

СОЦІАЛЬНІ МОТИВИ ОБРАННЯ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА» (НА ПРИКЛАДІ ЛДУФК)

Тетяна Дуткевич,
Тетяна Курчаба

*Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського, м. Львів, Україна*

Актуальність. Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України [1]. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура [2]. Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності [3].

Метою нашого дослідження є вивчення соціальних мотивів обрання спеціальності готельно-ресторанна справа студентами ЛДУФК на матеріалі соціологічного опитування.

Об'єкт дослідження: студенти ЛДУФК (спеціальність готельно-ресторанна справа). **Предмет дослідження:** мотиви обрання спеціальності готельно-ресторанна справа. **Методи дослідження:** аналіз документів, опитування (анкетування) та методи математичної статистики.

Завдання:

1. Опрацювати літературні джерела і визначити роль туризму у розв'язанні соціально-економічних проблем.
2. Провести анкетування студентів I–III курсів ЛДУФК напрямку підготовки «готельно-ресторанна справа» і виявити мотиви обрання напрямку.
3. Визначити пріоритетні мотиви обрання спеціальності готельно-ресторанна справа.

Ми опитали 50 студентів спеціальності «готельно-ресторанна справа», серед яких з I курсу – 15 осіб, II курсу – 23 особи і III курсу – 12 осіб. Також, серед них 32 дівчат та 18 хлопців.

Актуальним було запитання: «Чому Ви обрали спеціальність «готельно-ресторанна справа» як свою майбутню професію?». Більшість студентів (68%) наголошує на тому, що це був їх власний, обдуманий вибір, що

дає підстави стверджувати – переважна більшість студентів навчається за власним бажанням, а отже, мають зацікавленість до навчання та хорошої перспективи у кваліфікованих спеціалістів. Наступним за частотою вибору став варіант «Випадково», який обрали 18% студентів, що може свідчити про те, що розставляючи пріоритети на вступ, студентам не було важливо, в який саме заклад вищої освіти вступати. Так, 6% респондентів обрали напрям «готельно-ресторанна справа» порадили батьки, для 4% респондентів можливим був лише цей варіант, 2% респондентів порадили друзі та 2% обрали власний варіант (престижність професії).

Також ми ставили за мету дізнатися, яке у студентів сформувалося ставлення до обраної професії. Так, 54% респондентам професія дуже подобається, 38% респондентів професія швидше подобається, ніж не подобається; 6% швидше не подобається, ніж подобається та 2% респондентів професія не подобається. Потрібно зауважити, що жоден із респондентів не обрав варіант «Байдуже ставлення», що може свідчити про їх усвідомленість в вподобаннях. Потрібно зауважити, що 38% студентів приваблює у майбутній професії саме можливість самовдосконалення; 24% студентів приваблює гарний заробіток; 18% подобається те, що робота є однією з найпрестижніших, 12% найбільше подобається, що професія пов'язана із роботою з людьми та 8% подобається те, що робота не є фізично важкою.

Ми намагалися з'ясувати, що найбільше подобається студентам у навчанні на спеціальності «готельно-ресторанна справа». Так, 42% студентів стверджують, що в ЛДУФК їм найбільше подобається можливість проходити практику за кордоном, 36% студентам подобається можливість відвідувати готелі та ресторани для ознайомлення з їх роботою, та 22% студентам найбільше подобається у навчанні отримання якісної та потрібної інформації на парі. По-різному студенти оцінили якість знань, отриманих у виші: 80% першого курсу вважають, що отримані під час навчання знання дають змогу почуватися конкурентоздатними на ринку праці. 73.9% другого курсу вважають себе конкурентоздатними та лише 58.3% третього курсу вважають себе конкурентоздатними.

Отже, загалом 72% студентів вважають себе конкурентоздатними. Ключове питання, яке цікавило нас під час дослідження – те, ким студенти уявляють себе після закінчення вишу і результатом стало таке: 36% бачать себе власником готелю; 28% директорами готелю або ресторану; 22% рестораторами; 4% менеджерами готелю або ресторану; 10% обрали власний варіант, серед яких сомельє, бармен, блогер, власник магазину.

Висновки:

1. Аналіз анкет студентів I–III курсів дав змогу з'ясувати мотиви обрання напряму «Готельно-ресторанна справа».

2. Опитування студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа» доцільно проводити з метою визначення мотивації студентів і відповідно коригувати спрямованість навчального процесу.

3. Більшості студентів професія дуже подобається, вони вважають себе конкурентоспроможними та хочуть у майбутньому працювати за спеціальністю.

Список використаних джерел

1. Алексеєв Д. Ресторан за інтересами / Д. Алексеєв // Ресторанні відомості. – 2006. – № 101. – С. 12–14.

2. Бородина В. В. Ресторанно-готельний бізнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент. – Москва : Книжковий світ, 2003. – 165 с.

3. Волкова И. В. Ресторанный бизнес / Волкова И. В., Миропольський Я. І., Мумрікова Г. М. – Москва : Флінта, 2002. – 184 с.