukraine, 2018, с. 27-29.
4. Караджова, З., *Кадрова политика в туризма*. Божич, Бургас, 2012.
5. Стоянова, Г., *Техники за справяне с възражения на клиенти*. Бизнес посоки, бр. 2, 2020, с. 34 - 46.