

Въпрос на алумни

Организациите на бившите възпитаници на университетите в България са липсващото звено между бизнеса и студентите в страната

Ако търсите контакт на някоя компания, търсите в интернет, прелиствайте “жълтите страници” или звъните на телефон за справки. А ако търсите икономически кадри? От Стопанския факултет на Софийския университет (СУ) са намерили интересно решение и са издали справочник с кратка информация за 850 от завършилите през периода 1996-2010 г. Зад проекта всъщност стои една от най-активните алумни мрежи в България, или с други думи - организация на бившите възпитаници на университета. “Справочникът служи както на членовете на сдружението ни, така и на фирмите, занимаващи се с хедхънтинг”, разказва Милка Симова, която е изпълнителен директор на алумни сдружението на факултета.

Освен годишника с контакти инициативите на университетската алумни мрежа включват и организирането на балове или обеда, на които бивши и настоящи възпитаници обменят идеи, контакти или просто не губят връзката помежду си. “Бизнесът осъзнава нуждата от връзка с университетите. Благодарение на това западният модел на алумни мрежите става все по-типичен и за България. Така мениджърите ни дават идеи за схемите на обучението и споделят от какво имат нужда”, разказва Симова.

Вносен опит

Идеята за нашата алумни мрежа се зароди благодарение на приятелството между колегите след завършването на факултета, разказва Димитър Димитров. Той е член на управителния съвет на сдружението и в момента е директор “Продажби” за Централна и Източна Европа в Misys Plc. Димитров обяснява, че след бакалавърската степен много студенти са продължили образованието си в други европейски учебни заведения, където алумни мрежите са изключително популярни, и оттам са почерпили опит. “Имахме много ползотворни отношения с колегите”, казва той. А алумни мрежата им помага да ги запазят такива и досега.

Благодарение на справочника бившите възпитаници на университета не само могат да подновят контактите със свои колеги, но и да бъдат достъпни за трети лица. Всъщност

при проследяването на изданията на книжката с данните за икономическите кадри на СУ се вижда и кариерното им развитие. Това е и най-силното мерило за успех на дадено учебно заведение, коментира Симова. В много западни вузове се правят и сериозни проучвания за движението на работните заплати на кадрите им. У нас такава няма за момента, но от Стопанския факултет планират в следващото издание на справочника им догодина да се включи и подобна информация.

За масовата практика и изключенията

За много българи обаче крехката връзка с университета приключва веднага след като стиснем дипломата си в ръка. Някои дори не искат да имат нищо общо с образователната система като цяло. А в редица държави това не е така. Всички водещи университети в Западна Европа и САЩ успяват да изградят силна връзка със своите студенти не само по време на следването им, а и след това. Там е традиция всеки месец да се провеждат срещи между вече завършили колеги, да участваш в инициативи на университета, след като вече си направил кариера, или просто да поддържаш контакти с преподавателите и настоящи студенти. И всичко това помага за изграждането и заздравяването на връзката между бизнеса и университета.

Защо ни липсва алумни култура

Една от причините за липсата на алумни култура в България е, че липсва желание от страна на самите завършили да участват в алумни мрежа и така да помогнат за създаването на приемственост. От друга страна обаче изграждането и поддържането на подобни контакти изискват работа и финансиране. Нещо, което не всеки ВУЗ може да си позволи.

Иначе ползата от една алумни мрежа е и за двете страни. Университетът популяризира специалностите си и убеждава бъдещите студенти да ги предпочетат пред всички останали. Неслучайно повечето частни училища в Европа и САЩ се популяризират главно чрез алумни мрежите си.

В същото време бившите възпитаници не просто поддържат контакт с университетските си колеги (които междувременно също растат в йерархията), а и могат да открият ценни кадри сред новата генерация колеги, които да привлекат. А дали ще се използва все по-широко този модел и в България, е въпрос на осъзнаване на ползите от него. И въпрос на алумни.

Ивана Петрова



► Ползата от създаването на организации на завършилите гаген университет е, че се създават и се поддържат контакти, които са ценни за работата на всеки бизнес

СНИМКА ЕМИЛИЯ КОСТАДИНОВА



” Бизнесът осъзнава нуждата от връзка с университетите. Благодарение на това западният модел на алумни мрежите става все по-типичен и за България. Така мениджърите ни дават идеи за схемите на обучението и споделят от какво имат нужда

Милка Симова, изпълнителен директор на сдружението на завършилите Стопанския факултет на СУ “Св. Климент Охридски”

Анкета

Как оценявате алумни културата в България? Какви са ползите от нея?

” Алумни културата тепърва прохода в България. Големите университети имат традиции от дълги години, докато при нас все още не са оценени ползите от подобни инициативи

Добромир Добрев, управляващ директор в “Райфайзен Лизинг България”



” За мен най-ценното на алумни мрежите е формирането на единно общество, чувство на принадлежност, единна ценностна система и култура. Като се обединяваме, ставаме по-силни не само като група, но и като индивиди

Билиана Вълкова, ръководител отдел “Корпоративни финанси” в Sofia finance



” С алумни мрежата на Стопанския факултет на СУ “Св. Климент Охридски” целим да развием съпричастност към дейността на университета и завършващите колеги. Така разширяваме и контактите си

Димитър Димитров, директор “Продажби” за Централна и Източна Европа в Misys Plc

