

МЕЖДУНАРОДНИ ТЕНДЕНЦИИ ВЪВ ВИСШЕТО БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЕ И ОЧАКВАНИЯ НА РАБОТОДАТЕЛИТЕ

проф. д-р Лина Анастасова
Бургаски свободен университет

INTERNATIONAL TRENDS IN THE HIGHER BUSINESS EDUCATION AND EMPLOYERS' EXPECTATIONS

Prof. Dr. Lina Anastassova
Burgas Free University

Abstract: *The paper discusses the major trends in the higher business education in global context and it is based on statistical data from reports of many governmental bodies and international organizations like UNESCO, UNO, British Council, United States Institute for International Education, The UK Department for Higher Education etc. On the other hand the paper examines the employers' opinion about the most important skills they value when they employ young graduates with business higher education with Bachelor's or Master's degree. This part of the paper is based on analysis of secondary data from a lot of international research on employers' opinion but on empirical data and conclusions from a representative survey with Bulgarian employers of companies from various sectors as well. The last part of the paper contains conclusions and suggestions for future activities on institutional and national level for improvement of the higher education in Bulgaria.*

Key words: *business higher education, employers' expectations, graduates' skills*

Въведение

В днешно време образованието е важен приоритет в стратегията за развитие на държавите, а видът и съдържанието на образованието е един от факторите за самоопределение на личността и нейната реализация. Достъпът до образователни програми и активно участие в тях е политически инструмент за преодоляване на негативните последици от глобализацията, бързите технологични и структурни промени, като фокусът на този акцент кристализира най-ясно в програмата за икономическа реформа от Лисабон (2000), която като цяло не можа да бъде изпълнена успешно в Европа, защото реформите и процесите се осъществяваха много по-бавно от предвиденото. Девет години след присъединяването на България към ЕС все още не е модернизирана и подобрена връзката между обучение и научни изследвания – дейности, които традиционно са институционално разделени в Българи, а административната реформа в БАН, неподкрепена с достатъчно финансов ресурс не доведе до очакваните резултати.

При обучението по бизнес винаги е съществувала дилемата относно релевантността му спрямо нуждите на практиката. Допреди 15-20 години в университетите и висшите бизнес училища се набляга предимно на академичното знание в отделните професионални области, което за миналите периоди си имаше и своето обяснение-повечето от самите управленски, маркетингови и финансови теории и концепти бяха



сравнително млади, все още напълно валидни и се утвърждаваха чрез усвояването им и прилагането им в практиката. Постепенно динамичното развитие на бизнес средата и драстичните промени в технологиите, глобализацията на пазарите, както и възникването на нови пазари налага бавно, но сигурно балансиране на двете страни на образователния процес – теорията и практиката, като въпросът все още е спорен [1]. Затова темата и проблемите относно адекватността на бизнес образованието към потребностите на практиката остават актуални и в 21-ви век в световен мащаб.

Бумът в социалните мрежи и бързото развитие на дигиталната технология променя драстично правилата на играта за фирмите и бизнес образованието. Следователно голямото предизвикателство е образованието е да отговаря бързо на потребностите на клиентите. Светът се глобализира и мултинационалните компании се борят да се справят с глобалното изместване в посока „нововъзникващи пазари“. Компаниите от развитите страни се нуждаят от повече знания за местните култури и практики и да развият скорост във вземането на решения. Университетите с бизнес образование трябва да помогнат да се попълни този недостиг в компетенциите. От друга страна възпитаниците на българските висши училища предлагат икономическо и бизнес образование се налага да работят не само в компании на българския пазар, но и в такива функциониращи на глобално ниво – в различни континенти, затова е важно да се види какво мислят чуждестранните работодатели за бизнес образованието в международен аспект, но също и какво мислят българските работодатели за уменията и знанията на кандидатите им за работа – възпитаници на българските университети.

Настоящият доклад се основава на статистически данни, изследвания и доклади, разработвани от UNESCO, Американския институт за международно образование, Британски съвет, Отдела за висше образование във Великобритания и др. институции. Целта му е да обобщи информацията за общите тенденции в международен план при висшето бизнес образование на бакалавърска и магистърска степен. Докладът съдържа и обобщена информация за мнението и очакванията на работодателите в развитите страни относно необходимите умения и знания на предпочитаните кандидати за работа – бакалаври и магистри, както и данни от емпирично проучване на БСУ по този проблем през 2014 година. Това е важен проблем и за работодателите в България и за българските висши училища, които отдавна вече са в пряка конкуренция на територията на България с филиалите на чуждестранните университети. Наред с това и стратегическите цели, свързани с висока конкурентоспособност на икономиката, благосъстояние на обществото и просперитет на гражданите изискват целенасочени инвестиции в изграждането на съвкупност от умения, улесняващи реализацията на образованите хора на трудовия пазар.

Тенденции във висшето образование в световен мащаб на ниво „бакалавърска степен“

Преди да обобщим и представим тенденциите във висшето бизнес образование, ще направим един обзор на някои важни тенденции изобщо в международното висше образование, тъй като това е широкият контекст, в който се развива и бизнес образованието. Обобщената информация от различни източници – международни изследвания и доклади, показва следните устойчиви тенденции във висшето образование в световен мащаб през последните години:

- *Промени в международната студентска мобилност: промени в генериращите и приемащи образователни пазари*

Данните сочат, че през последните години най-мобилни остават студентите от Азия – предимно Китай, Индия и Южна Корея като основни генериращи пазари за висшето образование в Европа¹. Почти всеки бти от всички студенти е от Китай, а общо 53% от чуждестранните студенти са от Азия². Данните от различни изследвания сочат, че британските студенти са по-малко склонни да следват в чужбина, отколкото студентите от други европейски страни³, като само 6% от тях прекарват част от следването си в чужбина. Към момента САЩ, следвани от Великобритания, Германия, Франция и Австралия остават най-предпочитаните държави за следване, като и почти половината от международните студенти се обучават в тези 5 страни⁴.

Като цяло най-голям брой чуждестранни студенти в Западноевропейските университети има от Китай и Индия, но в някои страни се наблюдава и ръст на студентите от Африка – предимно от Нигерия, като ръстът им е най-голям през 2015 година. Един от най-силно влияещите фактори върху студентската мобилност в световен мащаб са политическите и демографски промени в емитивните пазари на студенти и в частност държавната политика на азиатските страни. Азиатските държави се опитват да задържат своите млади хора да следват в Азия и по тази причина създадоха през последните 2 години „Общо пространство на висшето образование“ (Common Space for Higher Education), с което да насърчат трансграничната студентска мобилност и академична интеграция вътре в Югоизточна Азия. Повлияни от резултатите в Европа от Болонския процес и системата за трансфер на кредити, вече е в сила Протокол за трансфер на кредити в азиатските страни, както и две нови програми за насърчаване на студентската мобилност вътре в Азия: ASEAN (Международна мобилност на студенти) и „Passage to ASEAN“. Първата включва 59 университета от 7 държави, а втората осигурява виртуални и учебни турове за азиатски студенти и към момента много добре се развива сътрудничеството между Малайзия и Индонезия.

Що се отнася до Латинска Америка, университетите там се интернационализират много бързо – има голям поток „излизащи“ и „влизащи“ студенти. Най-големите генериращи пазари на студенти са Бразилия и Колумбия. Причина за това от една страна е големият брой млади хора на студентска възраст и в двете държави (в Колумбия те са 9 милиона), но от друга страна това е тенденцията колумбийските и бразилски работодатели да наемат най-вече студенти с чуждестранни дипломи – от Европа или САЩ⁵. В същото време в Латинска Америка учат и голям брой китайски студенти, на които се дава правото по линия на една специална програма да преподават китайски на южноамериканските студенти. Африканските студенти предпочитат да следват бакалавърски програми предимно във Франция, Великобритания и САЩ като данните сочат, че тази тенденция ще продължи, но в техните предпочитания през последните 2-3 години се включват и Унгария, Испания, Италия, Полша.

¹ www.universityworldnews.com/article.php?story=20140129200018337

² <http://monitor.icef.com/2014/02/summing-up-international-student-mobility-in-2014/>

³ www.timeshighereducation.co.uk/news/germany-aimsto-send-50-per-cent-of-students-abroad-by-2020/2016853.article

⁴ Пак там;

⁵ <http://monitor.icef.com/2013/02/colombia-seeks-the-best-path-forwardfor-its-tertiary-sector>



Правителствата на много държави в света, особено по-големите, където има и големи студентски популации насърчават чрез държавна политика преминаването на част от следването на студентите им в чужбина. В САЩ, Институтът по международно образование (Institute of International Education – ИЕ) лансира нова 5-годишна програма „Generation Study Abroad“, за да удвои броя на студентите, които получават международен опит по време на тяхното следване – от 295000 през 2015 година (10% от всички студенти в САЩ) до 600000⁶. Тази програма е създадена поради осъзнаването на факта, че глобализацията променя едновременно и начина на функциониране на света и пазарите, но променя и уменията и опита, които работодателите изискват от кандидатите за работа. ИЕ работи в партньорство с много правителства, институции и компании, за да се увеличи броят на възможностите за американските студенти да учат и работят в чужбина: чрез академични програми за обмен, международни стажове или стипендии за следване в чужбина. Студентската мобилност и следването в чужбина е предимство при кандидатстването за работа не само в България, но и във всички европейски страни. Според различни изследвания прекарването на част от обучението за бакалавърска или магистърска степен в чужбина помага на студентите да формират т.н. „меки умения“ (soft skills) като крос-културни комуникативни умения, умения за решаване на проблемите, за вземане на решения, тъй като се налага да справят сами в рязлични трудни ситуации⁷. Според същото проучване относно реализацията на дипломираните млади хора се оказва, че 5 години след завършване на образованието безработицата сред младите висшисти е с 23% по-ниска, отколкото при тези без опит от международна мобилност. Този факт е много важен като се има предвид високият процент безработни в Източна Европа.

Според 64% от работодателите в друго международно изследване „опитът в чужбина“ на кандидатите е решаващ фактор при назначаване на млади кандидати поради глобализация на икономиката⁸. Като резултат от тези трендове се наблюдава и тенденции на „откриване на звена и кампуси в чужбина от страна на западноевропейските и американски университети“. Към 2015 година в света има 220 кампуси изнесени в чужбина т.е. извън страните, където е седалището на университета. Едни от най-активните в това отношение са британските университети – Нотингам, Ламкастър, Мидълсекс, Стратклайд, които имат кампуси в Китай, Абудаби, Пакистан, о. Мавриций и др., където се четат съвременни програми по бизнес и компютърни технологии. Множество американски университети също имат кампуси по света – във всички западноевропейски страни, в Източна Европа вкл. и в България, Австралия, Азия, както и в Северна Африка – Тунис, Алжир и Мароко. Голяма част от тези звена и кампуси се подкрепят финансово от местните правителства, които по този начин дават възможност на местните млади хора да следват в своите страни, а не да напуснат за дълго страната си.

• *Засилване на международното сътрудничество между университети и институции в изследователската дейност.*

През последните 5-6 години се наблюдава и значително развитие на изследователското сътрудничество между различни образователни институции като отличен

⁶ www.iie.org/Programs/Generation-Study-Abroad

⁷ http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf;
www.frontiersjournal.com/documents/

TrooboffVandebergRaymonFRONTIERSJOURNALXVWinter2007-08-pdf.pdf; DAAD/British Council/ИЕ, www.nafsa.org/_/File/_/study_by_iie_daad_bc.pdf

⁸ http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf, p.15.

пример за това е Цюрихският Център за глобална устойчивост на околната среда (ETH) в Сингапур, основан през 2010 година. Новата инициатива „Британско-Американско изследователско сътрудничество по глобални проблеми“ (Global Innovation Initiative)⁹ е стартирана през 2013 година и представлява фонд осигуряващ финансиране на партньорство между САЩ и Великобритания с цел подсилване на многостранно сътрудничество между университети от горепосочените 2 страни, но и от някои други страни от Европа. ГИИ осигурява грантове на университетски консорциуми, които поставят ударение върху научни изследвания в областта на технологиите, инженерните науки и математиката. Целите на Глобалната инициатива са няколко, но основната е да се засили глобалната мобилност на студентите, изследователите и преподавателите между посочените страни.

В Европейския съюз тези инициативи се подкрепят изключително от Програма „Хоризонт 2020“ – най-голямата мултинационална изследователска програма в света до момента. Европейският съюз ще инвестира 80 млрд. за изследвания и иновативни проекти между 2014 и 2020 година, част от които ще бъдат осъществени от големи интердисциплинарни изследователски екипи от множество страни. Друг пример е Програмата ЕЕА Grants (Финансов механизъм на Европейското икономическо пространство), по линия на която се финансират междуинституционални проекти включително и с изследване на партньори от Исландия, Норвегия, Лихтенщайн и България.

• *Разрастване и диверсифициране на връзките между университет и бизнес практиката в международен мащаб.*

Това от една страна е резултат от оръзването в много страни на държавното субсидиране на научни изследвания, а от друга страна и популяризиране на университетите в други страни т.е. постигане на важна маркетингова цел, а именно утвърждаване на университетите като международни брандове. Франция е един отличен пример в това отношение, където дори бе създаден нов университет Paris-Saclay, който се явява вид „хъб на знанието“ от Париж до Калифорния. Кампусът е финансиран първоначално със 7.5 млрд. евро и ще приютава университети, изследователски институти, хай-тех фирми и стартиращи фирми т.е. ще има и някои функции на бизнес инкубатор – общо 19 институции. Наред с разрастването на партньорството между академия и бизнес, в някои развити западноевропейски страни възникнаха опасения, че в много случаи корпоративните интереси доминират над научните изследвания, подкрепяни от тях. Transparency International- Germany и др. нестопански организации обърнаха внимание, че трябва да има ясни правила при тези приложни изследвания и взаимоотношения между двете страни. Според някои активисти и наблюдатели в САЩ, наблюдават се много случаи, когато някои компании индиректно се опитват да спрат изследвания касаещи проучването на вредното влияние на някои индустрии върху общественото здраве.

Международни тенденции в бизнес образованието на бакалавърска степен и очаквания на работодателите

Макар, че тенденциите във висшето образование изобщо и в специализираното бизнес образование са почти еднакви, ще отделим специално внимание на тези в бизнес обуюението по отношение и на двете степени – бакалавърска и магистърска.

⁹ www.iie.org/en/Programs/Global-Innovation-Initiative/About#About;
www.britishcouncil.org/education/ihe/opportunities/global-innovation-initiative-grant



Глобализацията променя едновременно и начина на функциониране на света и пазарите, но променя и уменията и опита, които работодателите изискват от кандидатите за работа. Съгласно изследователски доклад на Hannover Research през последните години се наблюдават следните тенденции в бизнес образованието в международен мащаб:

- *Осигуряване на възможности за иновативно практическо обучение в бизнес специалностите, което включва:*

- Платен стаж (обикновено от 1 семестър), което дава на студентите безценен професионален опит;

- Обучение чрез решаване на проблем: студентите работят, за да анализират и решат конкретни проблеми на реална фирма. Това всъщност е активно учене чрез изпълнение на „тип“ консултантска услуга. Според това изследване активното учене чрез практика изисква високо равнище на институционална и преподавателска подкрепа. В учебните програми трябва да има сериозно съчетаване на учебните цели с възможности за практическо обучение.

В това отношение преобладаващата част от българските университети, които спечелиха проекти по ОП „Човешки ресурси“ за актуализиране на учебните си програми извършиха доста работа и подобриха учебните си планове и програми по бизнес специалностите. Бургаският Свободен Университет също изпълни такъв проект и около 70% от учебните програми в Центъра по икономически и управленски науки бяха актуализирани и допълнени, а също така беше осигурен стаж на голям брой студенти в добре функциониращи компании в региона, където те приложиха на практика усвоените знания и получиха отлични отзиви от работодателите.

Освен активното учене чрез дълъг платен стаж и интегрираните учебни планове се наблюдават още два тренда:

- *Висока степен на индивидуализиране на учебните планове в много ВУ:*

Някои университети в Европа и САЩ дават малка възможност за кастъмизация¹⁰, но голяма част са с големи възможности за адаптиране на учебния план на специалността към специфичните нужди и желания на студентите като целта е да има максимално удовлетворение от учебния план т.е. **дори и при образователните продукти подходът става все по-пазарен в посока приближаване максимално на офертата към търсенето.** Това, разбира се е възможно, ако има достатъчно голям брой студенти, част от които формират групи с общи интереси чрез избора на едни и същи дисциплини от каталога.

- *Обучението в бакалавърска степен в много университети в чужбина включва задължително и международен стаж на студентите.* Някои университети в САЩ като University of Southern California лансираха на международния образователен пазар дори „Световен/глобален бакалавър по бизнес“, по чиято програма студентите карат стаж в Италия – Милано, Южна Африка, Австралия и др. Голяма част от университетите във Великобритания и Германия също въвеждат задължително част от обучението на студентите да премине в друга страна, за да придобият допълнителни умения за справяне в необичайна и понякога трудна ситуация. Към момента около 1/3 от студентите в Германия пребивават под формата на стаж или обучение в

¹⁰ В много публикации вече се използва терминът кастъмизация (customization), както когато говорим за кастъмизация на предлаган продукт т.е. неговата индивидуализация или приготвяне максимално към потребностите на клиентите;

други страни, а до 2020 година Германия си е поставила за цел 50% от студентите ѝ да добиват международен опит по време на следването си¹¹. В България само университетите, които предлагат образование с двойна диплома имат обучение 1 семестър и/или стаж на студентите в чужбина.

Очаквания на работодателите спрямо кандидатите за работа от бизнес специалностите

Различни изследвания с работодатели от различни страни през последната декада сочат, че те предпочитат да наемат на работа млади хора със силни комуникативни умения, критично мислене, чувствителност към културната среда, високи етични стандарти и лидерски умения [2]. След глобалната финансова криза през 2008 година и липсата на корпоративна етика у някои компании като Enron голямо значение придоби темата за бизнес етиката и корпоративната социална отговорност [3]. По тази причина преобладаващата част от университетите в Европа и САЩ извършиха огромна работа, за да разработят такива учебни планове за бизнес специалностите, които да отговарят на актуалната ситуация. Различни изследвания сочат, че голяма част от западноевропейските и американските университети след задълбочени изследвания са направили необходимите промени в учебните си планове като са въвели дисциплини като корпоративна социална отговорност, Управление на промяната, Взимане на решения в несигурна среда и др.¹². Голямо изследване върху учебните планове и програми на 50те най-добри бизнес училища в света още през 2007 година сочи, че преобладаващата част от тях имат 1 или 2 дисциплини от следните три: Бизнес етика, Корпоративна социална отговорност и Устойчиво развитие [4,5]. Изследването им показва също, че нараства и броят на студентите, които се интересуват от такива теми и искат да ги изучават. В много от българските университети също са въведени през последните 8 години или цели дисциплини по тези проблеми или по няколко теми в различни дисциплини на бакалавърските или магистърски учебни планове. В периода след финансовата криза работодателите започнаха да подчертават нуждата от сътрудници със специфично бизнес ноу-хау и по-всеобхватни способности за решаване на проблемите. С други думи организациите се нуждаят от сътрудници едновременно с бизнес знания, меки умения, но и с техническа и по-точно компютърна компетентност. Различни изследвания, между които и това на Асоциацията на американските колежи и университети с работодатели, както и на други институции и организации водят до следните изводи [6,7].

- Като цяло само между 1/4 и 1/3 от работодателите смятат, че американските и западноевропейските университети подготвят адекватно студентите за глобалната икономика и съвременните предизвикателства и трябва да си подобрят обучението;

- Днешните бакалаври-кандидати за работа трябва да притежават от една страна по-широки умения и знания, но в същото време и по-задълбочени знания в дадена професионална област;

- Работодатели препоръчват на университетите и коледжите да наблегнат на обучение тясно свързано с практиката;

¹¹ www.iie.org/Programs/Generation-Study-Abroad 24;
www.timeshighereducation.co.uk/news/germany-aims-to-send-50-percent-of-students-abroad-by-2020/2016853.article; http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmusimpact_en.pdf;
www.frontiersjournal.com/documents/TrooboffVandebergRaymonFRONTIERSJOURNALXVWinter2007-08.pdf;

¹² BizEd2, <http://bbvchamber.com/biz-ed2-conference-set-for-june-23rd/>



- Работодателите предпочитат да наемат бакалаври, които могат да подготвят и провеждат изследвания и да извършват анализи базирани на данни; (доказателствен материал).

- Работодателите в международен мащаб предпочитат да наемат кандидати с креативно мислене и опит относно прилагане на усвоените знания и умения в реална среда [8]. Изследване на Фондация Карнеги относно „Усъвършенстване на обучението“ открива, че образованието в бакалавърска степен е „твърде тясно, не успява да предизвика и вдъхнови студентите да мислят креативно, да задават важни въпроси и да разбират мястото на бизнеса в по-широк институционален контекст“ [9]. Прави впечатление, че международните работодатели нямат съществени забележки към дисциплините, които се изучават и не предявяват сериозни изисквания за драстични промени в учебните планове т.е. към контента, а по-скоро забележките и неудовлетвореността им е от степента на придобиване на важни и необходими за практиката умения.

Интересно е, че изследване проведено от екип на БСУ в рамките на проект по линия на ОП „Човешки ресурси“ [10], обхванало извадка от мениджъри на 395 фирми, показва подобни резултати относно необходимите умения и знания, които работодателите очакват от кандидатите за работа. Една от целите на изследването бе на основата на обобщената информация да се извлекат необходимите знания и различни видове умения, на които да се наблегне при актуализиране на учебните програми с оглед по-бърза адаптация на младите хора към пазара на труда и по-бърза реализация в практиката и по-точно в условията на съвременните динамични пазари.

За да се изследва има ли разминаване и в каква степен между важността на знанията и уменията и оценката на работодателите за равнището на тези знания и умения беше приложен методът IPA (Important – Performance Analysis). Въпреки, че методиката на нашето и на цитираните изследвания е различна и не може да се правят преки сравнения, въпреки това от таблици 1 и 2 е видно, че има много сходни мнения на българските и чуждестранните работодатели относно необходимите умения, които трябва да притежават дипломираните бакалаври с бизнес и икономическо образование. И българските и чуждестранните работодатели държат дипломираните кандидати за работа да имат много добри комуникативни умения – писмени и говорими, да имат аналитично и критично мислене т.е. способност критично да анализират ситуацията, да имат креативно мислене и да могат да прилагат теорията в практически ситуации.

Таблица 1
Комуникативни и междуличности умения – разминаване
между важност и оценка*

Показател	Важност	Оценка	Разлика
	Средна стойност	Средна стойност	
Вербални комуникативни умения	2,62	2,14	0,48*
Писмени комуникативни умения	2,64	2,04	0,60*
Владееене на чужд език	2,28	1,92	0,36*
Умения за работа в екип	2,85	2,27	0,58*
Уважение към другите	2,82	2,25	0,57*
Средно за групата	2,64	2,12	0,52

* цитираната публикация #10 и 11;

** разликите са статистически значими при $p=0,05$

Освен това българските работодатели държат много и на желанието на кандидата и способността му да учи и да усвоява нови знания, а също и по разбираеми причини те оценяват високо владенето на чужди езици (виж Табл. 2).

Таблица 2
Когнитивни умения– Разминаване между важност и оценка

Показател	Важност	Оценка	Разлика
	Средна стойност	Средна стойност	
Аналитично мислене / способност да анализира ситуацията или проблема логично	2,73	2,07	0,66*
Умения за разрешаване на проблем / задача	2,77	2,11	0,67*
Способност да учи / да усвоява нови знания	2,82	2,26	0,56*
Интелектуални умения	2,67	2,21	0,46*
Разбиране на структурата, подчиненостите и дейността на организацията	2,48	2,12	0,36*
Любопитство / желание да се учи	2,68	2,09	0,59*
Иновативност / креативност	2,58	2,07	0,52*
Прилагане на теорията в практически ситуации	2,66	2,04	0,62*
Средно за групата	2,68	2,12	0,56

* разликите са статистически значими при $p=0,05$

Българските работодатели подобно на работодателите в Западна Европа, САЩ и Азия страни, също държат при отделните професии на определени специфични знания и умения. В рамките на изследването бяха проучени и кои са тези специфични знания за длъжностите в областта на финансите, маркетинга, счетоводството, продажбите.

На кръглата маса на тема „Бизнес и висше образование – заедно в полза на по-ефективно сътрудничество” проведена през м. юни 2011 г. по повод 20 годишнината на БСУ и на Центъра по икономически и управленски науки с участие на представители на 13 големи фирми се очертаха следните проблемни области между двете страни – университети и бизнес, част от които се покриват с резултатите от цитираните изследвания [11]:

- наред с удовлетвореността от качеството на обучение бяха изказани и мнения, че обучението трябва да бъде още по-практически ориентирано;
- необходимост от повече умения за бърза адаптация към работа в динамична бизнес среда;
- необходимост от повече чуждоезикови знания с бизнес ориентация.

Мнения на работодателите в международен мащаб за обучението на ниво „Магистърска степен“

Според данни от международни изследвания, вкл. и изследвания на висши бизнес училища във връзка с разработването на нови MBA програми, които да отговарят на текущите нужди на работодателите, съществуват 10 критични умения и способности, които са важни за работодателите при подбор на човешки ресурс за компа-



ниите си, но висшите училища за бизнес не поставят достатъчно ударение върху тях като¹³:

Първо: Висшите училища за бизнес не измерват и оценяват адекватно дали студентите им усвояват нови и релевантни умения и способности.

Второ: Тези критични умения и способности са следните:

- Себепознаване и самоувереност т.е. дипломираните магистри трябва да знаят много добре силните и слаби страни, което ще им помогне да изградят солидна основа за бъдещо лидерство.
- Университетите трябва да обучават студенти в това как да комуникират с хора от други култури в различна културна среда и по тази причина е полезно част от следването да е в чужбина.
- Умение за работа в екип: кандидатите за работа трябва да умеят да се сработват в екип, да могат да работят ефективно с други хора;
- Интегриране на собствените морални принципи към етичния кодекс на компанията.
- Критично мислене: Бизнес университетите и бизнес коледжите е необходимо повече да работят в посока обучение на студентите в критично мислене, в умения за задълбочен анализ и извличане на изводи;
- Комуникативни качества – писмено и говоримо;
- Умения за работа в несигурна и неясна среда, където проблемите нямат ясни решения¹⁴;
- Креативност т.е. да се насърчава способността на студентите да генерират нови идеи, нетрадиционни решения и концепции. Някои автори считат, че трябва да се разработят специални методи и техники за насърчаване и развиване на предприемаческо поведение у студентите [12].
- Бърза реакция и активност: работодателите очакват кандидатите за работа да се ангажират активно с работата, да реагират бързо и адекватно;
- Кандидатите за работа трябва да притежават и умения за продажби, включващи, но не само способността да влияят върху мнението на другите;

Трето: Бизнес университетите продължават да наблягат на теорията, а би трябвало повече да наблягат на практически ориентираното обучение и по-точно симулации в реална среда – 34% от работодателите са на това мнение и подчертават, че това е една основните им забележки. Те биха предпочели да наемат млади хора с нагласа към практически решения, а не само с теоретична подготовка.

Друга тенденция, която касае и бакалавърската и магистърската е набирането на скорост на е-обучението, което се предлага вече и от много университети в България, като все повече се разширява портфолиото от специалности, за които тази форма е достъпна. В същото време съществува и комбинирана форма, при която голяма част от дейностите преминават през Интернет, а друга – по-малка част е с присъствено обучение. Е-обучението от 5-6 години има и сериозен конкурент в лицето на

¹³ Изследването обхваща извадка от 90 изпълнителни директори, мениджъри от целия свят, като 9% от мениджърите са на компании в Европа, а 17% са работещи в Азия (Япония, Корея, Сингапур и Хонг Конг) и 14% са от нововъзникващи пазари- ЮАР, Китай и Южна Америка, The Future of Business Education & the Needs of Employers, Hult International Business School, <http://www.hult.edu/en/research/>; [https://www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty-\(1\)/](https://www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty-(1)/);

¹⁴ [https://www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty-\(1\)/](https://www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty-(1)/)

Интернет портала Balloon, който предлага голям каталог от е-курсове чрез платформите Coursera, Udacity, както и разнообразни лекции на специалисти от Adobe и Microsoft. Целта на Apollo Education Group е обединено предлагане на онлайн курсове с оглед оптимизиране връзката между познания, умения, образование и работодатели и групировката ще става все по-силен конкурент на университетите.

Тъй като почти всички изследвания след 2008 година сочат, че образованието по бизнес не отговаря в голяма степен на нуждите на бизнеса, някои изследователи и академици дори призовават висшите училища по бизнес и университети с бизнес специалности да се обединят и да предприемат съвместни действия, за подобряване на академичните програми [13].

Изводи и насоки за бъдещото бизнес обучение и поуки за България

Обобщеният извод от всички проучвания през последните няколко години сочи необходимостта от промени не толкова в учебните планове на висшите училища като комплекс от дисциплини, а по-скоро промени в начина на обучение и подготовката на студентите, а именно преминаване към все по-активизиращо обучение – делови игри, по-дълги стажове в реална среда, решаване на казуси, решаване на трудни проблеми на реални фирми в бързо променяща се среда и др.

Първо: Висшите училища и факултети за бизнес образование в България и чужбина трябва да наблегнат на развиване, оценяване и измерване на способностите и уменията на студентите в различни области, а не само на знанията им и да им осигурят аргументирана обратна връзка.

Второ: Имайки предвид, че според представените данни от различни международни изследвания, работодателите в международни компании предпочитат да наемат кандидати с креативно и критично мислене и опит, университетите за бизнес образование би трябвало да разработят и внедрят методи за формиране на креативно мислене и нагласа, както и методи и различни тестове и техники за насърчаване на критично мислене и анализ.

Трето: С оглед създаване на благоприятни условия в България за успешно „заработване“ на ключовия триъгълник на знанието „висше образование – научни изследвания – иновации“ държавните институции трябва да осигурят значително финансиране на съвместни проекти между няколко университета и фирми включващи развойни изследвания и други полезни за практиката проекти. Отделно на университетите – независимо държавни или частни – държавата трябва да осигурява т.н. „иновативен фонд“ т.е финансов ресурс, с който те да финансират най-иновативните си проекти, оценявани от екипи от външни специалисти и тези действия неминуемо ще доведат до по-високо ниво на креативност на студентите.

Четвърто: В бизнес обучението във висшите училища трябва все повече да се въвеждат бизнес игри, симулации, за да се формират все повече практически умения и такива за бързо вземане на решения на основа на анализ на ситуации от практиката. В този смисъл трябва да се работи повече с:

- действащи бизнес инкубатори
- вътрешни проекти на фирмите

Пето: Бизнес обучението в бакалавърска степен във висшите училища в България да включва по възможност и международен стаж на студентите поради предпочитанието на работодателите да наемат кандидати с такъв стаж и опит. Поради изоставането в това отношение на Българските университети е необходимо държавните органи и в частност Министерство на образованието да подкрепят с дейст-



вия, финансиране и контакти целите и стремежа на университетите в това отношение. Стажовете в компании в чужбина е необходимо да бъдат минимум 30 дена, при което да завършват с обоснована оценка на стажантите от чуждестранния партньор. Колкото повече реален практически опит имат студентите, толкова по-добре за работодателите.

Имайки предвид динамичните промени в бизнес средата в глобален аспект и нарастващата необходимост от различни умения и задълбочени знания у навлизащите на трудовия пазар балкалаври и магистри обучени в България, е необходимо българските университети предлагащи бизнес образование да предприемат все по-активни действия в посочените по-горе насоки, което ще ги направи по-конкурентоспособни на международния образователен пазар.

Цитирана литература

1. Clinebell, Sh.K. and J.M.Clinebell, The Tension in Business Education Between Academic Rigor and Real-World Relevance: The Role of Executive Professors, *Academy of Management Learning & Education*, 2008, Vol.7, Nr.1, pp.102-103
2. Clinebell, Sh.K. „What Employers Want, What We Teach.” *BizEd*, March/April 2013, p. 43
3. Mashable, S. Ordonez, Four Business School Trends to Watch, 2012. <http://mashable.com/2012/06/17/business-school-trends/#AwoxRwlybiqS>
4. Christensen, L.J., Peirce E., Hartman, L.P. and W. M. Hoffman, Ethics, CSR, and Sustainability Education in the Financial Times Top 50 Global Business Schools: Baseline Data and Future Research Directions, *Journal of Business Ethics*, July 2007, Volume 73, issue 4, pp 347–368
5. Thompson, J.W. An Exploration of the Demand for Study Overseas from American Students and Employers, DAAD/British Council/IEE, www.nafsa.org/_/File/_/study_by_iie_daad_bc.pdf
6. Raising the Bar: Employers’ Views on College Learning in the Wake of the Economic Downturn.” Hart Research Associates, 2010, p. 1. http://www.aacu.org/leap/documents/2009_EmployerSurvey.pdf
7. Employers’ perception of graduate employability, Flash Eurobarometer, 2010 http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_304_en.pdf;
8. Graduate Employability: What do employers think and want? 2008 http://ec.europa.eu/education/higher-education/doc/business/graduate_en.pdf); Ready to grow: business priorities for education and skills. Education and skills survey, 2010;
9. Rethinking Undergraduate Business Education: Liberal Learning for the Profession.” Carnegie Foundation Studies in Higher Education. <http://carnegiehighered.org/book/rethinking-undergraduate-business-education-liberal-learning-for-the-profession/>;
10. Анастасова, Л. и Ат.Луизов, Отново за висшето образование и пазара на труда: емпирично изследване на работодателите в България, сборник доклади, научна конференция „Образование и бизнес за ефективна реализация на младите хора на пазара на труда“, БСУ, 2014, с.15, 21
11. пак там, с. 21
12. Florin, J. Karri, R. and N. Rossiter, Fostering Entrepreneurial Drive in Business Education: An Attitudinal Approach, *Journal of Management Education*, 2007, Vol.31, Nr. 1, 17-42

13. Srikant M. Datar, David A. Garvin, Patrick G. Cullen, (2011) „Rethinking the MBA: business education at a crossroads”, Journal of Management Development, Vol. 30 Issue: 5, pp.451 – 462).

Интернет ресурси

1. www.universityworldnews.com/article.php?story=20140129200018337
2. <http://monitor.icef.com/2014/02/summing-up-international-student-mobility-in-2014/>
3. www.timeshighereducation.co.uk/news/germany-aimsto-send-50-per-cent-of-students-abroad-by-2020/2016853.article9
4. [opp.cit.,www.timeshighereducation.co.uk/news/germany-aimsto-send-50-per-cent-of-students-abroad-by-2020/2016853.article9](http://www.timeshighereducation.co.uk/news/germany-aimsto-send-50-per-cent-of-students-abroad-by-2020/2016853.article9)
5. <http://monitor.icef.com/2013/02/colombia-seeks-the-best-path-forwardfor-its-tertiary-sector>
6. www.iie.org/Programs/Generation-Study-Abroad
7. http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf; www.frontiersjournal.com/documents/TrooboffVandebergRaymonFRONTIERSJOURNALXVWinter2007-08-pdf;
8. http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf, p.15
9. www.iie.org/Programs/Generation-Study-Abroad24; http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf; www.britishcouncil.org/education/ihe/opportunities/global-innovation-initiative-grant
11. www.iie.org/Programs/Generation-Study-Abroad24; http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf; www.frontiersjournal.com/documents/TrooboffVandebergRaymonFRONTIERSJOURNALXVWinter2007-08-pdf.pdf;
12. BizEd2, <http://bbvchamber.com/biz-ed2-conference-set-for-june-23rd/>
13. <http://www.hult.edu/en/research>; www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty; www.iie.org/en/Programs/Global-Innovation-Initiative/About#About;
14. [www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty-\(1\)/](http://www.ashridge.org.uk/faculty-research/research/current-research/research-projects/strategy-and-uncertainty-(1)/)

За контакт: проф. д-р Лина Анастасова
Рък. катедра „Маркетинг“
Зам.декан на ЦИУН
Бургаски свободен университет
Емейл: anastassova@bfu.bg