

З В І Т

про результати маркетингового дослідження на тему
«Удосконалення якості підготовки майбутніх фахівців РВО «бакалавр»
закладів індустрії гостинності за результатами опитування стейкхолдерів
кафедри готельно-ресторанного бізнесу»
Львівського державного університету фізичної культури
ім. Івана Боберського

Метою опитування є отримання об'єктивної інформації щодо очікувань та задоволення роботодавцями якістю освіти і станом освітнього процесу, забезпечення зворотного зв'язку між усіма учасниками освітнього процесу, розроблення пропозицій щодо його удосконалення.

Опитування у Львівському державному університеті фізичної культури ім. Івана Боберського (далі – Університет) здійснювалося впродовж 14-27 січня 2025 року шляхом проведення *online-анкетування за допомогою Google form*.

Учасники анкетування – експертна рада стейкхолдерів кафедри готельно-ресторанного бізнесу.

Всього опитано *сім* роботодавців.

Першочерговим запитанням для респондентів було дослідження наявної процедури підбору кадрів на підприємстві, де усі роботодавці відповіли про функціонування такої системи.

Завдання щодо підбору персоналу стоять перед будь-яким підприємством, а особливо — новоствореним чи таким, що розширюється. Професійний підбір нових працівників не тільки забезпечить режим нормального функціонування підприємства, але й закладе фундамент його майбутнього успіху. Відповідно до опитування, варто зазначити, що роботодавців найбільш ефективною формою підбору кадрів вважають наявність власного відділу HR, звернення до закладів вищої освіти, які готують відповідних спеціалістів, договори про співпрацю із ВНЗ.

Середнє значення показників процедури підбору персоналу у закладах гостинності:

- за допомогою власного відділу HR – 9;
- звернення до закладу вищої освіти, який готує відповідних спеціалістів – 8,6;
- розміщення інформації на веб-сайті компанії – 5;
- договори про співпрацю із вищими навчальними закладами – 8,6;
- договори про співпрацю із конкретними рекрутинговими агентствами – 6.

Усі стейкхолдери мали ділові контакти з Університетом, а саме особисто брали участь у конференціях та інших масових заходах ЛДУФК та були співорганізаторами масових заходів університету (рис.1).

3. Чи мали Ви ділові контакти з Львівським державним університетом фізичної культури імені Івана Боберського?
7 відповідей



Рис.1. Чи мали Ви ділові контакти з Львівським державним університетом фізичної культури імені Івана Боберського?

Освітня програма, як єдиний комплекс освітніх компонентів, спланованих і організованих для досягнення визначених результатів навчання, має свою специфіку та унікальність. Особливістю освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського формування повного комплексу компетентностей, що дають можливість випускникам здійснювати дослідницько-інноваційну діяльність функціонування індустрії гостинності України та за її межами. Важливо ознайомити роботодавців Університету із основними положеннями освітньої програми. Усі роботодавці ознайомлені із даною освітньою програмою кафедри готельно-ресторанного бізнесу (рис.2).

4. Чи ознайомлені Ви із освітньою програмою спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» РВО "бакалавр" ?
7 відповідей

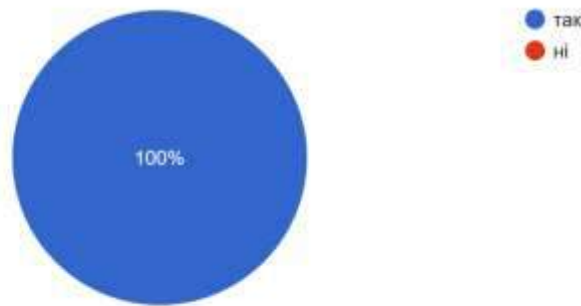


Рис.2. Чи ознайомлені Ви з освітньою програмою спеціальності «Готельно-ресторанна справа» РВО «бакалавр» в ЛДУФК?

В епоху глобалізації та формування економіки знань посилення інтеграції ринків освітніх послуг і праці є найважливішим чинником успішного соціально-економічного розвитку. Бізнес та освіта перестають бути самодостатніми і все більше залежать один від одного. Саме тому важливим є процес гармонізації надання освітніх послуг відповідно до вимог ринку праці. Стейкхолдери кафедри готельно-ресторанного бізнесу вважають, що підготовка фахівців індустрії гостинності в Університеті повністю відповідає вимогам ринку праці.

Результати опитування показують середнє значення кожного з показників, які на думку роботодавців є вирішальними при прийнятті рішення щодо вибору випускників закладу вищої освіти:

- Глибокі теоретичні знання – 7,6;
- Репутація закладу вищої освіти – 4,7;
- Практичні навички та вміння випускника – 9;
- Комунікаційні здібності – 8,7;
- Уміння працювати в команді – 8,7;
- Креативне мислення – 8,4;
- Гнучкість та адаптивність до змін – 9;
- Знання іноземних мов – 8,7.

Таким чином, варто відзначити, що «soft skills» випускників закладу чинять найвагомий вплив для роботодавців при виборі навчального закладу.

Ефективність взаємодії Університету та стейкхолдерів значно зростає, коли партнери-роботодавці переходять з позиції сторонніх спостерігачів і виключно споживачів освітніх послуг на позицію зацікавлених учасників освітніх і інноваційних процесів, що всіляко сприяє оволодінню студентами комплексом професійних компетенцій, які відповідають вимогам сучасного ринку праці. На сьогодні, важливо визначити, які ж форми співробітництва із навчальним закладом для роботодавців є найбільш ефективні, відповідно, результати опитування показують, що найбільш ефективними формами є участь у науково-практичних конференціях та форумах (85,7%) та договори про практику (85,7) (рис.3).

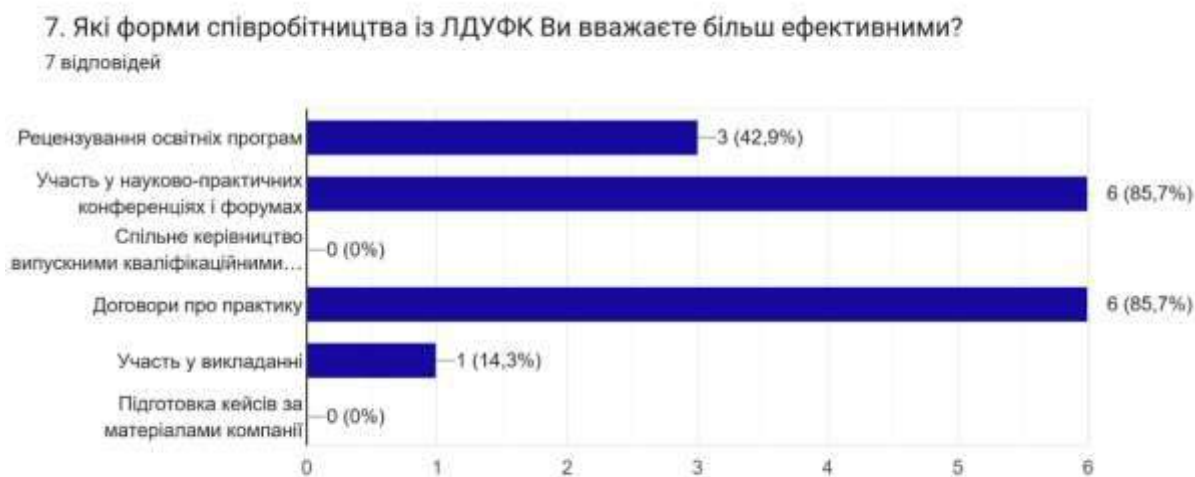


Рис. 3. Які форми співробітництва із ЛДУФК Ви вважаєте більш ефективними?

Усі члени експертної ради стейкхолдерів Університету зацікавлені на подальшу співпрацю з кафедрою готельно-ресторанного бізнесу (рис.4).

8. Чи Ви плануєте подальшу співпрацю з кафедрою готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського?
7 відповідей

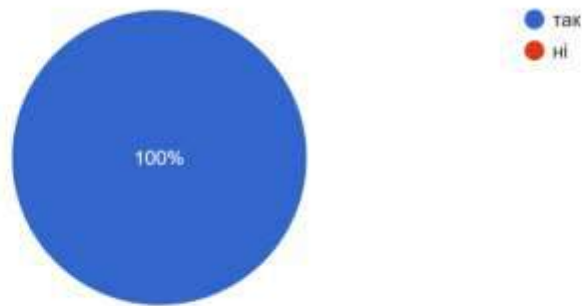


Рис. 4. Чи плануєте подальшу співпрацю з кафедрою готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського?

Дуже важливим є врахування рекомендацій роботодавців щодо удосконалення освітнього процесу в Університеті спеціальності «Готельно-ресторанна справа» РВО «бакалавр». Стейкхолдери вважають, що найбільш важливим на сьогодні є: тісна співпраця з крафтовиками в рамках освітніх компонент "Організація ресторанного господарства", "Кейтеринг", "Технологія продукції ресторанного господарства", впровадження елементів soft-skill, залучення стейкхолдерів.