



Европейски социален фонд

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“  
Проект № BG051PO001-3.1.08-0010  
«Ключ към качеството»



Европейски съюз

# Резултати от социологическите изследвания на кандидат-студентите, работодателите, потребителите на научни продукти за оценката им на качеството на подготовката в СУ

---

Петя Кабакчиева и екип

---

Научно-приложна конференция  
«Качество на управление във висшите училища»  
7 – 8 ноември 2014 г., Боровец

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа  
на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“,  
съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз  
*„Инвестира във вашето бъдеще!“*

## Дейност 3.2

### “Анализ на мнението на потребителите на основните продукти и услуги, предлагани от СУ”

- **Екип:** професор Иванка Мавродиева, професор Цветан Давидков, доцент Калоян Харалампиев, доцент Петя Кабакчиева, Деян Петров, Кристиян Христов, Бистра Иванова, Милка Седова, Кристина Йовчева. Теренът с кандидат-студентите бе проведен с любезната помощ на инспекторите Невена Пазова и Боряна Захариева; въвеждането на резултатите от същото изследване - от студенти от специалност Социология под ръководството на асистент Антоанета Гетова.
- **Цел:** Оценка на очакванията, нагласите, вижданията на потребители на основни продукти и услуги на СУ - кандидат-студенти, работодатели, потребители на научни продукти, за качеството на подготовката в СУ, възможностите за реализация на завършилите СУ, с оглед оптимизация на качеството на управлението в СУ.

# Проведени изследвания

- Подготвително изследване. Изследване на декани. Метод: Интервюта лице в лице. Доклад: професор Иванка Мавродиева
- Изследване на кандидат-студентите. Метод: анкетна карта, количествено изследване, събрани 2 736 анкетни карти. Доклад: доцент Петя Кабакчиева
- Изследване на работодатели. Метод: он лайн въпросник със затворени и отворени въпроси, отговорили 42 работодатели, 66% от частния сектор, 34 % от публичния. Доклад: професор Цветан Давидков и Деян Петров
- Изследване на потребители на научни продукти на СУ. Метод: интервюта лице в лице и он лайн въпросник. 10 интервюта и 3 попълнени он лайн въпросници. Доклад: Кристиян Христов



# Работодатели

- Като цяло подготовката в СУ се оценява положително, той е посочван на първо място като предпочитан университет за набиране на кадри, работодателите биха препоръчали възпитаниците му на колеги
- Основните ориентири / препоръки на работодателите за развитие на университетското образование са: а) практико-приложна ориентираност на обучението; б) гъвкавост / адаптивност / съответствие (адекватност) на динамично променящите се нужди на бизнеса / пазара; в) актуалност / съвременност; иновативност; съизмеримост с най-новото и доброто.
- Разгърнатата картина / цялостна интегративна представа на работодателите за качествено университетско образование е представена в „РЕЧНИК“ НА КАЧЕСТВЕНОТО УНИВЕРСИТЕТСКО ОБРАЗОВАНИЕ. Съдържателните „акценти“ в този речник могат да се използват като ориентири при изграждане на стратегия и търсене на конкретни пътища за повишаване качеството на университетското образование.



Как оценявате следните качества на работещите във Вашата организация възпитаници на СУ?	Средна стойност на променливата	ранг	група
☺ Съвместно изпълнение на служебните задължения	3,95	1	I
☺ Дълбочина на теоретичните знания	3,77	2	
☺ Комуникативност	3,76	3	
☺ Работа в екип	3,65	4	II
☺ Творческо мислене, иновативност и гъвкавост	3,60	5	
☺ Умения за работа с новите ИКТ	3,54	6/7	
☺ Ерудиция и широка обща култура	3,54	6/7	
☺ Бърза адаптация към променени условия	3,53	8	
☺ Знания на чужди езици	3,32	9	III
☺ Справяне с конфликти	3,11	10	
☺ Инициативност и способност да взема управленски решения	2,95	11	IV
☺ Умения за практическо приложение на знанията	2,94	12	
☺ Приложимост на знанията в международен план	2,92	13	
☺ Умения за планиране и управление на проекти	2,71	14	



Когато наемате специалисти във Вашата организация, с какво се съобразявате при подбора? (моля, посочете до 3 отговора)	Абсолютен брой	% от анкетираните	ранг
⌚ Представяне на интервюто/на подбора за работа	34	83	1
⌚ Трудов опит/практикуване на професията	28	68	2
⌚ Специалността, която са завършили	27	66	3
⌚ Препоръки от хора, които познавате	22	54	4
⌚ Висшето училище, което са завършили	21	51	5
⌚ Външен вид/дрес код	11	27	6
⌚ Международен опит	6	15	7
⌚ Успехът	3	7	8/9
⌚ Друго (извънкласни дейности; информация от други работодатели; средно завършено училище; мотивацията и идеите за развитие)	3	7	8/9



# ВРЪЗКИ МЕЖДУ РАБОТОДАТЕЛИ И СУ

- Работодателите отбелязват необходимост от подобряване на взаимоотношенията между СУ и организации от частния и публичния сектор. На практика в момента тази връзка е слаба или отсъства. Работодателите подчертават нуждата от проактивна позиция на университета, за да могат да се установят трайни и полезни за двете страни партньорства като се започне с предоставяне на повече информация и интензифициране на комуникацията. Информацията, от която в най-голяма степен имат нужда работодателите е по отношение на услугите, които университета може да им предложи в смисъла на иновации, научни продукти и възможности за квалификация и развиване на умения. Сред най-популярните форми на партньорства са: 1) Студентските стажове и практики; 2) Обмяната на know-how; 3) Договори за партньорства и 4) Периодичните срещи със студенти;



# КАНДИДАТ-СТУДЕНТИ

- СУ се очертава преди всичко като **регионален - софийски университет** - кандидатстващите в него са преди всичко от София - това е важна хипотеза, която трябва да се провери още веднъж. Следват по значимост кандидат студенти от малки градове. Доминиращият типаж на кандидат-студентите в СУ е: зрелостници, предимно момичета, с успех над 5, завършили СОУ или профилирана гимназия, жители най-вече на София, с майка висшистка /на 72 на сто от кандидат-студентите/.
- Мотивацията за следване в СУ е устойчива и обвързана преди всичко с престижа на най-старото висше учебно училище у нас, както и с качеството на подготовката. Малко повече от половината кандидат-студенти при евентуален неуспех ще кандидатстват пак в избраната специалност - това показва "срастване" на СУ с определени специалности при избора - не просто СУ, но *точно тези специалности в СУ*. Това означава и **тежест на марката СУ** за определени специалности.





# КАНДИДАТ-СТУДЕНТИ

- Най-популярните и търсени факултети са Юридическият, ФМИ и Медицинският, най-слабо популярните са Физически факултет, ИФ, Богословски, БФ. Икономическите специалности не са много на почит - Стопанско управление е посочено от 1,1 на сто, Икономика и финанси - 1%. Основният конкурент на СУ е УНСС, вероятно с икономическите специалности. Медицинска академия е на второ място и следва ТУ в София. Провинциалните университети със сходен профил не са сериозни съперници.
- Преобладават неформалните персонални канали за информиране над институционалните - 62 на сто от кандидат-студентите се информират от приятели, учещи в СУ; и он лайн източниците над конвенционалните като справочници и медии. Сайтът на СУ е посочен от 52 на сто от анкетираните.



За да се ориентирате по-добре в кой университет да следвате, каква информация Ви е най-необходима? (до 5 отговора)

За това как се кандидатства	55,7%
За предлаганите специалности	70,5%
За реализацията след дипломиране	67,8%
За таксите и разходите за обучение	35,2%
За преподавателите	19,9%
За материалната база	24,3%
За възможностите за студентска мобилност	12,7%
Международно признаване на дипломата	46,7%
За методите на обучение	27%
За възможностите за практики и стажове по специалността	41,2%
За стипендиите, които се предоставят	11,4%
За студентския живот	5,9%
За студентите, които учат там	3,4%
За това по какъв индивидуален план ще се развивам, докато следвам	7,9%
За студентските общежития	2,9%
Друга (моля, посочете каква)	0,4%
Нямам нужда от такава информация	0,5%



По време на следването си в СУ очаквам (до 5 отговора):

Нямам никакви конкретни очаквания	7%
Да получа сериозна теоретическа подготовка	50,2%
Образованието ми да има предимно практическа насока	41,6%
Да участвам в научноизследователска дейност	15,2%
Да открия интересни приятели	27,1%
Да се срещна с известни преподаватели	11,1%
Да се запозная с полезни хора, които да ме движат напред	43%
Да ми осигури добра професионална реализация след завършването	64,6 %
Да ми осигури добре платена работа	36,5%
Да ми даде добра основа за продължаване на образованието в чужбина	23,2%
Да разполагам с повече свободно време	5,8%
Да имам възможност да работя с успешни професионалисти	33,3%
Да получа достъп до ценна база с информационни ресурси	17,9%
Друго ( <i>моля, посочете какво</i> )	0,8%



Европейски социален фонд



Европейски съюз

# ПОТРЕБИТЕЛИ НА НАУЧНИ ПРОДУКТИ

- Доминиращият тип комуникация за установяване на работни взаимоотношения с бизнеса е неформалният, чрез персонални контакти;
- Недостатъчни стимули за пазарен подход сред академичния състав при преследване на определени образователни и финансови цели;
- Липса на устойчивост на дейностите по производство и предлагане на научната продукция на СУ. Те зависят от съответните научно-изследователски работни групи и конкретни личности, а не от централизирано звено в рамките на университетската администрация.



# ОБЩИ ИЗВОДИ

- СУ е марка, обвързана с престиж и качество. И за работодателите и за кандидат-студентите той е посочен на първо място като най-предпочитан университет, на второ място и за двете групи е УНСС, който се очертава като най-сериозен конкурент.
- Най-силната страна е добрата теоретична подготовка, получавана в СУ, но има очаквания за по-голяма практическа насоченост на обучението.
- Каналите за връзка и информация са преди всичко неформални и персонални. Няма разработени сериозни стратегии за институционална комуникация с работодатели и потребители на научни продукти.



# ПРЕПОРЪКИ

- Трябва да има по-голям фокус върху практическата приложимост на университетското образование, да се наблегне на курсове, формиращи практически умения като инициативност и способност за вземане на управленски решения; планиране и управление на проекти, как да се представям при интервю за работа и т.н.
- СУ може да популяризира още повече и направи максимално атрактивен сайта си, като качи на него желаната от студентите информация - освен за начина на кандидатстване и конкретните специалности, и за възможната и реална професионална реализация на студентите, признават ли се дипломите и в кои страни, какви са таксите и разходите за обучение. Рейтинговата система работи в момента в полза на СУ, така че тя трябва да се подкрепя от ръководството и също да се популяризира, добре е, че има линк към нея на сайта на СУ.
- От гл.т. на бъдеща по-активна комуникационно- информационна кампания трябва да се реши следната дилема - дали да се засилят връзките с тези училища, чиито възпитаници в по-голяма степен се ориентират към СУ - това означава софийски профилирани гимназии и СОУ; или да се търсят възможности за разширяване на обхвата чрез активизиране на контакти с ученици от областни градове и по-малки градове. Нашето мнение, че трябва да се засили връзката с провинцията, особено с по-малките градове. Добре е СУ да има и по-активно участие в изложенията на университетите. Физически факултет, ИФ, Богословски, БФ, а и Стопански факултет трябва да потърсят по-активни начини за популяризиране на специалностите си.



## Послания на работодателите, които могат да се вградят в една интегративна представа за качествено университетско образование

⌚ Екипност	⌚ Лоялност	⌚ Широко скроени – любопитни изследователи
⌚ Комуникативност (междоличностни умения)	⌚ Вземане на решения	⌚ Обществено ангажирани
⌚ Стратегическа ориентация	⌚ Отговорност	⌚ Нагласи за доброволчество
⌚ Лидерски умения	⌚ Креативност, творчески подход	⌚ Точност, прецизност



# ОЩЕ ПРЕПОРЪКИ

- СУ трябва да има клуб-Алумни, заемащ значимо място в сайта на университета. Факултетите трябва да изградят база данни с реализацията на студентите си - къде работят и осигурителен доход . Алумни мрежата на Университета ще е източник на допълнително влияние върху организациите, чиито мениджмънт и служители са завършили в СУ.
- Да се разработят сериозни стратегии за институционална комуникация с работодатели и потребители на научни продукти.
- Създаване на единен бизнес регистър на общоуниверситетско ниво, съдържащ информация за отделните фирми/организации/институции потребяващи определен научен продукт на СУ. Да се изясни какво се разбира под научен продукт.
- Обособяване на отделна структура, координираща на общоуниверситетско ниво комерсиалните партньорства с различни фирми, организации или институции, чийто функции са преценени спрямо общата организационна структура на СУ ?





# БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО!



Проект № BG051PO001-3.1.08-0010  
“Ключ към качеството”



Европейски съюз