

ДОКЛАД

за проведено анкетно проучване сред кандидат студенти, проучващо нагласите и интереса, проявяван от тях по отношение на специалностите, предлагани от Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград

Проведеното анкетно проучване по време на кандидатстудентската кампания на Югозападния университет сред кандидат студенти се базира на анкетна карта по образец за всички анкетиранни. В нея са включени б въпроса, така че да събере информация по отношение каналите за информиране относно възможностите за обучение във факултета, мотивацията за избор на учебно заведение и очакванията от обучението по избраната от анкетирания специалност.

Събирането и анализът на анкетните карти установи следните резултати:

За ПН 3.8 Икономика:

Специалност „Маркетинг“, редовна форма на обучение

На въпроса „**Как разбрахте за специалността?**“ 33.33% от участниците са посочили повече от един отговор. Най-много - 66.67% са отговорили с *a) от сайта на университета*. Този резултат показва, че младежите са получили пълна и изчерпателна информация за обучителния процес, както и възможностите за реализация след завършване на образователната си степен от интернет платформата на университета. Другият аспект на този отговор е, че в търсенето на информация, младите хора ползват предимно електронни източници на достъп до такава.

Малко над 33% от анкетираните са посочили отговор *б) от кандидатстудентския справочник /брошури/ дигитални на университета*. Това показва намаляващата ефективност на печатните информационни материали, поради факта, че достъпа до тях е сравнително по-труден и по-времеемък, отколкото достъпа до информация чрез електронни източници.

Нито един от запитаните не е посочил отговор *в) реклама в медиите*. Двата аспекта на този отговор са, че или липсва рекламна кампания в медиите за въпросната специалност, или ако е имало такава, то тя не е достигнала до целевата група, към която е била насочена.

16% от взелите участие в анкетата са посочили отговор *г) от познати*. Същият процент са посочили отговор *д) от възпитаници на университета*. Този резултат е индикатор, че в междуличностните си отношения младежите не коментират в толкова голяма степен бъдещите си перспективи за развитие в професионалната сфера.

Нито един от студентите не е дал отговор *е) от Бюра за прием на кандидатстудентски документи* или отговор *ж) друго*.

Като извод, можем да посочим, че сред студентите набирането на информация основно е чрез електронен достъп. Акцентът за привличане на младежите трябва да бъде поставен върху развитието и поддържането на актуална база данни в сайта на

университета, както и възможността за реклама в социалните мрежи, като основен комуникационен канал.

На въпрос 5 е *„Защо избрахте тази специалност?“* 50% от отговорилите са дали повече от един отговор.

С отговор б) *актуалност на специалността към настоящия момент* са отговорили 50% от студентите, като над 16% от тях са посочил и друг отговор.

33.33% от младежите са отговорили с в) *получаването на добра подготовка*, като са посочили и друг отговор.

50% от анкетираните са дали отговор г) *реална възможност за намиране на работа по специалността*, което показва визията за реализация на получените теоретични знания в практиката.

Няма студент, който да е посочил отговор д) *друго*.

От анализа на отговорите на този въпрос можем да направим извода, че половината от младите хора избират специалността, която да изучават, давайки си ясна представа за бъдеща реализация на пазара на труда, отчитайки значението на взаимовръзката получени теоретични познания-изисквания на икономическата среда. Като важен фактор при избора за професионалното си развитие, студентите отчитат и получаването на нужната теоретична подготовка.

Последният въпрос б - *„Какво очаквате от обучението си в тази специалност?“* разкрива очакванията и нагласите на студентите, изучаващи специалност „Маркетинг“.

Отговор а) *получаването на добра теоретична подготовка* е посочил единствено студентът, изучаващ „Маркетинг“ с квалификационна степен магистър. Това показва, че само преминалите основния курс на висшето образование отчитат значимостта на качеството на получените знания.

66.67% от анкетираните отговарят, че *добрата практическа подготовка е от съществено значение във висшето образование*. Това от своя страна е предпоставка за насочване вниманието към дуалната форма на обучение на студентите.

Най-много, 83% от младежите акцентират на бъдещата си реализация, което показва желание за професионално развитие в изучаваната специалност и посочват отговор б) *добра основа за бъдеща професионална реализация*.

Над 16% от студентите посочват отговор г) *добра езикова подготовка*. Това разкрива два аспекта на казуса - младежите или вече имат добра езикова култура, получена в средното им образование, или не отчитат факта за значението на владенето на чужд език при професионалното си развитие.

Нито един от участниците в анкетата не е посочил отговор д) *доразвиване на лични умения необходими за професионална реализация (умения за работа в екип, презентационни и комуникационни умения, лидерски умения и т.н.)*. Тук можем да направим изводите, че или младежите са уверени в собствените си умения, или не осъзнават нуждата от самоусъвършенстване в тази насока.

Отговор е) *развиване на умения за приложение на специализиран софтуер по специалността* са посочили над 16% от участниците. Това показва нуждата от

насочване вниманието на студентите към използване и прилагане на динамично развиващите се специфични информационни системи и програмни продукти, което би улеснило предвидимостта на различните аспекти при разрешаването на даден казус и всеобхватното изследване на икономическата среда.

50 % от запитаните са посочили отговор *ж) възможност за участие в студентски бригади в чужбина*. Ентузиазмът, авантюристичността и желанието за опознаване на нови култури е присъща за младите хора, но това показва и готовността им за търсене на по-добри възможности за реализация извън пределите на България. Един от основните демографски проблеми на страната ни е ниската раждаемост и емиграцията на млади и талантиливи хора. В този смисъл, университетът, съвместно с всички институции трябва да съсредоточат усилията си за задържане на младежите, предлагайки им заетост и възможност за професионална реализация в страната. Този отговор опонира на отговор *б), който посочва готовността и желанието на студентите да живеят и се развиват в България*.

Нито един от участниците в анкетата не е посочил отговори *з) възможност за студентска мобилност с цел обучение в чужбина* и *и) друго*. С неотчитането на отговор *з)*, студентите показват увереността и желанието си за изучаване на настоящата специалност и нежелание за преместване в чужбина с цел квалификация.

Специалност “Финанси” и “Счетоводство и контрол”, ОКС ”Бакалавър”, редовна форма на обучение

На въпросът *“Как разбрахте за специалността?”* - 47,4% от анкетираните посочват отговора *“От сайта на университета”*. На второ място с 21% е посочен *“От кандидатстудентския справочник/брошури/дипляни на университета”*, последван с равен резултат от 15,8% от отговорите *“От възпитаници на университета”* и *“Бюра за прием на кандидатстудентски документи”*.

Анализът на дадените от кандидат-студентите отговори дава отчетлива преднина на интернет базирани канали за информация относно възможностите за обучени и кандидатстудентски прием във факултета. За важността на този канал за информиране говори и факта, че вторият по значимост отговор е с два пъти по-ниско тегло. Можем да заключим, че половината от анкетираните студенти са използвали интернет сайта на университета за да направят своя избор на специалност по която да се обучават. Прави впечатление, че “класическите” форми за информиране, като кандидатстудентски справочник и бюро за прием на кандидатстудентски документи не губят своето значение. Тъй като анкетираните са посочили повече от един отговор на анкетния въпрос бихме могли да заключим, че макар и да поставят отчетливо първостепенно значение на информирането за възможностите на обучени чрез интернет сайта на университета, налично е комбинирано използване на този източник заедно с “класическите” информационни канали като справочници и лични срещи в бюрата за прием на документи.

Трябва да отчетем и още един източник на информация относно възможностите и качеството на обучение във факултета, посочен от анкетираните с тежест много близка

до тази на кандидат-студентите справочници и равна на тази на бюрата за прием на документи. При 15,8% от дадените отговори анкетираните са посочили като значим за тях информационен източник *“От възпитаници на университета”*. Този резултат може да бъде разглеждан като една положителна атестация от вече завършилите обучението възпитаници на факултета, чието положително мнение за предоставеното им образование се мултиплицира в довод за избор от страна на кандидат-студентите. За силата на тази добра репутация говори и факта, че този отговор има равно тегло с този на *“Бюра за прием на кандидатстудентски документи”* и е само на 5% след класирания на второ място *“От кандидатстудентския справочник/брошури/ дилпани на университета”*. Имайки предвид регионалния характер на университета би могло да се изрази удовлетворение от наличието на тази положителна репутация, която се превръща освен в канал за информиране за обучението във факултета, но и в мотив за неговото предпочитане пред останалите алтернативи.

На въпросът *“Защо избрахте тази специалност?”* и възможен повече от един отговор, анкетираните са посочили на първо място с 45,2% отговора *“Реална възможност за намиране на работа по специалността”*. Обяснението на този резултат не може да не се обвърже и наличието на положителна репутация на обучението във факултета заявена от анкетираните в горния въпрос, както и с поставения на второ място отговор с 22,6% *“Получаване на добра подготовка”*. Третият избор на анкетираните с 16,1% е *“Добър имидж на университета”*, който разгледан с по-горно класираните отговори ясно показва не само добрата репутация на обучението във факултета, но и показва съвсем категоричното очакване на студентите за получаване на висококачествено обучение което да гарантира добрата и актуална бъдеща професионална реализация - 9,7% от отговорите маркират *“Актуалност на специалността към настоящия момент”*.

На въпросът *“Какво очаквате от обучението си в тази специалност?”* при възможен повече от един отговор на първо място с 23,2% е маркирано *“Добра основа за бъдеща професионална реализация”*. В много близки позиции до първо класирания отговор са поставени :

- *“Добра практическа подготовка”* с 19,6% от дадените отговори;
- *“Доразвиване на лични умения необходими за професионална реализация (умения за работа в екип, презентационни и комуникационни умения, лидерски умения и т.н.)”* с 19,6% от дадените отговори;
- *“Получаването на добра теоретична подготовка”* с 16,1% от дадените отговори.

Доразвивайки очакванията си за добра професионална подготовка първокурсниците пряко посочват необходимата база за нейното осъществяване – добра практическа и теоретична подготовка. Изискването за последната показва разбиране не само на факта, че добрата теоретична подготовка е необходима основа за успешна професионална реализация, но и обвързва преподаването на последната с изискването за отразяване на актуалните реалности при практическата реализация на преподаваните теоретични знания. Именно в тази насока на търсене от страна на първокурсниците на

едно комплексно обучение, представляващо балансиран микс от теоретични и практически знания, можем да разглеждаме и отправеното от студентите очакване за получаване на подготовка по отношение приложението на специализиран софтуер – *“Развиване на умения за приложение на специализиран софтуер по специалността”* с 5,4% от дадените отговори.

Ясно е изразено очакването на студентите към тясно специализираното обучение свързано с избраната от тях специалност да получат в рамките на учебния процес и една по-широко профилна личностна подготовка – *“Доразвиване на лични умения необходими за професионална реализация (умения за работа в екип, презентационни и комуникационни умения, лидерски умения и т.н.)”* и *“Добра езикова подготовка”* с респективно 19,6% и 1,8% от дадените отговори.

Освен възможност за получаване на специализирани знания и умения студентите първокурсници очакват в периода на тяхното обучение да имат възможност за студентска мобилност в двете ѝ широко застъпени разновидности – участия в студентски бригади и обмен. Съответно, с 10,7 % от отговорите на анкетираните е посочена *“Възможността за участие в студентски бригади в чужбина”* при 3,6% за *“Възможност за студентска мобилност с цел обучение в чужбина”*. С оглед заложените в студентската мобилност възможности за постигане на по-комплексно обучение и постигане на по-голяма кохерентност в образователния процес в рамките на Европейския съюз трябва да се предприемат мерки за насърчаване и популяризиране на възможностите за мобилност, така че тази алтернатива за дообогатяване на студентското обучение да получи тегло на предпочитанията на студентите равно на това на участието в студентски бригади.

Специалност “Международен бизнес“ и „Икономика на публичната сфера“, редовна форма на обучение

От анкетираните 27 %, че са разбрали за специалността **„Международен бизнес“**, чрез интернет и кандидатстудентският справочник, а 36,36 % отговарят, че източник на информацията за специалността **„Международен бизнес“** е в следствие на общуването им с познати. Така се формират три основни информационни канала. А именно интернет пространството, класическият канал на кандидатстудентският справочник и материали и речевата реклама, която се оказва най- ефективния информационен канал. Най-голямо тегло в разглежданите отговори регистрира отговорът – *„от познати“*, който се характеризира с 36,36 % тежест в статистическата съвкупност. А именно съученици, приятели, познати, колеги, съседи и техните впечатления от качеството на образование и реализация в съответната образователна институция, направление и специалност. Тези разсъждения се засилват и от процента посочили, че са се информирали за специалността от *„възпитаници на университета“*, който е с тегло от 9,09 %. Отговорите на въпроса дали участниците в анкетното проучване са избрали специалността като следствие от информационния канал – *„бюро за прием на кандидатстудентски документи“* и *„други“* информационни канали е 0. При пети въпрос: *„Защо избрахте тази специалност?“*, отговорът, който преобладава с най-голямо статистическо тегло е

„реална възможност за намиране на работа по специалността“ с процентна характеристика от 72,72 %. Следващият отговор с най-голямо тегло в съвкупността е „получаване на добра подготовка“, като процента е 36,36 % от статистическата съвкупност. 18,80 % са отговорили на въпрос пети с отговора „добър имидж на университета“. На въпрос пети 9,09 % от съвкупната статистическа извадка отговарят с отговора: „актуалност на специалността към настоящия момент“. При Шести въпрос: „Какво очаквате в обучението си в тази специалност?“, най-голяма тежест има отговорът: „получаване на добра теоретическа подготовка“, който регистрира 54,54 % от общата съвкупност. Вторият отговор, който е с голямо тегло в анкетното проучване е „добра основа за бъдеща професионална реализация“. Този отговор регистрира 45,45 %. 36,36 % от дадения процент от отговори в шести въпрос се свежда до отговора: „добра практическа подготовка“. 27,27 % от съвкупните отговори е теглото на отговорът: „доразвиване на лични умения необходими за професионална реализация“, 18,18 % от съвкупните отговори се дават на отговора: „развиване на умения за приложение на специализиран софтуер по специалността“, 18,18 % се маркира отговора: „добра езикова подготовка“ и с 18,18 % е посочен отговорът: „възможност да студентска мобилност с цел обучение в чужбина“. Също така анкетираниите виждат възможност за усъвършенстване на чужди езици посредством ходенето на бригади, затова с 18,18 % тегло се регистрира и отговорът: „възможност за участие в студентски бригади в чужбина“. Според анкетното проучване причината за желанието на анкетираниите да изучават специалност „Международен бизнес“ се свежда до добрата подготовка, която предоставя специалността, а добрата подготовка се свързва с възможността за реална професионална реализация на студента, който завършва тази специалност. А добрата подготовка синтезирайки се с добра професионална реализация са основа за добрия имидж на ЮЗУ „Неофит-Рилски“-Благоевград, който е гарант за предоставяне на качествена и практически обоснована образователна услуга на национално и международно ниво. Така се индуцира засилването на институционалното доверие в структурите на образователния пазар.

Сходни са резултатите по отношение на специалност **„Икономика на публичната сфера“** към катедра „Икономика“, при Стопански факултет. Специалност „Икономика на публичната сфера“ е желана специалност. На въпроса „как разбрахте за специалността“ 42,85 % от участниците в анкетното проучване са посочили като източник „от сайта на университета“. Следващият отговор, е „от кандидат студентският справочник/брошури/дипляни на университета“ - 14,29 %. 28,57 % са отговорили от „от познати“. 14,29 % са се информирали за специалността от „възпитаници на университета“.

На въпроса ‘защо избрахте тази специалност?’, анкетираниите отговарят по следния начин: добър имидж на университета 28,57%; актуалност на специалността към настоящия момент 28,57%; получаването на добра подготовка 71,42%; реална възможност за намиране на работа по специалността 42,85%. Определящ фактор с най-голямо значение за избора на специалността „Икономика на публичната сфера“ е добрата подготовка, която получават студентите, които се обучават в тази специалност.

Именно тази добра подготовка се превръща в основата, която позволява на студентите да се реализират оптимално в силно конкурентната трудова среда.

На въпроса – ‘какво очаквате от обучението си в тази специалност?’ отговорите са като следва: получаване на добра теоретична подготовка 85,75%; добра практическа подготовка 57,14%; добра основа за бъдеща професионална реализация 71,42%; добра езикова подготовка 28,57%; доразвиване на лични умения необходими за професионална реализация 42,85%; развиване на умения за приложение на специализиран софтуер по специалността 42,85%; възможност за участие в студентски бригади в чужбина 28,57%; възможност за студентска мобилност с цел обучение в чужбина 14,28%. Очакванията на анкетирания субекти от обучението им в специалност „Икономика на публичния сфера“ се свежда до синтез между теория, практика, езикова и софтуерна подготовка, които да им осигурят познания, които се явяват основна детерминанта за професионалната реализация на обучаващите се в тази специалност и конкурентоспособност в глобалния трудов пазар.

ПН 3.9 Туризм

Специалност Туризм, редовна форма на обучение

Анкетирани са общо 24 първокурсници, приети в редовна форма на обучение, които дават мнението си в следните шест направления въпроси: - Специалност; Образователно-квалификационна степен; Форма на обучение; Пътища за осведомяване за обучението в специалността; Причини за избора на специалност „Туризм“ и Очаквания от обучението в специалността (Фиг. 1, 2, 3).

Въпроси от 1 до 3 са имат за цел от всички анкетирани лица да разграничат онези, които попадат в обхвата на нуждите на настоящото анкетно проучване относно осведомеността на кандидат-студентите относно специалност „Туризм“, както и да дадат данни за оценката за конкурентоспособността на специалността спрямо останалите специалности както в ЮЗУ „Неофит Рилски“, така и сред останалите образователни институции в страната. Така, чрез четвърти въпрос, се снемат данни за пътищата за осведоменост относно специалност „Туризм“ в ЮЗУ „Неофит Рилски“. Предложени са 7 възможни пътища, чрез които кандидат-студентите разбират за специалността. От всички анкетирани 44% заявяват, че са се информирали за специалността от сайта на университета. Втората най-голяма група, или 22% от анкетирания първокурсници, са научили за специалността от близки и познати. На трето място, информацията достигна до кандидат-студентите отново чрез лични разговори, но този път, конкретно от с лица, възпитаници на университета. Най-малък брой първокурсници, едва 11%, от анкетирания, научават за специалността от кандидатстудентския справочник/брошури на университета. Нито рекламата в медиите, нито Бюрата за прием на кандидатстудентски документи са имали принос за това студентите да разберат повече за специалността.

По отношение причините за избора на специалност „Туризм“ в „Неофит Рилски“ отговорите варират, но дават интересни сведения за преценката и ориентираността на първокурсниците. Преимуществено, 38% от анкетирания посочват

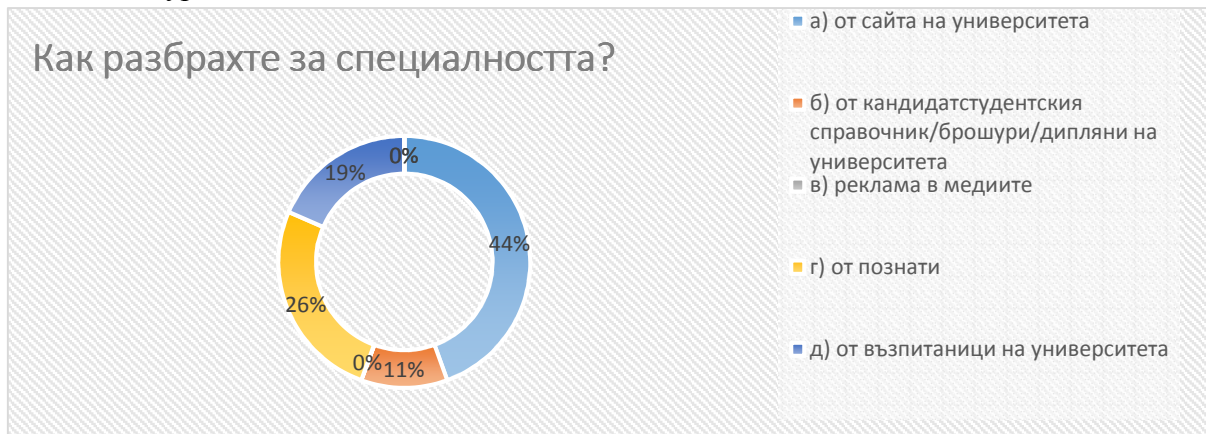
като основна причина за своя избор реалната възможност за намиране на работа по специалността, а приблизително толкова много отговори (31%) се обосновават чрез показателя *получаване на добра подготовка по специалността*. Актуалността на специалността към настоящия момент, както и *добрия имидж на университета* са също сред критериите, които оказват влияние при избора на кандидатстващите в специалност „Туризъм“. Други причини за избора си имат едва 5% от анкетираните първокурсници.

На последно място, но не и на последно по важност, е проучено мнението на студентите относно техните очаквания, като посочените възможности тук са значително най-многообразни – от получаването на добра подготовка (теоретична, практическа, езикова) до развиване на умения за прилагане на специализиран софтуер по специалността. Така полученото разпределение на отговорите показва, че първокурсниците посочват повече от един възможен отговор, поради многоаспектността и широкия профил на специалността. Определено основната ориентация и очакванията на първокурсниците са свързани със следните основни направления, а именно: *добра чуждоезикова подготовка* (22% от всички посочени отговори), *получаване на основа за бъдеща професионална реализация* (19%). Мнението на студентите показва, че следващи по важност причини за избора им са *добрата практическа подготовка* и възможността за *доразвиване на лични умения, необходими за професионалната им реализация*. Получените отговори по отношение на показателите *възможности за участие в студентски бригади*, както и *възможност за студентска мобилност с цел обучение в чужбина* са добри факти за това, че настоящите първокурсници добре познават възможностите, които им предлага висшето образование с цел трудова и образователна мобилност.

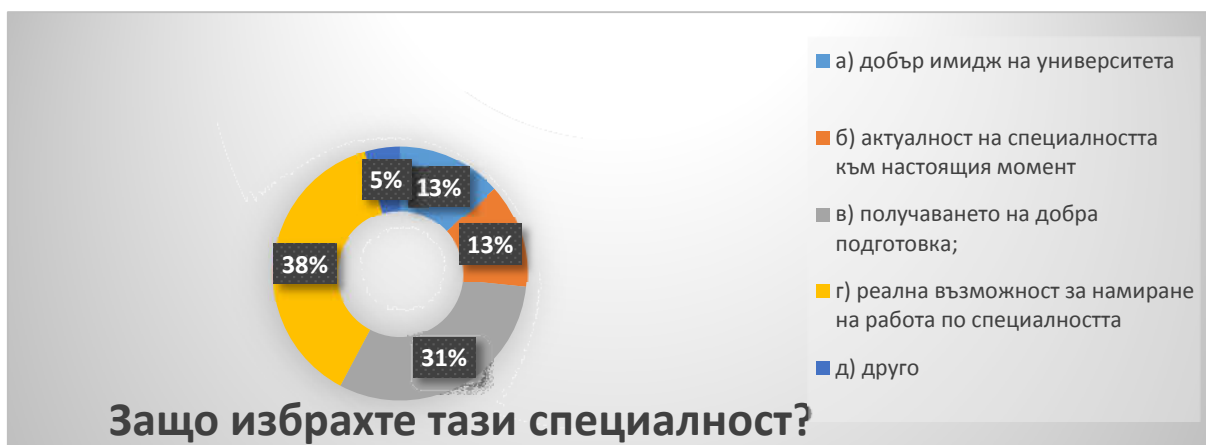
Фигура 1



Фигура 2



Фигура 3



ПН 3.9 3.7. Администрация и управление

Специалност Бизнес мениджмънт и предприемачество, редовна форма на обучение

На въпроса „Как разбрахте за специалността?“, 100% от участниците са посочили само по един отговор. Най-много - 76.4% са отговорили с а) от сайта на университета. Този резултат показва, че младежите са получили пълна и изчерпателна информация за обучителния процес, както и възможностите за реализация след завършване на образователната си степен от интернет платформата на университета. Другият аспект на този отговор е, че в търсенето на информация, младите хора ползват предимно електронни източници на достъп до такава.

11,8% от взелите участие в анкетата са посочили отговор д) от възпитаници на университета.

Отговорите б) от кандидатстудентския справочник /брошури/ дипляни на университета и е) от Бюро за прием на кандидатстудентски документи са с еднакъв процент, а именно 5,9%.

Нито един от запитаните не е посочил отговор *в) реклама в медиите; г) от познати* или отговор *ж) друго*.

Като извод, можем да посочим, че сред студентите набирането на информация основно е чрез електронен достъп. Акцентът за привличане на младежите трябва да бъде поставен върху развитието и поддържането на актуална база данни в сайта на университета, както и възможността за реклама в социалните мрежи, като основен комуникационен канал.

На въпрос 5 „**Защо избрахте тази специалност?**“, 47,1% от отговорилите са дали повече от един отговор.

Отговор *а) добър имидж на университета*, е посочен от 23,5% от анкетираните. С отговор *б) актуалност на специалността към настоящия момент* са отговорили 47,1% от студентите; 41,2% от младежите са отговорили с *в) получаването на добра подготовка*.

Най-висок процент – 52,9% от анкетираните са дали отговор *г) реална възможност за намиране на работа по специалността*, което показва визията за реализация на получените теоретични знания в практиката.

Няма студент, който да е посочил отговор *д) друго*.

От анализа на отговорите на този въпрос можем да направим извода, че половината от младите хора избират специалността, която да изучават, давайки си ясна представа за бъдеща реализация на пазара на труда, отчитайки значението на взаимовръзката получени теоретични познания-изисквания на икономическата среда.

Последният въпрос 6 - „**Какво очаквате от обучението си в тази специалност?**“ разкрива очакванията и нагласите на студентите, изучаващи специалност „Бизнес мениджмънт и предприемачество“, като 82,4% от анкетираните са дали повече от един отговор.

Степенувайки отговорите спрямо относителния дял в проценти, най-висок процент събира отговор *в) добра основа за бъдеща професионална реализация* – 88,2%. Отговор *а) получаването на добра теоретична подготовка* го посочват 76,5% от студентите, а отговор *б) добра практическа подготовка* е с по-малък процент, а именно 52,9%. 35,3% от анкетираните студенти посочват, че очакват добра езикова подготовка, т.е. *отговор г)*.

Доразвиване на лични умения необходими за професионална реализация (умения за работа в екип, презентационни и комуникационни умения, лидерски умения и т.н.) или *отговор д) присъства* в 23,5% от анкетите. Отговорите *е) развиване на умения за*

приложение на специализиран софтуер по специалността и ж) възможност за участие в студентски бригади в чужбина са събрали по 5,9%. Отговорите з) възможност за студентска мобилност с цел обучение в чужбина и и) друго не са избрани от нито един от студентите.

Изготвили доклада:

Доц. д-р Мария Станкова – Факултетски отговорник по качеството

Доц. д-р Мариана Ушева – катедрен отговорник по качеството към катедра „Мениджмънт и маркетинг“

Доц. д-р Владимир Ценков - – катедрен отговорник по качеството към катедра „Финанси и отчетност“

Гл. ас. д-р Теодора Кирякова – катедра „Туризм“

Ас. д-р Ирина Атанасова – катедрен отговорник по качеството към катедра „Икономика“