

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ВИСШИТЕ УЧИЛИЩА В КОНТЕКСТА НА ИНТЕГРАЦИЯТА МЕЖДУ НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ И БИЗНЕС

Гергана Димитрова

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Резюме. При нарастваща конкуренция между висшите училища в страната ни (с функциониращи 51 на брой акредитирани държавни и частни висши училища)¹⁾, разглеждането на тяхната конкурентоспособност и търсене на възможности за нейното повишаване, придобива все по-голяма актуалност. Целта на статията е да се представят разбиранията за формиране на конкурентоспособността на ВУ и да се разгледат възможностите за разгръщане на конкурентния потенциал на образователния сектор посредством сътрудничеството между наука, образование и бизнес. Акцент се поставя и върху предприетите мерки и политики за създаване на среда, в която интеграцията в посоченото направление да се изгражда и реализира.

Ключови думи: университети, конкуренция; бизнес; образование; наука

Въведение

Конкурентоспособността е концепция за развитие и водещ приоритет във функционирането и развитието на съвременната икономика. Категорията се дефинира нееднозначно, в контекста на своята многомерност, изразяваща целия комплекс от характеристики, в т.ч. икономически, пазарни, философски, социални, юридически, психологически (Danailov, 1997: 24). Интерпретира се едновременно като икономически (измерван с набор от икономически и финансови показатели) и управленски инструмент (като сбор от управленски решения, свързани с избора на стратегия за развитие, структурата, управлението и пр.). Т.е. конкуренцията, а с това и способността да се конкурираш, се проявява едновременно като фактор и следствие от дейността (Shmelev, Vaganov & Danchenok, 2004).

Разглеждането на конкурентоспособността в различни аспекти е в резултат на съществуващите концептуални различия относно обекта, целите, равнището на измерване, използваните методи, източниците на конкурентни предимства и др. Нарастващата ѝ значимост аргументира нейното определяне като фундамент, върху който функционират както отделните икономически

субекти, така и националните икономики, като посоченото обуславя управлението и на макро- (национална и международна); мезо- (отрасъл, индустрия, сектор) и микроравнище (фирмена и продуктова), всяко от които със своите специфики и инструментариум за оценяване и анализ.

Освен присъщите за категорията **многоаспектност**, **многопластовост** (многоравнищност) и **комплексност** определящи са и нейните **динамична** (в контекста на непрекъснатите промени в средата) и **относителна** (въз основа на сравнения спрямо даден конкурент и/или към даден момент) природа.

Изхождайки от споменатите вече същностни характеристики на конкурентоспособността, за сферата на висшето образование, същата може да се представи като: предлагане на образователен продукт с високо качество, който максимално да удовлетворява както потребителите на образователните услуги (студентите), така и потребителите на продукта на висшите училища (ВУ) – пазара на труда, на който студентите се реализират (Dimitrova & Dimitrova, 2017).

Видно е, че конкурентоспособността на ВУ най-общо се свързва с качеството на образователния продукт и реализиране на завършилите студенти, т.е. при отчитането ѝ е налице взаимовръзка между ВУ и пазара на труда (бизнеса). Следва да бъде отбелязано обаче, че за сферата на публичните услуги и в частност на образованието, е характерна т. нар. „*управляема конкуренция*“ (Zafirova, 2011), съставена от конкурентни и регулаторни принципи. От една страна, ВУ трябва да е конкурентоспособно на пазара, на който функционира, а от друга – същото подлежи на непрекъснат контрол от страна на държавата.

Посоченото се отчита и при конкурентното позициониране на ВУ, където основен фактор се явяват държавните политики, насочени към създаване на благоприятна среда за развитие. С оглед на това, при определяне на стратегическата си насоченост ВУ следва да отговори както с разработването на стратегии, включващи нови маркетингови подходи и инструменти за изграждане на конкурентни предимства, така и с формиране на нови способности за конкурентно поведение, включително и такива, водещи до коопериране, като фактор за повишаване на конкурентоспособността.

Това налага да се оценява и отчита, от една страна, конкурентоспособността на ВУ и в частност – тяхната продуктова конкурентоспособност, извеждаща ключовите им конкурентни предимства, а от друга – формираните взаимовръзки и взаимоотношения на ВУ със свързани организации и реализираните интеграционни процеси в сектора.

Изложение

При нарастваща неопределеност на средата се увеличава и необходимостта от насочване на организациите към нови стратегически инструменти, включително и такива, свързани с „*преодоляване на индивидуализма в решението „конкуренция – коопериране*“ и отчитане „*плюсовете на интеграционните*

стратегии и възможностите за осъществяването им чрез различните видове, форми и модели на синергизъм“ (Ivanov & Dimitrov, 2014). Концепцията за синергизма се свързва с името на И. Ансофф (Ansoff, 2004) и най-общо се представя като обединяване на ресурси от страна на различни организации и реализиране на съвместни/свързани дейности, водещи до постигане на резултат, по-висок от този, постигнат чрез самостоятелните усилия на отделните участници. Насочеността е към коопериране между отделни организации, включително и на конкуриращи се такива, водещо до по-висока ефективност и конкурентоспособност за всяка от тях и изградената система, като цяло.

От разглежданите от И. Ансофф четири вида синергизъм (търговски, управленски, операционен и инвестиционен) за сферата на ВО се поставя фокус върху търговския и управленския синергизъм и усвояване на конкурентния потенциал на средата посредством създаването на устойчиви конкурентни предимства чрез изграждане и функциониране на маркетингови системи при реализирането на връзката между наука, образование и бизнес – т.нар. „триъгълник на знанието“.

Налице е използване на клъстерния подход, в чиято основа стоят интеграционните процеси, като рамка на обвързване на отделните икономически елементи, които, поставени при сходни условия, работят като единна система, при което едновременно са налице конкуренция, коопериране и сътрудничество.

„Триъгълникът на знанието“ се приема за основен градивен елемент, създаващ, генериращ и трансформиращ знания от науката към бизнеса и използването им в реалната икономика. Трите страни са в постоянно взаимодействие, при което взаимно се подпомагат и обогатяват, което кореспондира с идеята за навлизане на науката и знанието в практическата дейност и за създаване на тесни връзки и взаимоотношения на бизнеса с ВУ.

Предпоставките за това са следните.

– **В науката** съществува стремеж за внедряване на научните разработки в реалната икономика.

– **Образованието** е с насоченост към обучение на кадри, които да се реализират на пазара на труда.

– **Бизнесът** търси знание (научни разработки, анализи, консултации, технологии...) и квалифицирани и обучени кадри.

Посоченото води до насърчаване на взаимодействието между трите страни, като стремежът е към задоволяване на потребностите на икономиката посредством апробиране на научните разработки и реализация на завършващите студенти в практическата дейност.

Резултатът от подобна симбиоза е насочен към създаването на единен научно-производствен процес и конкурентоспособна икономика, от една страна, а от друга – формиране на национална политика, отговаряща на изискванията на ЕС.

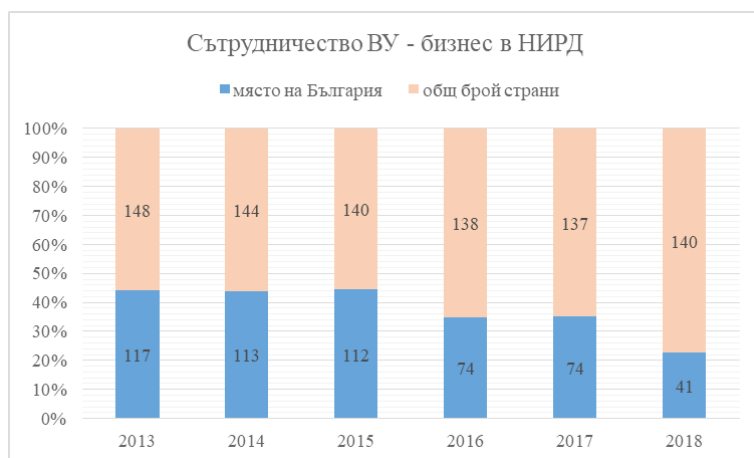
Връзката между науката и бизнеса подлежи на ежегодна оценка, представена в Доклада за глобалната конкурентоспособност (The Global Competitiveness

Report) на Световния икономически форум, наложен като един от най-пълните, обхватни, задълбочени и представителни източници за оценка на конкурентоспособността на отделните държави. Изследването се базира на изготвянето на глобален индекс за конкурентоспособност, включващ систематизирана информация, представена в 12 стълба (един от които е висшето образование – Higher Education Institutions), като факторите в тях са разделени в 3 групи:

- **базисни фактори**, явяващи се предпоставка за развитие;
- **фактори за ефективност** на икономиката;
- **фактори за иновативност** и степен на развитие на бизнеса.

Посочените групи определят етапа на развитие на всяка от държавите. Те обхващат 117 индикатора за количествено измерване на макро- и микроикономическите аспекти на конкурентоспособността на държавите, включени в доклада. България е част от изследването от 1999 г., като партньор на Световния икономически форум за страната ни е Центърът за икономическо развитие²⁾.

На фигура 1 са представени данни от Доклада за глобалната конкурентоспособност относно позицията на България по показателите за сътрудничество между университети и индустрия в НИРД за периода 2013 – 2018 г.



Фигура 1. Позиция на България по отношение на сътрудничеството на университетите с бизнеса в НИРД за периода 2013 – 2018 г.

Източник: The Global Competitiveness Reports 2013 – 2014, 2014 – 2015, 2015 – 2016, 2016 – 2017, 2017 – 2018, 2018

Докато за първата половина от разглеждания период се наблюдават нестабилни позиции на сътрудничеството в НИРД, които според анализаторите са следствие от корупционни практики, неефективната държавна администрация, затруднен дос-

тъп до финансиране и пр., то за последните години се отчита сериозно подобрене и достигане на страната ни до 41 място (през 2018 г.) от общо 140 страни. Посоченото може да бъде отчетено като огромен скок и значителен прогрес в направлението и се определя като сериозна стъпка в посока на осъзнаване и усвояване на добрите практики в колаборацията наука – бизнес, което не е случайно.

Още с приемането на **Лисабонската стратегия** през 2000 г. научните изследвания и иновациите се определят за ключови конкурентни предимства и водеща цел, към която държавите членки на ЕС следва да се насочат във връзка с изграждането на икономика, основана на знанието. Към предприетите политики спада и приемането на **Национална стратегическа референтна рамка (2006)** с поставен приоритет към повишаване на конкурентоспособността и устойчив растеж, намиращи израз и в разработената **оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“** (2007 – 2013). Програмата е една от седемте оперативни програми, финансирани от структурните фондове на ЕС, и се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и от националния бюджет.

През 2010 г. Лисабонската стратегия е заменена със **Стратегия „Европа 2020“**⁽³⁾, където една от основните заложените цели е насочена към инвестиции в НИРД в размер на 3% от БВП на ЕС. Това е и основна цел на **Съвета по конкурентоспособност**⁽⁴⁾, функциониращ в рамките на ЕС. Същият работи в четири основни области за „повишаване на конкурентоспособността и увеличаване на растежа на ЕС“, една от които са научните изследвания (наред с вътрешен пазар, промишленост и космическо пространство).

„Европа 2020“ фиксира и трите „подсилващи се взаимно приоритета“⁽⁵⁾:

- за интелигентен растеж – икономика на знанието;
- за устойчив растеж – конкурентоспособна икономика;
- за приобщаващ растеж – икономика с високи равнища на заетост.

През 2011 г. България, като страна членка на ЕС, приема **Националната стратегия за развитие на научните изследвания 2020**⁽⁶⁾, чийто стремеж е да „подпомогне развитието на науката в България за превръщането ѝ във фактор за развитието на икономика, базирана на знанието и иновационните дейности“⁽⁶⁾. Предпоставка се явява именно създаването на гъвкава и устойчива връзка между науката, образованието и бизнеса.

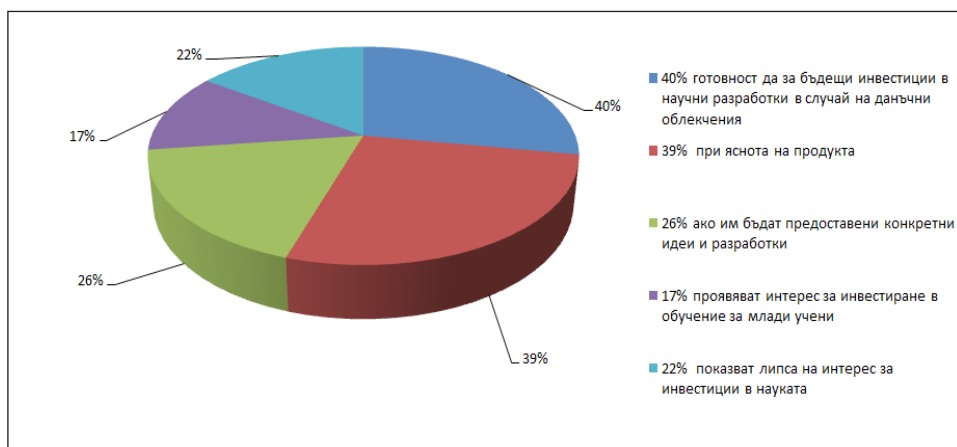
Актуалността на проблематиката обосновава и множеството проекти и изследвания, насочени към проучване на колаборацията между бизнеса и науката.

През 2010 г. „Алфа Рисърч“ провеждат изследване **„Българската наука и бизнесът. Сътрудничеството – препятствия и възможности“**⁽⁷⁾. На базата на 106 стандартизирани интервюта със средни (с персонал 50 – 100 души) и големи (над 100 души персонал) фирми, са изведени някои основни резултати.

Почти половината от изследваните фирми (46%) са посочили, че в практиката са си взаимодействали с научни организации, в т.ч.: са привличали учени

като експерти, инвестирали са в научни разработки, подпомагали са млади учени..., като 70% от анкетиранияте са отбелязали удовлетвореност от това взаимодействие.

Бизнесът демонстрира нагласа за инвестиции в науката, но при определени условия (посочени във фиг. 2), като 50% от анкетиранияте биха инвестирали суми до 25 000 лв.



Фигура 2. Резултати от проучването на „Алфа Рисърч“ ООД

Източник: „Алфа Рисърч“ ООД⁷⁾

Изследването извежда и перспективите във връзката и двустранно сътрудничество между бизнеса и науката, които са насочени към диалог, различни активности за информиране и популяризиране на разработки и добри практики, предлагане на облекчения за фирми, инвестиращи в наука, и пр.

Видно е, че като основно предизвикателство пред науката се очертава същата да се идентифицира пред бизнеса и да покаже с какво може да бъде полезна, така че и двете страни да реализират конкурентни предимства от това сътрудничество.

От своя страна, бизнес организациите, които вече са си сътрудничили с научни организации, имат ясна представа за своите приоритети и показват положително отношение към бъдеща съвместна дейност.

През 2012 г. Съветът за образование и наука приема „България 2020“: **Националните приоритети в образованието и науката**“, като сред основните приоритети се отбелязва именно „изграждането на устойчива връзка образование – наука – бизнес като основа за развитие на икономика, базирана на знанието“⁽⁸⁾.



Фигура 3. „България 2020“: Националните приоритети в образованието и науката“, 2012 г.

Източник: Съвет за образование и наука

Предпоставка за посоченото е, от една страна, да е налице конкурентоспособен бизнес, с влияние върху подготовката на специалисти, а от друга – въздействие на образованието и науката върху бизнеса чрез създаване, генериране и трансформиране на знание.

Сред ключовите цели за висшето образование (2014 – 2020) се отбелязват „подобряване на връзките в системата висше образование – наука – бизнес в национален и наднационален план (включително активно развиване на научната дейност във ВУ)“.

А сред тези, определени за ключови за научна и развойна дейност (2014 – 2020), са⁸⁾:

1. Развитие на човешките ресурси, с поставяне на приоритет към това на младите учени.
2. Интернационализация на българската наука.
3. Подобряване на качеството и конкурентоспособността на научните изследвания във фундаменталните и приложните науки.
4. Финансиране на науката и стимулиране на партньорствата.
5. Развитие на изследователската инфраструктура.

По-голяма част от тях са немислими без сътрудничество с бизнеса, тъй като значителна част от научните изследвания са ориентирани именно към

разработки, които е необходимо да се апробират в реалната икономика, за да се докаже тяхната приложимост, заложена в теоретико-методологичен план.

През 2013 г. „ЕСТАТ“ ООД провежда представително изследване сред 1000 предприятия и 202 представители на научни и изследователски организации. То е по поръчка на Министерството на образованието в изпълнение на **проект „Наука и бизнес“ по ОП „Развитие на човешките ресурси“**, съфинансирана от Европейския социален фонд на ЕС. Насочеността на Проекта и негова основна цел е *„създаване на благоприятна среда за активно взаимодействие между науката и бизнеса и стабилни и устойчиви партньорства между основните компоненти на „триъгълника на знанието“ – ученията, научните изследвания и реализацията на научните резултати“*⁽⁹⁾.

Резултатите от проведеното изследване посочват ниска степен на свързаност между науката и бизнеса⁽¹⁰⁾, като основните причини за посоченото се отчитат като структурни:

– **структурата на предприятията**, които преобладаващо са микро-, с персонал до 9 души и годишен оборот до 100 хиляди лева;

– **структурата на дейността на предприятието** – голяма част от фирмите не се занимават с високотехнологична дейност, изискваща осъществяване на изследователска дейност.

Едва 3,8% от изследваните предприятия посочват, че имат предвиден бюджет за НИРД, като от тях преобладават тези, които отделят до 5% от годишния си оборот за осъществяването ѝ, а 90% от изследваните предприятия посочват, че не планират да инвестират в развойна дейност. Освен във връзка с НИРД се отбелязват и други контакти между представители на предприятията и бизнеса, като за най-устойчиви се определят тези, свързани с образованието.

От страна на академичните представители, 2/3 от респондентите в цитираното изследване посочват, че поддържат *„традиционни, продължаващи и развиващи се във времето контакти с представители от бизнеса“*⁽¹¹⁾. Повече от половината от тях свързват сътрудничеството с работа по проекти и/или във връзка с конкретен проблем.

Изводите демонстрират разминаване между двете страни (наука – бизнес) във вижданията относно необходимостта от колаборация и сътрудничество помежду им. Докато интервюираните представители на академичните среди са убедени в потребността от формиране на подобни връзки и взаимоотношения, то за 80% от бизнеса такава потребност не съществува⁽¹²⁾.

Причините за все още тънката линия на сътрудничество се търсят в „липсата на приложни институти“, които да влязат в ролята на организации, опосредстващи създаването на трайни взаимоотношения между науката и бизнеса. Такива институти/центрове се приемат за „трансмисия между изследванията и реализацията“⁽¹³⁾.

През 2014 г. е приета **Стратегия за развитие на ВО на Република България (2014 – 2020)**, с очертани групи проблеми, сред които:

– липса на връзка между ВО и потребностите на бизнеса и на публичните институции – изразяваща се в разминаване между профила на завършващите студенти и динамиката на пазара на труда;

– недостатъчна връзка между обучението и научните изследвания – с оглед на единството между обучението и научните изследвания и привличане на студенти за участие в научни проекти, иновации и публикации.

През 2016 г. стартира **процедура „Изграждане и развитие на центрове за върхови постижения“**. Нейната цел е *„да подпомогне повишаването на нивото и пазарната ориентация на научноизследователските дейности на водещите научни организации в България, както и да подобри капацитета за реализиране на върхови постижения в областта на научните изследвания“*⁽¹⁴⁾.

През 2017 г. се приема актуализирана **Национална стратегия за развитие на научните изследвания в Република България 2017 – 2030 г.** с три етапа на изпълнение:

– етап на възстановяване (2017 – 2022 г.);

– етап на ускорено развитие (2023 – 2025 г.);

– етап на научни изследвания на световно ниво (2026 – 2030 г.).

Като една от основните слабости се посочва липсата на *„изграден ефективен механизъм за връзка между висшите училища като място за подготовка и източник за набиране на квалифицирани специалисти, от една страна, и бизнеса и публичните институции като потребители на високообразовани, проактивни и мотивирани кадри, адаптивни към структурните и квалификационни изменения в системата на заетостта, от друга“*⁽¹⁵⁾.

Към днешна дата, МОН планира консолидация на науката посредством двата вида центрове – **за върхови постижения и за компетентност**. Посоката е към създаване на единен портал за услугите, които научните центрове в страната предлагат, който да дава информация и относно националните програми за финансиране. Във връзка с консолидирането на съществуващите научен потенциал и ресурси, идеята е да бъде публично изнесена и представена информация за всички университети с действащи научни центрове⁽¹⁶⁾.

Заклучение

От гореизложеното следва да се обобщи, че предпоставка за създаване на икономика, базирана на знанието, е изграждането на устойчива, но и гъвкава връзка между бизнеса и образованието. От една страна, трябва да е налице конкурентоспособен бизнес, който да се заяви и да оказва влияние върху подготовката на специалисти, а от друга – образованието и науката да могат да се заявят пред бизнеса и да оказват въздействие върху него чрез създаване и трансформиране на знание.

Една от възможните посоки е свързана с това, да се обърне поглед и да се отговори на действителните нужди на пазара на труда във връзка с обучението и реализацията на завършващите студенти. Но за да не е връзката еднопосочна, очакванията са бизнесът да влезе активно в аудиториите и научноизследователските лаборатории, демонстрирайки своята ангажираност и подкрепа.

Този процес предполага активна намеса от страна на държавата посредством създаване на политики, програми и условия за реализиране на подобни практики.

С оглед на посоченото, „триъгълникът на знанието“ може да бъде трансформиран в триъгълник „ВУ – бизнес – държава“ и държавата да бъде активен партньор, оказвайки подкрепа при:

- насърчаване взаимодействието наука – образование – бизнес за участие в съвместни проекти;

- предлагане на практики и стажове за студенти и програми за завършващи студенти;

- създаване на мерки и изграждане на механизъм за патентоване и внедряване на научни разработки в реалната икономика;

- създаване на информационни портали, опосредстващи връзката между науката и бизнеса, където да се представя информацията относно възможности за консултации по различни проблеми, финансиране и пр.

- продължаване на политиката, свързана с изграждането на центрове във ВУ, които да са насочени към изграждане на подобни сътрудничества, и т.н.

Посочено е в унисон със заложените от Съвета за образование и наука Национални приоритети в образованието и науката „България 2020“, т.е. позитивите от подобно сътрудничество са осъзнати и процесите вече се реализират. Предстои да се проследи неговата ефективност и устойчивост във времето, което се явява предизвикателство за бъдещи изследвания.

БЕЛЕЖКИ

1. Справка МОН, <http://rvu.mon.bg/>, юни 2019.
2. Център за икономическо развитие, www.ced.bg
3. Стратегия „Европа 2020“, <http://www.strategy.bg/Publications/View.aspx?lang=bg-BG&Id=124>, 02.2019.
4. Съвет по конкурентоспособност, <https://www.consilium.europa.eu/bg/council-eu/configurations/compet/>, 02.2019.
5. Стратегия „Европа 2020“, <http://www.strategy.bg/Publications/View.aspx?lang=bg-BG&Id=124>, 02.2019.
6. Националната стратегия за развитие на научните изследвания 2020/ <http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=708>, 02.2019.

7. Alpha Research (2010), Българската наука и бизнесът. Сътрудничеството – препятствия и възможности, https://alpharesearch.bg/userfiles/Business_science_Presentation.pdf, 06.2019.
8. „България 2020“: Националните приоритети в образованието и науката на Съвета за образование и наука, с. 2.
9. Сайт на Computerworld, http://computerworld.bg/46096_lipsata_na_prilozhni_instituti_kasa_vrazkata_biznesnauka. 03.2019.
10. Аналитичен доклад на МОН, Проект „Наука и бизнес“, http://s2b.mon.bg/i/users-information/AnalyticalReport_MON_Science&Business_2013-10-31.pdf, 06.2019.
11. Аналитичен доклад на МОН, Проект „Наука и бизнес“, с. 46.
12. Аналитичен доклад на МОН, Проект „Наука и бизнес“, с. 67.
13. Сайт на Computerworld, http://computerworld.bg/46096_lipsata_na_prilozhni_instituti_kasa_vrazkata_biznesnauka. 03.2019.
14. Сайт на МОН, <http://sf.mon.bg/?go=news&p=detail&newsId=409>, 03.2019.
15. Актуализирана Национална стратегия за развитие на научните изследвания в Република България 2017 – 2030 г., <https://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=1231>
16. Сайт на сп. „Икономист“, Комасация на научните ресурси, 03.2019.

ЛИТЕРАТУРА

- Ансофф, И. (2004) Синергизм и деловие способности компании. *Стратегический синергизм*. Ред. Кемпбелл, Э., К. С. Лачс.
- Данаилов, И. П. (1997). *Проблеми конкурентоспособности електротехнической продукции*. Москва: Пресс-сервис.
- Иванов, И. & Димитров, А. (2014). Интеграционна стратегия чрез синергия, В: *Сборник с доклади, ФИСН, Юбилейна научно-практическа конференция с международно участие: „Времена на несигурност и рискове: възможности и перспективи за развитие“*, том 2, Пловдив: Паисий Хилендарски, ISSN: 978-619-202-037-8, 109 – 118.
- Шмелев, Н., Ваганов, А. & Данченко, Л. (2004). *Стратегический маркетинг*. Москва.
- Зафирова, Цв. (2011). Висшите училища в България: конкурентоспособност и Рейтингова система. *Преподаване, учене и качество във висшето образование – 2011*. Ботевград: Издателство на МВБУ, 105 – 114.
- Dimitrova, G. & Dimitrova, T. (2017). Competitiveness of the universities: measurement capabilities, *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 15, Suppl. 1, ISSN 1313-7069 (print), ISSN 1313-3551 (online), 311 – 316.

REFERENCES

- Ansoff, I. (2004). *Sinergizm i delovie sposobnosti kompanii. Strategicheskiy sinergizm*. Kempbell, Э., К. S. Lachs (eds.).
- Danailov, I. P. (1997). *Problemy konkurentospobnosti elektrotehnicheskoy produktsii*. Moskva: Press-servis.
- Ivanov, I. & Dimitrov, A. (2014). Integratsionna strategia chrez sinergia, V: *Sbornik s dokladi, FISN, Yubileyna nauchno-prakticheskaya konferentsia s mezhdunarodno uchastie: „Vremena na nesigurnost i riskove: vazmozhnosti i perspektivi za razvitie“*, tom 2, Plovdiv: Paisiy Hilendarski“, ISSN: 978-619-202-037-8, 109 – 118.
- Shmelev, N., Vaganov, A. & Danchenok, L. (2004). *Strategicheskiy marketing*. Moskva.
- Zafirova, Tz. (2011). Visshite uchilishta v Bulgaria: konkurentospobnost i reytingova sistema. *Prepodavane, uchene i kachestvo vav vissheto obrazovanie – 2011*. Botevgrad: Izdatelstvo na MVBU, 105 – 114.
- Dimitrova, G. & Dimitrova, T. (2017). Competitiveness of the universities: measurement capabilities, *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 15, Suppl. 1, ISSN 1313-7069 (print), ISSN 1313-3551 (online), 311 – 316.

COMPETITIVENESS OF THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF INTEGRATION BETWEEN SCIENCE, EDUCATION AND BUSINESS

Abstract. With increasing competition between higher education institutions in Bulgaria (with 51 public and private HEIs functioning), the consideration of their competitiveness and the search for opportunities to increase it becomes more and more relevant. The aim of the article is to present the concepts of forming the competitiveness of HEIs and to consider the possibilities of unleashing the competitive potential of the education sector through cooperation between science, education and business. Emphasis is also placed on the measures and policies undertaken to create an environment in which integration in this direction is built and realized.

Keywords: universities; competitiveness; cooperation; business; science; education

✉ **Dr. Gergana Dimitrova, Assist. Prof.**

Department of Management and Quantitative Methods in Economics
Faculty of Economics and Social Sciences
Plovdiv University “Paisii Hilendarski”
24, Tsar Asen St.
Plovdiv 4000, Bulgaria
E-mail: gergana.gu@gmail.com
https://www.researchgate.net/profile/Gergana_Dimitrova6