

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МАРКЕТИНГУ



ЗВІТ

щодо оцінки якості освітньої програми та рівня професійної підготовки
випускників роботодавцями

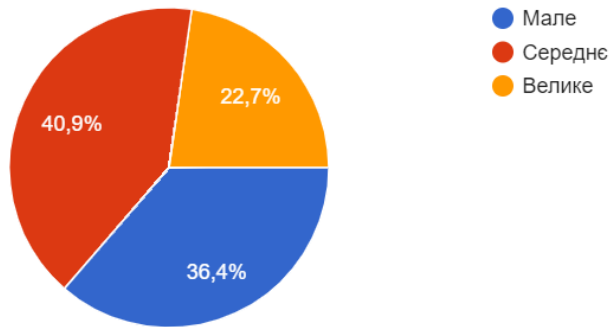


Рис. 1. Розподіл респондентів за розміром компанії

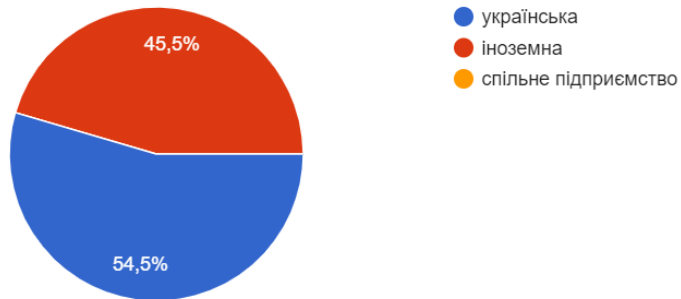


Рис. 2. Розподіл респондентів національною приналежністю

Опитування проводилось з 12 січня по 16 лютого 2023. Опитування проводилось за допомогою Google Forms серед роботодавців. В опитуванні взяли участь представники 22 компаній.

Серед них: 40,9% представляють середні за розміром підприємства, 36,4% малі підприємства та 22,7% - великі.

54,5% підприємств є українськими, 45,5% - іноземні.



Роботодавці, що взяли участь в опитуванні:

PHILIPS

KPMG



PHILIP MORRIS
INTERNATIONAL

syngenta[®]



Advanter
Group



ПРАВЕКС БАНК



СВ АЛЬТЕРА

**FACTUM
GROUP**

INDAX

kNAUF Gips

HEADSHOT

**KMZ
INDUSTRIES**

BUDCONSULTING
строительный
консорциум

ПОЖ МАШИНА[®]
промышленная компания

ibexa

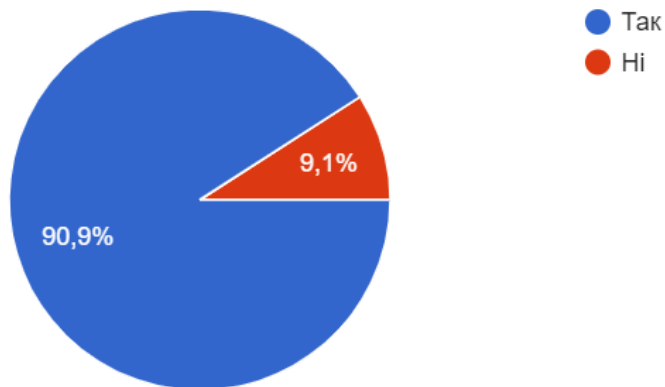


Рис. 2. Розподіл респондентів за наявністю чіткої процедури відбору персоналу у компанії

Більше 90% респондентів зазначили, що у їх компаніях існує налагоджена процедура відбору персоналу.

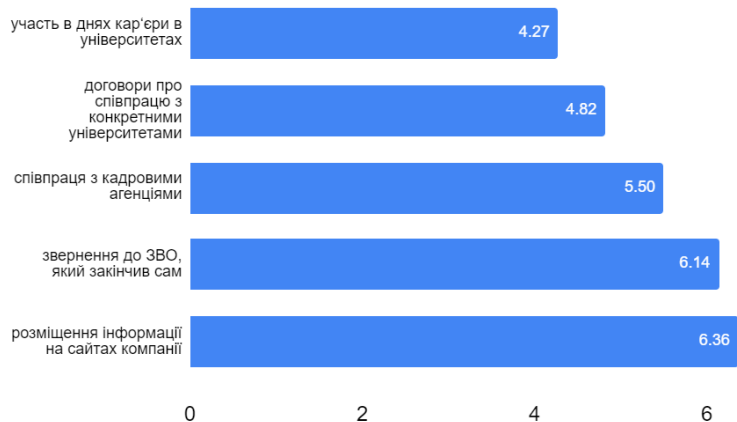


Рис. 3. Середньозважена оцінка ефективності процедур відбору персоналу

Респонденти зазначили, що найбільш ефективними процедурами відбору персоналу вважають **розміщення інформації на сайтах компаній, звернення до ЗВО, які закінчили самі, а також співпраця із кадровими агенціями** (6.36, 6.14 та 5.50 балів із 10 відповідно).



Рис. 4. Відповідальні у компанії за прийняття рішень про набір персоналу

Респонденти зазначили, що відповідальними за прийняття рішень щодо підбору персоналу у їх компаніях є:

- вище керівництво (CEO, VP of HR);
- начальники відділів;
- керівники напрямків;
- відділ кадрів (People&Culture, HR)

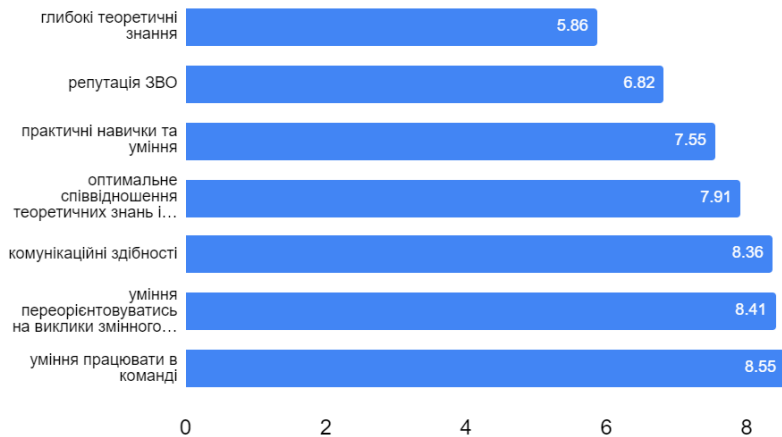
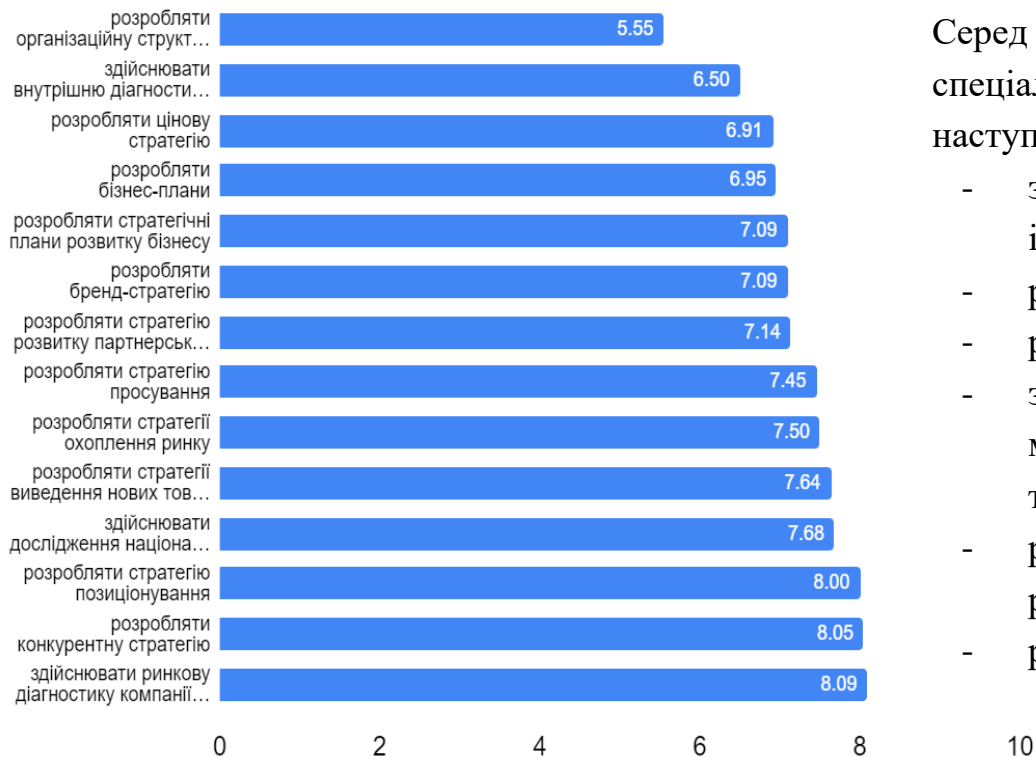


Рис. 5. Середня зважена оцінка факторів щодо вибору випускників ЗВО

Найбільш вагомими факторами при виборі випускників ЗВО у процесі підбору персоналу роботодавці зазначили: **уміння працювати в команді (8.55 із 10), уміння переорієнтуватись на виклики змінного середовища (8.41 із 10), комунікаційні здібності (8.36 із 10).**

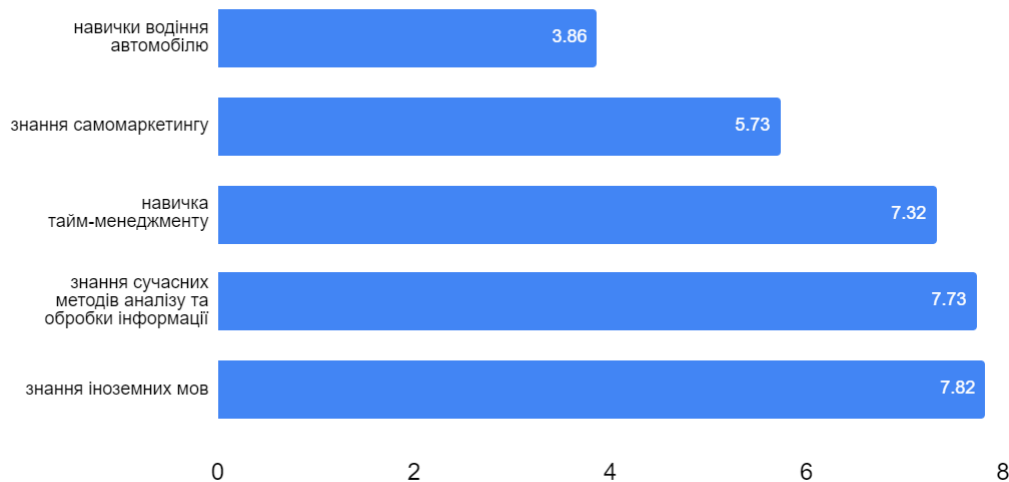
Також важливими є оптимальне співвідношення теоретичних знань та практичних умінь (7.91 із 10) та практичні навички та уміння (7.55 із 10).



Серед найбільш важливих навичок випускників спеціальності “Маркетинг” роботодавці зазначили наступні:

- здійснювати ринкову діагностику компанії (8.09 із 10);
- розробляти конкуренту стратегію (8.05 із 10);
- розробляти стратегію позиціонування (8.0 із 10);
- здійснювати дослідження національного і міжнародних ринків для розробки ринкової і товарної стратегій (7.68 із 10);
- розробляти стратегії виведення нових товарів на ринок (7.64 із 10);
- розробляти стратегії охоплення ринку (7.5 із 10).

Рис. 6. Середньозважена оцінка вагомості навичок роботодавцями для випускників спеціальності “Маркетинг”



Серед додаткових знань та навичок роботодавці зазначили, що найбільш важливими для них є: **знання іноземних мов (7.82 із 10), знання сучасних методів аналізу та обробки інформації (7.73 із 10) та навичка тайм-менеджменту (7.32 із 10).**

Рис. 7. Середньозважена оцінка вагомості додаткових знань та навичок роботодавцями для випускників спеціальності “Маркетинг”

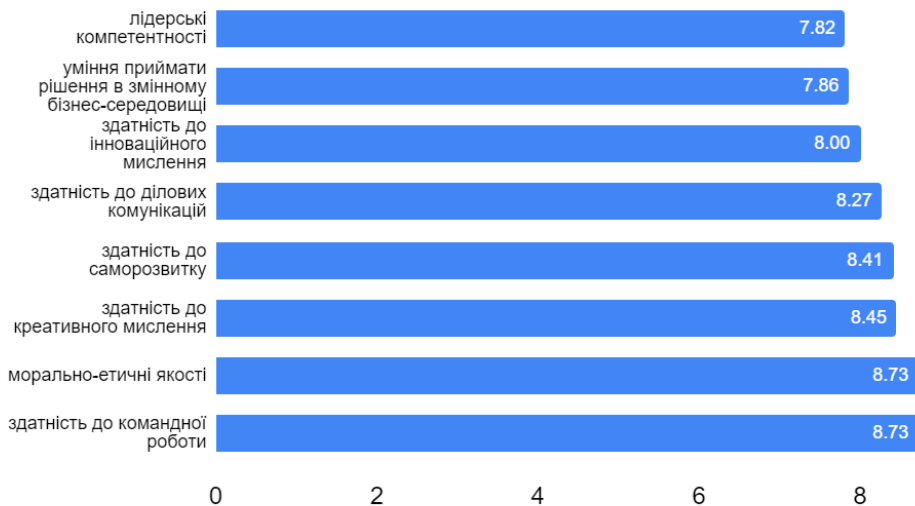


Рис. 8. Середньозважена оцінка вагомості особистих якостей випускників ЗВО роботодавцями

Найбільш пріоритетними особистісними якостями при відборі персоналу роботодавці зазначили:

- здатність до командної роботи (8.73 із 10);
- морально-етичні якості (8.73 із 10).

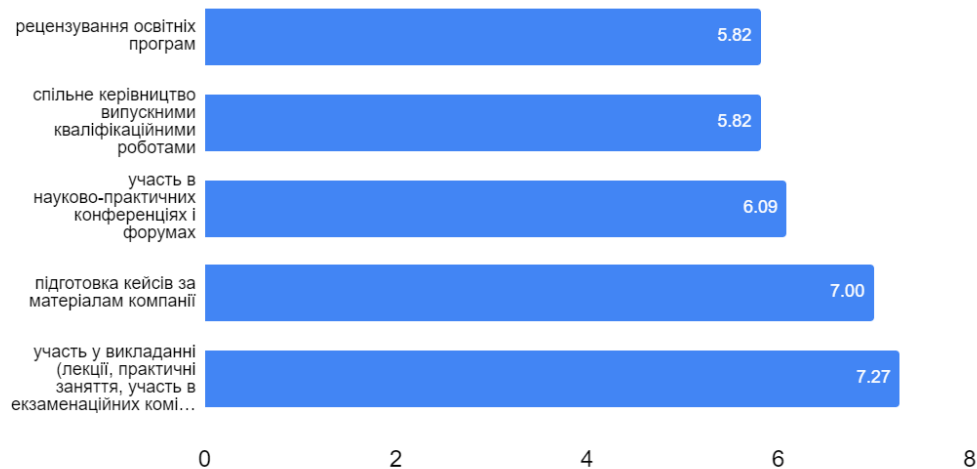
Також більше 8 балів із 10 отримали такі якості як: здатність до креативного мислення, здатність до саморозвитку, здатність до ділових комунікацій, здатність до інноваційного мислення.



Серед співробітників опитаних роботодавців є випускники наступних ЗВО:

- Київський національний університет імені Тараса Шевченка;
- Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана;
- Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»;
- Національний університет «Києво-Могилянська академія»;
- НТУ «Харківський політехнічний інститут»;
- Національний університет «Львівська політехніка»;
- Національний авіаційний університет;

та інші.



Респонденти зазначили, що найбільш ефективними формами співробітництва із ЗВО вважають **участь у викладанні (лекції, практичні заняття тощо) та підготовка кейсів за матеріалами компаній (7.27 та 7.0 із 10 відповідно).**

Рис. 9. Середньозважена оцінка ефективності форм співробітництва із ЗВО