

**ПАРТНЕРСТВО УНІВЕРСИТЕТІВ З БІЗНЕСОМ:
ОСОБЛИВОСТІ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ**

Погуда Наталія Вікторівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
nv poguda@gmail.com

Підготовка майбутніх висококваліфікованих спеціалістів є пріоритетним завданням закладів вищої освіти. Теоретичне навчання є важливою основою формування професійних компетентностей, умінь та навичок здобувачів. Створюючи теоретичний базис як фундамент майбутнього спеціаліста, в умовах мінливого середовища, досить часто недостатньою є практична підготовка. Це пояснюється як обмеженими часовими проміжками, що відводяться на даний вид підготовки, так і швидкими змінами у різних сферах економіки. Для того, щоб нівелювати вплив даних груп факторів ефективною є співпраця університетів з різними групами стейкхолдерів, у тому числі з представниками бізнесу. Зокрема, ефективною формою взаємодії є саме партнерство [1].

Певний час взаємодія закладів освіти з бізнесом полягала лише у проходженні практики здобувачами, відвідуванні підприємств у межах різних видів практичної підготовки, однак для того, щоб бути конкурентоспроможним у наданні якісних освітніх послуг, цього на даний момент недостатньо. Тому у сучасних умовах, у рамках модернізації вищої освіти, особливо актуальною є взаємодія університетів з бізнесом шляхом не лише проходження практики, але й постійної участі у навчальному процесі.

Така участь може бути представлена у різних формах, зокрема обговорення та внесення пропозицій до освітніх програм та навчальних планів, активне залучення практиків-професіоналів як до проведення лекцій, так і до практичних або лабораторних занять, обладнання лабораторій бізнесом, підвищення кваліфікації викладачів та їх стажування, реалізація дуальної форми освіти, що дозволяє не лише апробувати набуті теоретичні знання на практиці, але й працювати у подальшому саме за спеціальністю, участь представників бізнесу при проведенні державної атестації, організація спеціалізованих курсів, конкурсів для реалізації потенціалу здобувачів.

Для партнерів зі сфери гостинності важливим є не лише теоретичне навчання здобувачів, але й володіння спеціалізованими програмними продуктами (наприклад, системами бронювання готельних, ресторанних послуг, авіаквитків, створення туристичного продукту), знання іноземних мов, оскільки специфіка роботи передбачає роботу як з іноземними споживачами, але й постачальниками і партнерами.

Основними інтересами та очікуваннями, що спонукають представників сфери гостинності до партнерства з університетами є участь у підготовці висококваліфікованого компетентного спеціаліста, забезпечення зайнятості молодого покоління, розвиток персоналу, підвищення продуктивності та посилення власного іміджу підприємства, соціальна відповідальність бізнесу.

Література:

1. Безвух С.В., Стопчак А.Ю. Соціальне партнерство науки і бізнесу: форми взаємодії, проблеми і рекомендації щодо їх вирішення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 3. Т. 3. С. 7-14.