

ВЕРЯНА БОЕВА

ТЕХНИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ГАБРОВО

**ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕСИТЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕВРОПЕЙСКА
ИНТЕГРАЦИЯ ВЪРХУ ПАЗАРА НА ОБРАЗОВАТЕЛНИ УСЛУГИ В БЪЛГАРИЯ**

**THE INFLUEN OF THE PROCESSES OF GLOBALIZATION AND OF THE
EUROPEAN INTEGRATION ON THE MARKET OF EDUCATION SERVICES IN
BULGARIA**

VERIANA BOEVA

TECHNICAL UNIVERSITY - GABROVO

Abstract: During the last decade the processes of globalization and European integration change the economical environment and society and set for them new priorities. They determine as threats of most strong competition, such as opportunities of new ideas realization in area of high education and second education, collaboration between the universities and business organizations and expansion of the high-technologies market.

Key words: Globalization, European integration, Market of Education Services

Въведение

За да бъдат формулирани основните маркетингови проблеми, стоящи пред висшите училища у нас, трябва да се направи анализ на обкръжението, в което те работят, като се отчетат и тенденциите на неговото бъдещо развитие. През последното десетилетие се очертават няколко основни взаимно влияещи си групи процеси, променящи обкръжението, в което работят българските висшите учебни заведения и извеждащи пред тях нови приоритети. Това са: Развиващият се процес на глобализация, както и процесите на интеграция на България с ЕС. Редица автори отделят внимание и на настъпващото "общество на знанието", в което знанието и новите технологии ще играят водеща роля за развитието на икономиката.

**1. Влияние на глобализацията
върху пазара на образователни
услуги у нас**

Глобализацията е обобщаващ термин, който може да се разбира като единен процес, включващ множество

под-процеси, отнасящи се до различни сфери (като засилване на икономическата взаимозависимост, увеличено културно влияние, бързо развитие информационните технологии и ново управление на гео-политическите предизвикателства), който все повече и все по-пътно свързва хората и биосферата в една глобална система с единна съдба¹.

В известна степен глобализацията води и до хомогенизиране на националните култури, в които обаче има и някои трайни аспекти, които трудно се поддават на промяна. Уеднаквяване се наблюдава по-скоро в потребителското поведение, и то в сферата на разпространение на такива продукти, които успешно се адаптират към националните и културни особености на съответните пазари. В социален аспект обаче глобализацията дава възможност на индивида за *собствен избор* на модел на поведение – избор, предполагащ отказ от следването на образец, зададен от една определена

¹ <http://en.wikipedia.org>

“своя” социална среда, т. е. избор между различни социални образци.

Привържениците на глобализацията предвиждат разширяване на възможностите за образование в развиващите се и трансформиращите се страни.

От друга страна, противниците на глобализацията изтъкват, че тя води до намаляване на данъчното облагане на високите доходи, което обуславя известно оттегляне на държавата в области като здравеопазване, образование и социална сигурност и намаляване на въздействията и регулирането на обкръжаващата среда и социалните стандарти;

В изследванията се отделя достатъчно място на повишаване на ролята на държавата вътре в страната в условията на глобализацията. Националните комплекси се конкурират помежду си в икономическата, бюджетната и данъчната политика, в социалната защита, при организиране на образованието и иновациите. На тази основа е наложително държавното хармонизиране и съгласуване между направленията във вътрешната политика. Защото „Осъществяването на глобализацията като обективна тенденция може да се постигне само при активното участие на държавата и при координирани и съгласувани действия на правителствата” [5, с.36].

Взаимовръзката между детерминанти на националното предимство се представя като цялостна система във вид на „ромб” [7, с.106-169]. Ролята на държавата е да влияе ползотворно върху развитието на четирите основни детерминанти посредством субсидии, фискална и парична политики, стратегия за образованието и т.н. Необходимо е обаче, да се има предвид, че държавата може да въздейства върху детерминантите, но тя не създава конкурентни предимства. Така например, държавата определя стандартите и качеството, на които трябва да отговаря продукта, така, че да влияе позитивно

върху критериите на потребителите, т.е. да задоволи техните търсения и очаквания. Но сектора и предприятията от този сектор трябва да осигурят тяхното изпълнение, за да бъдат конкурентоспособни³. Държавата има отговорността и за изграждане на основната национална инфраструктура и системата на основно, средно и висше образование, както и оформяне на програми в областта на специализирано професионално обучение и научноизследователската дейност. Нейната далновидна политика в тази област може да допринесе за подготовката и израстването на висококвалифицирани кадри, които да отговорят на повишените потребности на националната икономика и на ЕС. Формирането на предприемаческа нагласа в съчетание в благоприятен бизнес климат е определящо условие за развитието на иновациите и привличането на инвестиции [6, с.98].

2. Влияние на Европейската интеграция върху пазара на образователни услуги у нас

Важна предпоставка за възникване на нови възможности, но и рискове за българските висши учебни заведения е развиващият се процес на интеграция на страната в ЕС. Това изисква не само промяна на правно-нормативната среда в съответствие с изискванията на ЕС, но и повишаване на конкурентоспособността на висшите учебни заведения.

През март 2000 г. Европейският съвет постави в Лисабон стратегическата цел за Европа – до 2010 г. да стане “най-конкурентната и динамична, основана на познанието икономика в света, способна на устойчив икономически растеж с повече и по-добри възможности за работа и по-голяма сплотеност на обществото (Съвет на Европейския съюз, 2000, 2 стр.). Европа е поставена в

положението да подпомогне синхронизирането на нейните образователни системи.” [2]. Лисабонската стратегия предвижда ЕС да участва активно в процесите на глобализация, като не издига бариери пред по-евтините вносни продукти, а направи произведените в Европа по-привлекателни в чужбина. За общ знаменател за решаване на проблемите стратегията избира човешкия фактор, като предвижда да се работи в три направления - наука, образование, информационно общество [6, с.100]. Наред с повишаването на средствата за разработване и внедряване на научни продукти (предвижда се до 2010 г. те да нараснат от 2% от brutния вътрешен продукт до 3%, колкото са в САЩ) и подобряване на бизнес средата в ЕС, вниманието се концентрира и върху повишаване на качеството на образованието и превръщането му в средство за изграждане на икономика на знанието. Европейският съюз изразходва за образование толкова обществени средства като част от brutния вътрешен продукт, колкото изразходват САЩ и Япония. Но ако се добавят и частните средства, които отиват за образование, САЩ изпреварват отново ЕС с около 1,5 пункта. Това налага премахването на ограниченията пред публично-частните партньорства в областта на развитието на технологиите и науката, като се осигурят повече частни инвестиции в научноизследователската и развойната дейност. Лисабонската програма включва множество важни инициативи за оценка на решаващото международно влияние на изследванията и иновациите и разделянето на Европейските усилия за изследване: именно Седмата Рамкова програма за изследвания, технологическо развитие и демонстриране, както и рамковата програма за конкурентоспособност и иновации. Седмата рамкова програма въвежда нов модел на подкрепа за изследвания – съвместни инициативи за технологии – под формата на публично-частни

обединения в подкрепа на обещаващи нови изследвания и даване на начален тласък на европейската промишленост.

Европейският съвет призовава за бързо приемане на Седмата рамкова програма за научноизследователска и развойна дейност и на новата Програма за конкурентоспособност и иновации. Той призовава за бързо изграждане на Европейския изследователски съвет, който да работи на основата на критерии, насочени към още по-голямо усъвършенстване на високите резултати на най-добрите изследователски екипи в Европа. Действията по изследователската рамкова програма следва да бъдат по-добре съгласувани с други европейски и национални действия за насърчаване на публично-частните партньорства, включително междуправителствени инициатива като например “Еврика”.

Европейският съвет призовава ЕИБ да подкрепи иновациите и да засили дейността си в научноизследователската и развойната дейност чрез кредитни средства за финансиране при поделен риск, които да бъдат уточнени във възможно най-кратки срокове. Европейският съвет очаква до 30 млрд. € под формата на рисков капитал и гарантирани банкови заеми да бъдат привлечени чрез новите финансови инструменти на основата на бюджетното съфинансиране от ЕИБ и ЕС за периода до 2013 г. и участие на частния сектор [10, с.21]. Предвижда се ЕС да увеличи своите инвестиции във висшето образование (към настоящия момент ЕС изразходва 1,28% от БВП в сравнение с 3,25% в САЩ; разликата основно е резултат от по-голямото частно финансиране) Публично-частните сдружения трябва да намерят място и при финансиране на университетите: До края на 2007 г. на университетите трябва да бъде разрешено и те да бъдат насърчени да търсят допълващи частни източници на финансиране; законовите и други бариери пред публично-частните сдружения между университетите и

бизнеса трябва да бъдат премахнати; всички технически университети трябва да имат служба за трансфер на технологии и трябва да бъде учреден Европейски технологичен институт [10, с.11].

При разпространението и трансфера на резултатите от научните изследвания сред деловата общност първостепенна роля ще играят университетите. Връзките между университетите и деловите кръгове, както и така нареченият триъгълник “образование – изследвания – иновации” ще бъдат обект на разглеждане на доклада на Комисията за висшето образование.

Друг важен момент в Лисабонската стратегия е подкрепата за Програмата за учене през целия живот за периода 2007 – 2013 г. Въвеждането на надеждна и адекватна система за непрекъснато образование, съчетано с адекватна социална защита, както и обучението по предприемачество на съответните образователни равнища, създават условия за повишаване на икономическата активност и по-високата продуктивност.

Висшето образование, като специфичен вид услуга, разчитаща почти изключително на висококвалифициран човешки труд, трудно може да се поддаде на стандартизирана оценка на качеството. Въпреки това за страните от ЕС и кандидатстващите за членство страни се въвеждат критерии за сравняване и оценка на университетските образователни услуги.

За качеството на образователния продукт, който осигурява, висшето учебно заведение “съобщава” посредством своя международен имидж. Той се създава на основата както на оценката на трудовата реализация на неговите потребители, така и в резултат на съвместната изследователска дейност с други висши учебни заведения, работещи на международни пазари. Така например, научните изследвания, извършвани съвместно от различни европейски висши учебни

заведения и институти и предназначени за потребители от ЕС, както и съвместните между ЕС и САЩ стават все по-многобройни за сметка на националните [13]. Все повече малки и средни изследователски институти търсят партньори, съвместно с които да осъществяват изследователски програми и се стремят да се включат в интернационалната мрежа от изследователски звена, работещи в тяхната област. Тази тенденция е изразена особено силно при звената, работещи в областта на маркетинговите проучвания, тъй като техните потребители, производителите на стоки и услуги също се интегрират и показват стремеж да работят на все по-разширяващи се пазари.

За да се интегрира успешно в този процес, едно висше учебно заведение трябва да разполага не само с необходимата материална база, но и с високо квалифициран персонал. В този смисъл, конкуренцията за привличане на квалифицирани сътрудници също ще се изостря.

Изграждането на единния европейски пазар на образователни услуги, обосновано от Болонската декларация носи повече възможности, отколкото рискове за българското висше образование, тъй като, според някои автори “...тук не предстои борба за намиране място под слънцето на формиран пазар, а предстои борба за формиране на пазар. Тази ситуация разкрива пред България благоприятни перспективи за участие както в разработката на идеологията, на философията на интегрираната европейска образователна система, така и на разработката на технологията на създаване на тази система, така и в самия процес по създаване на системата” [4, с.12]. Въпреки, че една такава благоприятна прогноза за развитието на българското висше образование може и да се оспори, не може да не се вземе предвид, че при определянето на бъдещето на висшето

образование е вероятно много по-важно да бъде сътрудничеството между университетите, а не конкуренцията между тях [14]. В съвременното общество, благодарение на глобализационните процеси и развитието на информационните технологии, се създават условия за по-ефективни и по-мощни партньорства между висшите училища. От друга страна, изграждането на различни образователни алианси е начин за повишаване на финансовото и кадровото осигуряване, а чрез това - и на качеството на образователния процес. Зараждат се дори така наречените „метауниверситети“ - електронно базирано глобално сътрудничество между изследователи, преподаватели и студенти. Развитието на Болонския процес – и преди всичко въвеждането на кредитната система – правят още по-реално кооперирането на университетите при организирането на обучението. Стратегическите партньорства на модерните университети не се ограничават в собственото поле на висшето образование. Днес все по-адекватно и реалистично изглежда изискването на Европейската комисия за развитието на висшите училища като част от интегрални мрежи, включващи както образователни институции, така и бизнес организации, в които се реализират процеси

на образование и обучение [12].

Възможностите, които има страната ни при интегриране на образователната ни система с тази на страните настоящи членове на ЕС са обусловени от добрите традиции в образованието и относително доброто ниво на квалификация, особено на изпълнителско и средно управленско ниво. За това говори например представянето на страната ни по индикатора от Лисабонската стратегия "Равнище на образование на младежта". Този показател показва дела в проценти на младежите между 20 и 24 години, които са завършили средно образование.

През 2004 г. в България резултатът по този показател е 76,0%, което е почти равно на средния резултат за ЕС и е над резултата на такива страни като Италия (72,9%), Германия (72,8%), Испания (61,1%), Португалия (49,0%) [8].

Стратегическото развитие на взаимодействието между икономиката на Република България и ЕС е обект на системно изследване от страна на науката [9, с.3] в контекста на настъпващото *общество на знанието*, като с понятието *общество на знанието* се отъждествява всеки аспект на съвременната икономика, където знанието е в основата на прибавената изгода - от производството на високо технологични изделия и през наукоемки услуги до такива творчески области, каквито са средствата за масово общуване и архитектурата. В контекста на присъединяването на страната ни към ЕС Националният план за развитие очертава следните основни проблеми в цялостния функционален цикъл на образователната система: нарастване броя на отпадащите и/или необхванати ученици, спад в качеството на образованието и слаба конвертируемост на българското образование, както на пазара на труда в страната, така и на международния пазар. Същевременно, нивото на изграждане на връзка между образованието, науката и бизнеса, като средство за подобряване качеството и ефикасността на българското образование и неговия принос за икономическото и социално развитие на страната, е изключително ниско [11]. Част от тези проблеми, отнесени към сферата на висшето образование, могат да намерят решение чрез приложение на маркетингов анализ и избор на управленски и маркетингови стратегии за висшите училища у нас.

Други автори разглеждат обществото, базирано на знанието в контекста на т.нар. *информационно общество* [1]. Базираното на познанието общество се определя като "общност, в която знанието е критичният ресурс за

осъществяване на водещи дейности и знанието е основен компонент на общественото устройство". Знанието се разглежда не само като информационен ресурс, предлаган на пазарен принцип, но и като основен инструмент на държавно ниво за оптимизиране на еволюционното развитие на обществото. При настоящия образователен модел определени обществени групи се обучават и профилират в определени области за кратък краен период и след това възпроизвеждат получените знания и умения през относително дълъг период, обикновено съвпадащ с този на активната жизнена дейност. В развитото информационно общество този модел ще се замени с непрекъснато усвояване на нови знания и възпроизвеждането им в интердисциплинарни области, обслужващи общественото развитие. Висшето образование има основно значение при формирането на интелектуален потенциал, от който зависи обществено-икономическото обновяване. По тази причина то придобива непрекъснат (до края на живота) характер [3, с.11]. Налице е преход от класическата система на подготовка на специалисти към системата на обучение в продължение на целия живот. Този преход се обуславя от промяната в характера на иновационния процес – в т.ч. от скъсяването на срока между генерирането на идеята и нейното практическо прилагане, както и от многократното увеличаване на потенциала и ролята на знанието като ресурс на икономическото и социалното развитие.

Под глобализация на информационните процеси се разбира

създаване на информационни ресурси, до които има глобален достъп, независещ от географски и времеви ограничения и персонални комуникационни среди, работещи на принципа на "поискването" с глобален обсег [1, с.5]. Това води и до промяната на облика на висшите учебни заведения. Появяват се училища от нов тип, основани върху информационно-комуникационните технологии [3, с.11].

Заклучение

Съвременните тенденции в общественото развитие променят динамично обкръжението на висшите учебни заведения у нас. Тези тенденции предпоставят определени рискове. Такива са например рисковете от изострена конкуренция по отношение както на пазарите, така и на ресурсите. Не трябва обаче да се омаловажават и широките възможности, обуславяни от разглежданите процеси – това са на първо място възможностите за усъвършенстване на съществуващите университетски образователни услуги и за генерирането на нови, най-вече в областта на последващото образование.

Взаимодействието между университетите и бизнеса, особено в контекста на присъединяването на България към ЕС е област, в която висшите учебни заведения биха намерили шанс за разширяване на своите пазари. Разширяването на пазара на научните продукти, базирано на взаимодействието между университети, държава и бизнес е друга насока за развитие на университетите, която обаче също не трябва да се разглежда откъснато от развитието на образователните услуги.

Литература:

1. Богданов Д., Научно обслужване на развитото гражданско информационно общество, Списание на БАН, кн. 4-6, София, 2001
2. Боне Ж., Оценка на образованието в Европейския съюз: политика и методология, Стратегии на образователната и научната политика, 4/2004

3. Дуранкев, Б., Маркетингово управление на висшето образование, Университетско издателство "Стопанство", С., 2004
4. Манов, В., Българското висше образование – икономически аспекти и приоритети в процеса на присъединяване, <http://econ.bg/analyse.html>
5. Недялкова, А. Глобализацията – нищо фатално. Варна, ВСУ „Черноризец храбър“, 2002
6. Нейкова Р., Глобализацията и нейната инвазия върху националните икономики, Издателство. ЕКС-ПРЕС Габрово, 2008
7. Портър М., Конкуrentното предимство на нациите, Класика и стил, С., 2004
8. Хаджиниколов, Д., България е джокер в Лисабонската стратегия, В-к Стандарт, бр. 4700, 8.02.2006 г., www.standartnews.com].
9. Взаимодействие УНИВЕРСИТЕТ–БИЗНЕС в условията на присъединяване на България към ЕС, Изследователски проект, Авторски екип – преподаватели от кат. МИО И БИЗНЕС, с ръководител на проекта и на екипа проф. д.и.к.н. Бистра Боева, УНСС, София, 2004
10. Годишен доклад 2006 на Европейската комисия за напредъка в повишаването на растежа и заетостта, www.europe
11. Национален план за развитие на Република България за периода 2007-2013 г., <http://www.eufunds.bg>
12. European Commission (1996). Teaching and Learning: Towards the Learning Society. White paper COM (95) 590 final.
13. Trogele U., Strategische Marketing für deutsche Universitäten, Europäische Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Mein, Bd./Vol. 1761, 1995
14. West, Ch. M. (2005). World Class Universities: American Lessons. International Higher Education, The Boston College Center for International Higher Education, No. 38: 6-7.

Настоящата разработка е представена на Националната конференция „Подготовка и реализация на кадрите в туризма – съвременни изисквания“, гр. Сандански, 24-26 юни 2008 г., организирана от Катедра „Туризм“ на Стопанския факултет при ЮЗУ „Неофит Рилски“
