

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТРАНСПОРТУ, МЕНЕДЖМЕНТУ І ЛОГІСТИКИ
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ *Кириленко О.М.*

“ ___ ” _____ 2021

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
“БАКАЛАВР ”

Тема: Стратегія розвитку Державного центру зайнятості з урахування світового досвіду

Виконала: Степанова Єлизавета Дмитрівно

Керівник: д.е.н., професор Марченко Валентина Миколаївна

Консультанти з розділів: _____

Нормоконтролери з ЄСКД (ЄСПД): _____ (Марченко В.М.)

_____ Серьогін С.

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет транспорту, менеджменту і логістики

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Освітній ступень бакалавр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма: «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Кириленко О.М.

«__» «_____» 2021

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи студента

Степанова Єлизавета Дмитрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема дипломної роботи: **Стратегія розвитку Державного центру зайнятості з урахування світового досвіду**

Затверджено наказом ректора від «19» березня 2021, №450-/студент

2. Термін виконання дипломної роботи: з «05» 04 2021 до «06» 06 2021

3. Вихідні дані до дипломної роботи: інтернет джерела; фактичні вихідні данні Державного центру зайнятості; українські та закордонні видання вчених, що займалися питанням івент-менеджменту.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробці):

Необхідно: дослідити сутність та види стратегічного розвитку; етапи та особливості формування стратегії розвитку; світовий досвід формування стратегії розвитку; провести аналіз та оцінку рівня безробіття

та працевлаштування в Україні; надати характеристику міграційних процесів трудових ресурсів України; оцінити результативність стратегічного розвитку Державної служби зайнятості України; обґрунтувати стратегії розвитку професійної орієнтації молоді до 2030 року; розглянути перспективні напрями поліпшення умов професійної орієнтації та зайнятості населення в Україні.

Перелік обов'язкового графічного матеріалу:

Теоритичний розділ: табл. – 5, рис. – 8

Аналітико-дослідницький розділ: табл. – 7, рис. – 21;

Проектно-рекомендаційний розділ: табл. –6, рис. –7,

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Етапи виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів	Примітки
1.	Вибір теми дипломної роботи	05.04.2021 – 08.04.2021	Виконано
2.	Збір необхідної інформації по темі дипломної роботи	08.04.2021 – 15.04.2021	Виконано
3.	Визначення та аналіз сутності, стратегії розвитку Державного центру зайнятості	15.04.2021 – 20.04.2021	Виконано
4.	Оцінювання результативності стратегічного розвитку Державної служби зайнятості України	20.04.2021 – 27.04.2021	Виконано
5.	Написання теоретичної частини дипломної роботи	27.04.2021 – 05.05.2021	Виконано
6.	Підготовка та оформлення аналітичного розділу дипломної роботи	05.05.2021 – 11.05.2021	Виконано
7.	Обґрунтування напрямів event менеджменту як подієвого проекту	11.05.2021 – 20.05.2021	Виконано
8.	Остаточне оформлення дипломної роботи (зміст, вступ, висновки, додатки тощо)	20.05.2021 – 25.05.2021	Виконано
9.	Підготовка доповіді та презентації дипломної роботи	25.05.2021 – 31.05.2021	Виконано
10.	Підписання необхідних документів у встановленому порядку, підготовка до захисту дипломної роботи та попередній захист на випусковій кафедрі	31.05.2021 – 06.06.2021	Виконано

Студент _____ (Степанова Є.Д.)

Керівник кваліфікаційної роботи _____ (д.е.н., доц. Марченко В.М.)

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ДСЗ – Державна служба зайнятості

ДЦЗ – Державний центр зайнятості

КМУ – Кабінет Міністрів України

МОП – Міжнародна організація праці

ЦЗ – центр зайнятості

ISO – (International Organization for Standardization) Міжнародна Організація зі Стандартизації

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота присвячена поглибленню знань щодо теоретичних засад стратегічного розвитку підприємства, аналізу та оцінювання стратегічного розвитку Державного Центру Зайнятості України, обґрунтування напрямів event менеджменту як стратегії розвитку подієвого проекту зайнятості в Україні.

У вступі визначено актуальність обраної теми, її роль у практичному використанні, основну мету даної роботи, об'єкт та предмет дослідження, інформаційна база, структура роботи та практична значущість дослідження.

У першому розділі дипломної роботи досліджено сутність та види стратегічного розвитку; етапи та особливості формування стратегії розвитку; світовий досвід формування стратегії розвитку.

У другому розділі проведено аналіз та оцінка рівня безробіття та працевлаштування в Україні; надана характеристика міграційних процесів трудових ресурсів України; оцінено результативність стратегічного розвитку Державної служби зайнятості України.

У третьому розділі обґрунтовано стратегії розвитку професійної орієнтації молоді до 2030 року; розглянуто перспективні напрями поліпшення умов професійної орієнтації та зайнятості населення в Україні.

У висновках та пропозиціях узагальнено результати дослідження.

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа посвящена углублению знаний о теоретических основ стратегического развития предприятия, анализа и оценки стратегического стратегического развития Государственного Центра Занятости Украины, обоснование направлений event менеджмента как стратегии развития событийного проекта занятости в Украине.

Во введении определены актуальность темы, ее роль в практическом использовании, основная цель данной работы, объект и предмет исследования, информационная база, структура работы и практическая значимость исследования.

В первой главе дипломной работы исследована сущность и виды стратегического развития; этапы и особенности формирования стратегии развития; мировой опыт формирования стратегии развития.

Во второй главе проведен анализ и оценка уровня безработицы и трудоустройства в Украине; дана характеристика миграционных процессов трудовых ресурсов Украины; оценены результативность стратегического развития Государственной службы занятости Украины.

В третьем разделе обоснованно стратегии развития профессиональной ориентации молодежи до 2030 года; рассмотрены перспективные направления улучшения условий профессиональной ориентации и занятости населения в Украине.

В выводах и предложениях обобщены результаты исследования.

ABSTRACT

This thesis is devoted to deepening knowledge of the theoretical foundations of strategic development of the enterprise, analysis and evaluation of strategic development of the State Employment Center of Ukraine, substantiation of event management as a strategy for event development of employment in Ukraine.

The introduction identifies the relevance of the chosen topic, its role in practical use, the main purpose of this work, the object and subject of research, information base, structure of work and practical significance of the study.

The first section of the thesis examines the essence and types of strategic development; stages and features of formation of development strategy; world experience in forming a development strategy.

The second section analyzes and assesses the level of unemployment and employment in Ukraine; the characteristic of migration processes of labor resources of Ukraine is given; the effectiveness of the strategic development of the State Employment Service of Ukraine was assessed.

The third section substantiates the strategies for the development of vocational guidance of young people until 2030; promising areas for improving the conditions of vocational guidance and employment in Ukraine are considered.

The conclusions and proposals summarize the results of the study.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	12
1.1. Сутність та види стратегії розвитку.....	12
1.2. Етапи та особливості формування стратегії розвитку.....	19
1.3. Світовий досвід формування стратегії розвитку.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ.....	32
2.1. Аналіз та оцінка рівня безробіття та працевлаштування в Україні.....	32
2.2. Характеристика міграційних процесів трудових ресурсів України.....	42
2.3. Оцінювання результативності стратегічного розвитку Державної служби зайнятості України.....	53
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ EVENT МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ПРОЕКТУ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ.....	65
3.1. Обґрунтування стратегії розвитку професійної орієнтації молоді до 2030 року.....	65
3.2. Перспективні напрями поліпшення умов професійної орієнтації та зайнятості населення в Україні.....	76
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102
ДОДАТКИ.....	112

ВСТУП

Актуальність роботи. Вибір людиною професії або її зміна, без перебільшення, вважаються вибором життя. Адже вибір професії, професійне самовизначення – основа самовизначення та самоствердження особистості в суспільстві, що пов'язані з прийняттям одного з найважливіших рішень у житті.

В сучасному світі, з огляду на швидку змінюваність виробничого середовища, стрімкий розвиток технологій, цифровізацію економіки, трансформацію ринку праці, проблеми професійного вибору набувають все більшого значення.

Роль професійної орієнтації населення визначається не лише сприянням успішному професійному вибору, здобуттю чи зміні професії конкретною особистістю, і навіть не лише сприянням формуванню, відтворенню та збереженню трудового потенціалу суспільства, а й розбудовою конкурентоспроможного професійного середовища, що відповідає пріоритетам державної соціально-економічної політики, а також вимогам міжнародного, міждержавного ринку праці.

Актуальність цієї теми полягає в необхідності додаткових поштовхів до розвитку і вдосконалення ринку праці, в тому числі і з боку молодого незайнятого населення.

Питаннями стратегічного розвитку та особливостями івент-менеджменту займалися такі вчені-економісти: Горемикін В.А. [4], Гродовський В.О. [5], Макаренко М.В. та Малахі- О.М. [6], Градов О.П. [7], Скобкін С.С. [8], Неделько І.Г. [9], А. Парабелум, В. Морозова, А. Шумовіча, Д. Румянцева, Н. Франкель, Г. Л. Тульчинського, Е. Л. шековая, С. Лемера, У. Хальцбаура, Е. Йеттінгера, Б. Кнаус, Р. Мозера, М. Целлера, Дж. Голдблатт.

Враховуючі мінливі економічні процеси світового та державног рівня, питання формування ефективної стратегії зайнятості знаходиться на стадії розробки.

Тому **метою дослідження є процес** формування стратегії розвитку молоді на засадах івент-менеджменту.

Завдання дослідження.

- розглянути сутність та види стратегії розвитку;
- визначити основні етапи та особливості формування стратегії розвитку;
- проаналізувати світовий досвід формування стратегії розвитку;
- здійснити аналіз та оцінку рівня безробіття та працевлаштування в Україні;
- охарактеризувати міграційні процеси трудових ресурсів України;
- оцінити результативність стратегічного розвитку Державної служби зайнятості України;
- обґрунтувати стратегію розвитку професійної орієнтації молоді до 2030 року;
- запропонувати перспективні напрями поліпшення умов професійної орієнтації та зайнятості населення в Україні.

Об'єкт дослідження є Державний центр зайнятості.

Предметом дослідження є Формування стратегії розвитку професійної орієнтації молоді на засадах івент-менеджменту.

Інформаційна база: інтернет джерела; фактичні вихідні данні Державного центру зайнятості; українські та закордонні видання вчених, що займалися питанням івент-менеджменту .

Структура роботи: Дипломна робота «Стратегія розвитку Державного центру зайнятості з урахуванням світового досвіду» містить 113 сторінок, 18 таблиць, 36 рисунків та додаткі. Перелік посилань нараховує 100 джерел.

Практична значущість дослідження полягає у досконалому вивченні основних стратегічних планів професійної орієнтації молоді до 2030 року, що включає державні програми та стратегічні дії підприємств та роботодавців. Застосування прикладів та особливостей івент менеджменту для підвищення ефективності професійної орієнтації молоді в перспективі.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та види стратегії розвитку

Складність і багатогранність внутрішніх процесів підприємства впливають на рішення економічних задач в даний період часу. Отже, виникає необхідність у принципово новій економічній поведінці підприємства, а значить, в розробці концептуальних основ і методів формування стратегії його розвитку [1].

Сучасне визначення стратегії складно сформулювати одним реченням. Багато відомих вчених запропонували власне бачення змісту стратегії, але їх визначення мають різний зміст.

Класичний підхід до визначення стратегії - ототожнити її із засобом досягнення цілей підприємства. Він заснований на тому, що формулювання стратегічних цілей підприємства нерозривно пов'язане з розробкою способів їх досягнення і тому в цьому сенсі стратегія визначається як план або модель дій.

Так А. Чандлер розглядав стратегію як визначення основних довгострокових цілей та орієнтирів підприємства, визначення курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для їх досягнення. В даному випадку основним процесом при виборі і розробці стратегії він визначив раціональне планування [2].

Другий концептуальний підхід полягає в розумінні стратегії як набору правил прийняття рішень. Це пов'язано з подальшими дослідженнями в цій галузі такими вченими, як: Г. Мінцберг, І. Ансофф, М. Портер. Г. Мінцберг виявив, що стратегія - це не просто план, а набір рішень і дій; і не є послідовністю запланованого виконання, а, навпаки, є відправною точкою [3].

Також можна виділити комплексний підхід, згідно з яким стратегія - це не тільки засіб досягнення цілей і місії, це програма роботи підприємства у

зовнішньому середовищі, взаємодія з конкурентами, задоволеність клієнтів, реалізація інтересів акціонерів, посилення конкурентне становище компанії.

Таким чином, Дж. Джонсон і К. Скоулз розглядають стратегію як напрям і масштаб дій в довгостроковій перспективі, які в ідеалі призводять ресурси компанії у відповідність з мінливою середовищем (ринки, споживачі і клієнти), щоб компанія відповідала очікуванням зацікавлені сторони [3].

В той час, з позиції менеджменту стратегія – це набір правил і прийомів, модель дій за допомогою яких підприємство досягає довгострокових цілей розвитку.

Варто також підкреслити, що загальна стратегія розвитку діяльності підприємства складається із сукупності стратегій її діяльності, що становлять її «стратегічний набір» (рис.1.1).

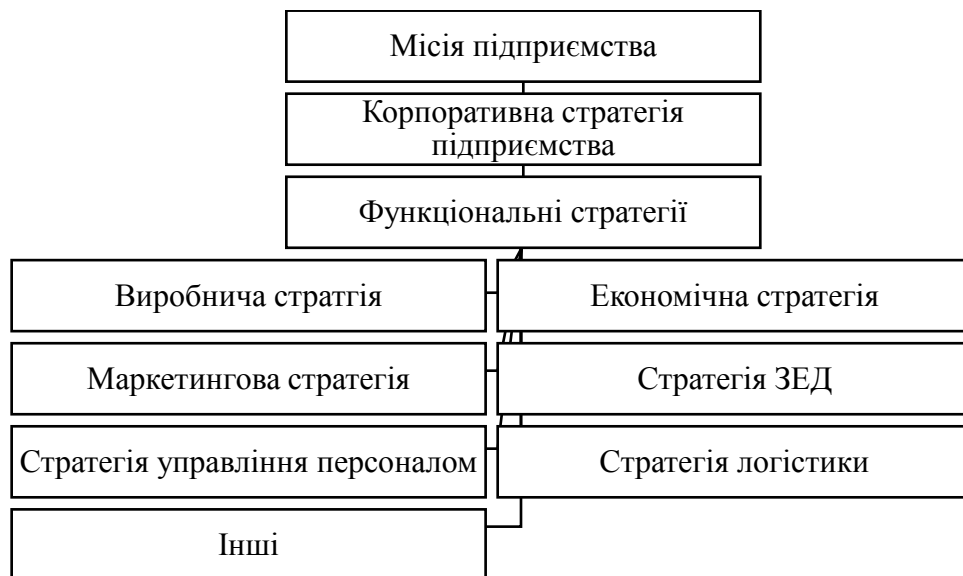


Рис. 1.1. Місце стратегії розвитку в стратегічному наборі підприємства

*Складений автором на основі [4]

На рисунку 1.1 розглянуто місце стратегії розвитку в стратегічному наборі підприємства. З цього випливає, що стратегія розвитку підприємства стоїть на одному ж рівня з іншими стратегіями підприємства та виконує однаково важливу функцію у його становленні та розвитку.

У сучасній науковій літературі не виокремлено єдиного підходу щодо трактування поняття «стратегія розвитку підприємства» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Трактування поняття «стратегія розвитку підприємства»

Автор	Характеристика
Горемикін В.А. [4]	Стратегія розвитку - це правила і прийоми за допомогою яких забезпечується ефективна діяльність підприємства.
Гродовський В.О. [5]	Стратегія розвитку - це сукупність економічних методів та прийомів, за допомогою яких можна ефективно досягти основоположні цілі розвитку організації в мінливому конкурентному середовищі.
Макаренко М.В. та Малахі- О.М. [6]	Стратегія розвитку - це сукупність приватних, взаємопов'язаних та взаємообумовлених складових елементів, які об'єднані глобальною ціллю - створення та підтримки високого рівня конкурентної переваги підприємства.
Градов О.П. [7]	Стратегія розвитку - це сукупність правил і прийомів реалізації стратегічної концепції.
Скобкін С.С. [8]	Стратегія розвитку підприємства - це динамічна система взаємопов'язаних правил і прийомів, за допомогою яких забезпечується ефективне формування та підтримка у довгостроковій перспективі конкурентних переваг підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках індивідуальних та суспільних благ.
Неделько І.Г. [9]	Стратегія розвитку - це синтез функціональних стратегій, кожна з яких є сукупністю стратегічних рішень та послідовних дій для досягнення цілі підприємства; функціональні стратегії загальної стратегії розвитку - це великі інвестиційні підприємства.

*Складений автором на основі [4-9]

Таким чином, огляд наукових поглядів дозволяє зробити висновок про те, що автори прирівнюють стратегію розвитку підприємства з базовою, конкурентною або функціональною.

Варто відмітити, що основною метою стратегії розвитку є забезпечення максимізації ринкової вартості підприємства та зростання добробуту його власників.

До основних завдань стратегії розвитку підприємства відносяться [10]:

- визначення способів ефективного використання фінансових можливостей підприємства в довгостроковій перспективі;
- формування системи ефективного фінансового забезпечення операційної, інвестиційної та інноваційної діяльності підприємства;

- виявлення резервів і мобілізація ресурсів підприємства для найбільш раціонального використання виробничих потужностей, основних фондів і оборотних коштів;
- визначення способів проведення успішної стратегії розвитку і стратегічного використання фінансових можливостей, нових продуктів і навчання підприємства роботі в ринкових умовах, їх організаційної структури і технічного оснащення.

Таким чином, можна визначити, що стратегія розвитку підприємства є сукупністю взаємопов'язаних та взаємообумовлених складових елементів мета яких – створення і підтримання високого рівня конкурентної переваги підприємства. Тобто стратегія розвитку є системою забезпечення конкурентної переваги підприємства.

Стратегія розвитку підприємства реалізується, застосовуючи різні методи та інструменти впливу. В найбільш загальному вигляді можна виокремити три групи методів, які відрізняються за засобами впливу: 1. адміністративно-правові; 2. фінансово-економічні; 3. соціально-психологічні (рис. 1.2).

Соціально-економічні	Соціальні цілі	Економічні цілі
<ul style="list-style-type: none"> • більш повне і якісне задоволення власників підприємства; • забезпечення зайнятості населення; • підтримка і відновлення матеріально-технічної бази підприємства. 	<ul style="list-style-type: none"> • розвиток інтелектуального потенціалу працівників; • збагачення сталого розвитку підприємства. 	<ul style="list-style-type: none"> • ріст обсягу продажів продукту і формування конкурентоспроможності фірми; • виробництво конкурентоспроможних продуктів та послуг; • раціональне використання ресурсів підприємства для розвитку діяльності

Рис. 1.2. Цільова структура стратегії розвитку підприємства

*Складений автором на основі [15]

Також слід відмітити, що під стратегією розвитку підприємства слід розуміти комплексну програму заходів, спрямовану на здійснення місії (генеральної мети) підприємства і досягнення його множинних цілей.

Загальна стратегія розвитку підприємства відрізняється від конкретних планів і програм підприємства практичною спрямованістю на виконання місії підприємства та орієнтацією на використання його переваг.

Процес розробки стратегії розвитку підприємства дуже трудомісткий. Стратегія розвитку орієнтує його на успіх; допомагає підприємцеві зрозуміти суть бізнесу, визначити своїх конкурентів, постачальників і покупців; привчає до чіткого рішення поставлених завдань; значно підвищує шанси не тільки вижити, а й ефективно працювати в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Слід також відмітити, що на стратегію розвитку підприємства впливають відповідні чинники, які формують нові характеристики функціонування підприємств в умовах глобалізації. Такими чинниками є:

- зростання значення часового чинника при прийнятті рішень;
- скорочення життєвого циклу продукту;
- зростання ваги нематеріальних активів в структурі підприємства;
- необхідність проведення фундаментальних досліджень;
- орієнтація на довгострокову перспективу;
- децентралізація та скорочення рівнів управління;
- необхідність розвитку видів послуг.

Варто також зазначити, що вибір стратегії розвитку може варіюватися в залежності від ступеня насиченості ринку і можливості компанії постійно оновлювати виробництво. Дві або більше стратегій можуть поєднуватися. Сутність та характеристика кожної з цих стратегій означено в табл.1.2.

Таблиця 1.2

Види стратегій розвитку

Стратегія	Характеристика
Стратегія проникнення на ринок	посилення маркетингових заходів для зміцнення і посилення позицій підприємства на ринку
Стратегія розвитку ринку	освоєння нових ринків за допомогою збуту старих товарів на нових регіональних, національних або міжнародних ринках.
Стратегія розвитку	продаж нових продуктів на старих ринках з метою збільшення

продукту	ринкової сили
Стратегія диверсифікації	підприємство виходить на нові ринки з метою знизити ризики на вже наявних ринках. Виробнича програма включає продукти, які підприємство ще не випускало. Головна небезпека даної стратегії - розпорошення сил

*Складений автором на основі [17]

Варто також відмітити, що загальна стратегія розвитку підприємства складається із відповідних складових її елементів. Цими елементами є: фінансова політика, цінова політика, маркетингова політика.

Фінансова стратегія розвитку- це довготривалий генеральний план дій по реалізації конкурентних переваг підприємства, забезпечення його грошовими засобами, досягнення фінансової стійкості підприємства в ринкових умовах господарювання. Фінансова політика підприємства включає податкову, кредитну, облікову, дивідендну політику. Ці елементи фінансової політики тісно взаємозв'язані та утворюють єдине ціле. Розробка фінансової політики підприємства є побудова ефективної системи управління його фінансами, яке забезпечує досягнення стратегічних та тактичних цілей діяльності організації, які виражаються в максимізації прибутку, забезпеченню його фінансової стійкості, інвестиційної привабливості [17].

Цінова стратегія розвитку– найважливіша частина її загальної господарської політики, яка забезпечує адаптацію підприємства до економічних умов. Цінова політика підприємства є найважливішим механізмом, що забезпечує багато пріоритетів економічного розвитку організації. Вона істотно впливає на обсяг операційної діяльності підприємства, формування його іміджу і на рівень фінансового стану загалом. Цінова політика являє собою дієвий інструмент конкурентної боротьби на товарному ринку [18].

Маркетингова політика підприємства - це комплекс заходів щодо формування ефективного, з комерційної точки зору, асортименту продуктів та послуг, спрямований на підвищення конкурентоспроможності продукції, створення нових товарів, оптимізації асортименту, продовження життєвого циклу товару [19]. Слід зазначити, що однією із найважливіших складових маркетингової політики підприємства є комунікаційна політика.

Отже, розробка стратегії розвитку підприємства це складний механізм, який є сукупністю різноаспектних елементів, методів та засобів, що забезпечує розвиток та діяльність підприємства та ринку.

1.2. Етапи та особливості формування стратегії розвитку

Поняття стратегії є базовим в теорії стратегічного управління, тому що це об'єднує механізм цілей можливостей (потенціалу) та умов (середовища). Грунтуючись на бізнес-цілях, він визначає засоби, за допомогою яких підприємство може перетворити свої стратегічні наміри у ринкові переваги шляхом взаємодії з зовнішніми впливами, без яких його ефективна адаптація до стратегічних змін в умовах невизначеності і мінливості зовнішнього середовища неможлива.

Формування стратегії розвитку підприємства має ґрунтуватися на діях основних принципів, які закладені в будь-якої стратегії (рис. 1.3).

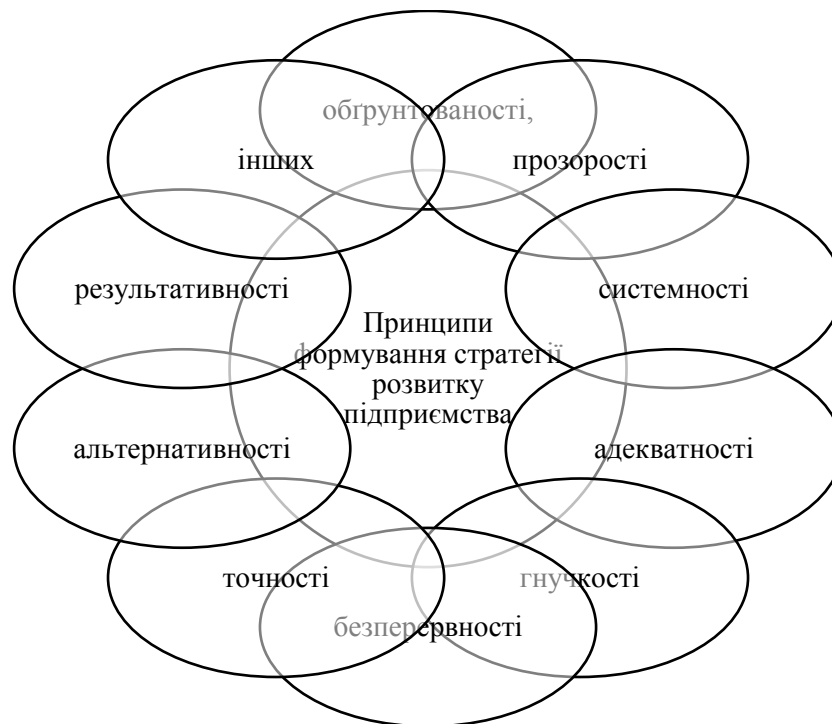


Рис. 1.3. Принципи формування стратегії розвитку підприємства

*Складений автором на основі [11]

Дані принципи спрямовані на пошук підприємством нових конкурентних переваг у відповідності до сучасних тенденцій розвитку і з урахуванням всіх інтересів тих, хто зацікавлений у діяльності підприємства.

Виокремлені принципи дозволяють обґрунтовано формувати стратегію розвитку підприємства, прийняти взаємопов'язані рішення, які забезпечать скоординоване, впорядковане досягнення визначених цілей.

Дотримання розглянутих принципів дозволяє створити необхідні умови для досягнення конкурентоспроможності підприємства на довгострокову перспективу [1].

Для того, щоб стратегія розвитку сприяла забезпеченню економічної стабільності підприємства, а також була ефективною та сприяла позитивним змінам, вона повинна відповідати певним вимогам. Основними критеріями стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства є чітке розуміння обмеженості ресурсів, наявності відповідальних осіб, ясність її формулювання та доступність, гнучкість реагування на появу змін у ринковому середовищі, системність, досяжність поставлених цілей (рис. 1.4).

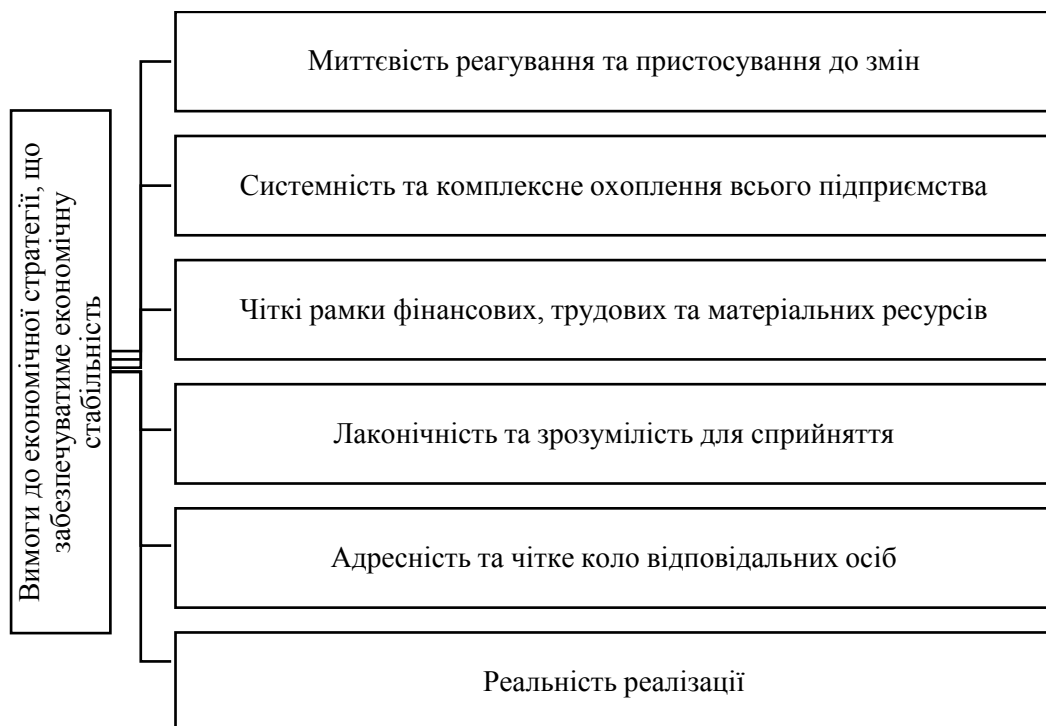


Рис. 1.4. Основні вимоги до стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства

*Складений автором на основі [12]

Іншими словами, стратегія розвитку повинна забезпечувати економічну стабільність підприємства та являє собою сукупність послідовних етапів

(починаючи від інформаційного забезпечення, формування місії та цілей, аналізування середовища функціонування підприємства, завершуючи оцінюванням стратегії та аналізуванням відхилень одержаних результатів від запланованих) [13].

Утримання конкурентних позицій на ринку та відповідних їм переваг стає можливим тільки шляхом безперервних удосконалень існуючої та створення нової стратегії розвитку підприємства . Тому, формування стратегії розвитку підприємства – це інтегрований процес аналізу, оцінки, коректування, прийняття рішення та її реалізації (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Етапи формування стратегії розвитку підприємства

*Складений автором на основі [11]

Формування стратегії розвитку підприємства охоплює взаємопов'язані етапи, кожний з яких логічно впливає із попереднього. Стратегія розвитку складається з окремих елементів, що орієнтуються на зовнішню та внутрішню сфери діяльності підприємства (Додаток А).

Таким чином, стратегія розвитку підприємства повинна передбачати можливість цілеспрямованого удосконалення окремих елементів та їхньої сукупності в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Важливим інструментом реалізації стратегії розвитку підприємства є стратегічне планування.

Стратегічне планування – це одна із основних функцій управління, процес визначення цілей, які підприємство передбачає досягти за певний період, а також засобів, шляхів та умов їх досягнення. Дана функція об'єднує структурні підрозділи підприємства загальною метою, надає усім процесам односпрямованість і скоординованість. Процес планування за видами умовно поділяють на: стратегічне, тактичне та оперативне (рис. 1.6) [14].



Рис. 1.6. Види стратегічного планування

*Складений автором на основі [14]

Стратегічне планування - це довгострокове планування, засноване на проміжних цілях. Стратегія визначається основною метою та проміжними цілями, що дозволяють досягти головної мети. Цілі, що визначають стратегічний план, називаються стратегічними цілями.

Тактичне планування - це організована послідовність дій, призначених для здійснення стратегічного плану. Якщо стратегія зосереджена на ресурсах, середовищі, місії, тактика стосується переважно людей та їх діяльності.

Оперативне планування - це планування роботи на короткі періоди часу (протягом одного року, розподіленого на квартали та місяці), в процесі якого

плани підрозділів та служб підприємства (до окремих робочих місць) деталізуються та коригуються в зв'язок із змінами обставин, які не передбачались при складанні тактичних планів [15].

Всі види планування повинні узгоджуватися між собою і складати єдину цілісну систему планів, ядром якої є загальна мета, місія підприємства, яка може бути реалізована лише за умови детального вивчення всіх аспектів економічного середовища та внутрішнього потенціалу підприємства.

Завдання планування кожна фірма визначає самостійно в залежності від виду діяльності, якою вона займається. В цілому завдання стратегічного планування будь-якої фірми наступні [16]:

- планування зростання прибутку;
- планування витрат підприємства і, як наслідок, їх зниження;
- збільшення частки ринку, збільшення частки продажів;
- вдосконалення соціальної політики фірми.

Система планів - це набір конкретних завдань для цілеспрямованого господарювання, що забезпечує пропорційне і ефективний розвиток підприємства.

При формуванні стратегічних планів розвитку підприємства доцільно керуватися такими принципами (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Принципи стратегічного планування [14]

Принцип	Характеристика
Принцип партисипативності	Залучення максимальної кількості працівників до планування
Принцип безперервності	Зміни одного плану
Принцип реальності	Планові завдання і показники повинні бути виконуваними
Принцип гнучкості	Адекватна реакція у внутрішньому і зовнішньому середовищі
Принцип інтеграції і диференціації	Планові завдання і показники, які дозволяють здійснювати планування на всіх рівнях управління і координувати планові завдання
Принцип забезпеченості планових завдань	Залучення необхідних ресурсів. Порушення цього принципу дозволяє виконувати планові завдання
Принцип директивності	Обов'язковість виконання планових завдань і показників

*Складений автором на основі [14]

У своїй діяльності підприємству важливо дотримуватися основних принципів стратегічного планування, адже це зможе покращити сам процес стратегічного планування, а тому і його рентабельність.

Таким чином, стратегія розвитку підприємства складається з дій і підходів управлінського характеру для досягнення певної мети діяльності. Вона повинна забезпечувати спрямованість і здатність підприємства адаптуватися до ринкових умов.

1.3. Світовий досвід формування стратегії розвитку

Управління стратегічним розвитком підприємства – це процес, за допомогою якого менеджери провадять довгострокове управління підприємством, видокремлюють специфічні цілі діяльності, щоб розробити стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи найсуттєвіші зовнішні та внутрішні умови, а також контролюють виконання розроблених планів, які постійно оновлюються та змінюються [20].

Управління стратегічним розвитком підприємства – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [21].

Сьогодні світовий досвід висвітлює такі стратегії розвитку, що базуються на бенчмаркінгу, реінжинірингу та event менеджменту.

Реінжиніринг є фундаментальним переосмисленням та радикальною перебудовою бізнес-процесів в цілях удосконалення таких головних показників як вартість, якість, маркетинг, побудова інформаційних систем для досягнення радикального, стрибкоподібного удосконалення діяльності підприємства. Радикальність перепроєктування полягає в зміні всієї системи, а не тільки в поверхневих перетвореннях.

Бенчмаркінг - це вивчення всіх процесів, що відбуваються на ринку: пропонувані товари або послуги, актуальні методи роботи, купівельний попит. Аналіз відбувається на підставі пропозицій конкурентних компаній. Бенчмаркінг дозволяє порівняти способи організації бізнесу, зафіксувати його сильні і слабкі сторони, передбачити наслідки впровадження певних змін. Бенчмаркінг процесу розвитку компанії допомагає подолати застій, аналізуючи і прогножуючи ефективність стратегії.

Рекомендаційно-проектний розділ даного дипломного проекту буде орієнтуватися на пропозиції вдосконалення, що приймають до уваги принципи event менеджменту, тому слід дослідити дану категорію детальніше.

Висока ефективність event менеджменту обумовлена тим, що даний канал просування дозволяє компанії і її представникам зафіксувати свій статус експерта і в зрозумілій і доступній формі донести до споживача основні характеристики та переваги пропонованих товарів або послуг. Однак в ряді випадків, витрачаючи значні ресурси на просування, організацію та проведення заходів, компанії не досягають очікуваного результату.

Можна виділити три основні причини невдач при організації та проведенні івентів:

- По-перше, відсутність правильного підходу до планування.
- По-друге, підхід до організації заходів інтуїтивний, без вибудованого процесу, без урахування ключових особливостей кожного типу заходу.
- По-третє, неправильне визначення цілей заходів.

І, як показує досвід, таке трапляється не тільки в фірмах, де івенти проводяться час від часу, але і для тих компаній, для яких це є основним видом діяльності. Очевидно, що підвищити ефективність заходів можливе лише в разі наявності системного підходу до побудови бізнес-процесів event-менеджменту. Для цього варто розглянути світовий досвід організації event менеджменту.

В першу чергу, слід проаналізувати погляди зарубіжних вчених на організацію event менеджменту на підприємстві. Найбільш цитованими по темі event менеджменту є дослідження наступних вітчизняних та зарубіжних

авторів: А. Парабелум, В. Морозова, А. Шумовіча, Д. Румянцева, Н. Франкель, Г. Л. Тульчинського, Е. Л. шековая, С. Лемера, У. Хальцбаура, Е. Йеттінгера, Б. Кнаус, Р. Мозера, М. Целлера, Дж. Голдблатт. Ці роботи можуть бути поділені на застосовні до будь-якої події, а також описують певний тип заходу.

Один з найбільш відомих вітчизняних експертів event-індустрії А.Шумович пропонує рекомендації, застосовні до будь-якого заходу. В своїх роботах автор посилається на «саму логічну схему» життєвого циклу події, розроблену Дж. Голдблатт [22].

Підхід до управління івентом, запропонований в роботах У. Хальцбаура, Е. Йеттінгера, Б. Кнаус базується на принципах проект-менеджменту. Підготовка заходів розглядається як проект з високим рівнем складності, тимчасовим, кадровим та фінансовим обмеженнями, а також унікальністю завдання з заданими параметрами.

Отож, варто співставити погляди зарубіжних науковців у сфері управління event-менеджментом (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Порівняння моделей життєвого циклу event-менеджменту

	0-й етап	1-й етап	2-й етап	3-й етап	4-й етап	5-й етап
J. Goldblatt [23]		дослідження	розробка	планування	виконання плану	оцінка
Julia Rutherford Silvers EMBOK (2005)		ініціювання		планування	виконання плану	завершення
Е. Конвей		дослідження	розробка	планування	координація	оцінка
А. Шумович		підготовка / дослідження	творча розробка	планування	проведення	постівент
А. Парабелум		створення продукту	просування	продаж	організація	постпіар
У. Хальцбаур	ініціювання	планування	підготовка	пуск / дія (підготовка місця)	післядія (демонтаж)	підведення підсумків
С. Лемер		попереднє дослідження	розробка ідеї	планування	виконання	аналіз результатів
William O'Toole		ініціювання		планування	виконання	підведення підсумків

Окремо варто відзначити дослідження С. Лемера [24]. У ньому не розглядається модель життєвого циклу заходу, а дається уявлення про «об'єкти», з якими працює event-менеджер: фінанси і податки, працівники та персонал, постачальники, маркетинг, ресурси і обладнання, тендери, постачальники і т. д. Даний підхід цікавий тим, що дозволяє визначити структуру процесів, які повинні виконуватися в рамках event-менеджменту.

Результати проведеного огляду моделей життєвого циклу event-менеджменту (табл. 1.4) дозволяють зробити висновок про те, що, незважаючи на термінологічні відмінності і різні назви етапів, всі розглянуті моделі життєвого циклу мають ряд спільних рис і можуть бути зведені до базової схеми Дж. Голдблатта, що складається з п'яти основних етапів: дослідження, розробка, планування, координація та оцінка.

Інша група досліджень присвячена опису референтних моделей і посібників з управління заходами. Особливістю цих моделей є те, що в них розглядаються не стадії і етапи проекту з підготовки та проведення заходу, а структура процесів event-менеджменту. Фундаментальним документом в цій області є ЕМВОК (Event Management Body of Knowledge), який містить систематизований опис областей знань по організації заходів. Автором моделі є Julia Rutherford Silvers, сертифікований фахівець в області професійних заходів.

ЕМВОК є цілісним тривимірний каркас, що дозволяє розглядати діяльність по організації і проведенню івенту, як сукупність окремих компонентів, логічно пов'язаних між собою з плином часу, що сприяє кращому розумію інфраструктури для отримання інформації та можливості поліпшення.

Чотири основні аспекти ЕМВОК складаються з етапів, процесів, цінностей і знань доменів. Домени знань і їх класів (або сфери управління) є групами завдань і функцій управління заходами в предметних областях для вивчення, аналізу та застосування. Аналіз знань, що використовуються в процесі реалізації event-менеджменту, на основі моделі життєвого циклу івенту дозволяє стверджувати, що п'ять етапів ЕМВОК узгоджуються з моделлю життєвого циклу, запропонованого в роботах Голдблата (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Порівняння структури процесів ЕМВОК, «E-reference model framework for event management» і моделі Голдблата

Модель Дж. Голдблатта	ЕМВОК	Reference model
Дослідження	Ініціювання	Event-strategy
Розробка		
Планування	Планування	Event planning
Координація	Реалізація / Проведення	Event realization
Оцінка	Закриття	Event controlling

*Складений автором на основі [25]

У роботі «E-reference model framework for event management» [25] дається детальний опис технології виконання бізнес-процесів event-менеджменту. Референтна модель являє собою фреймворк, де рівень деталізації доведений до регламентів бізнес-процесів і моделей в нотації eEPC. Ці моделі докладно описують необхідні кроки для проведення успішного і ефективного заходу і є відбиток best practice (кращих практик) в області організації робіт з підготовки і проведення заходів. фреймворк складається з п'яти блоків: розробка стратегії, планування заходу, його реалізація, контроль, управління проектами.

Порівнюючи структуру процесів ЕМВОК і склад процесів «E-reference model framework for event management» можна зробити висновок про те, що групам процесів ЕМВОК можна проставити однозначну відповідність процесам фреймворка референтної моделі [26].

Проведене порівняння дозволило розробити комплексний підхід до організації та проведення заходу, який реалізує модель життєвого циклу івенту за моделлю Голдблатт, структуру бізнес-процесів і областей знань ЕМВОК та сценарії виконання процесів «E-reference model framework for event management». Опис даного підходу наведено на рис. 1.7.

Отримані результати узгоджуються з гіпотезою дослідження про можливість створення інтегральної моделі управління процесами Event менеджменту.

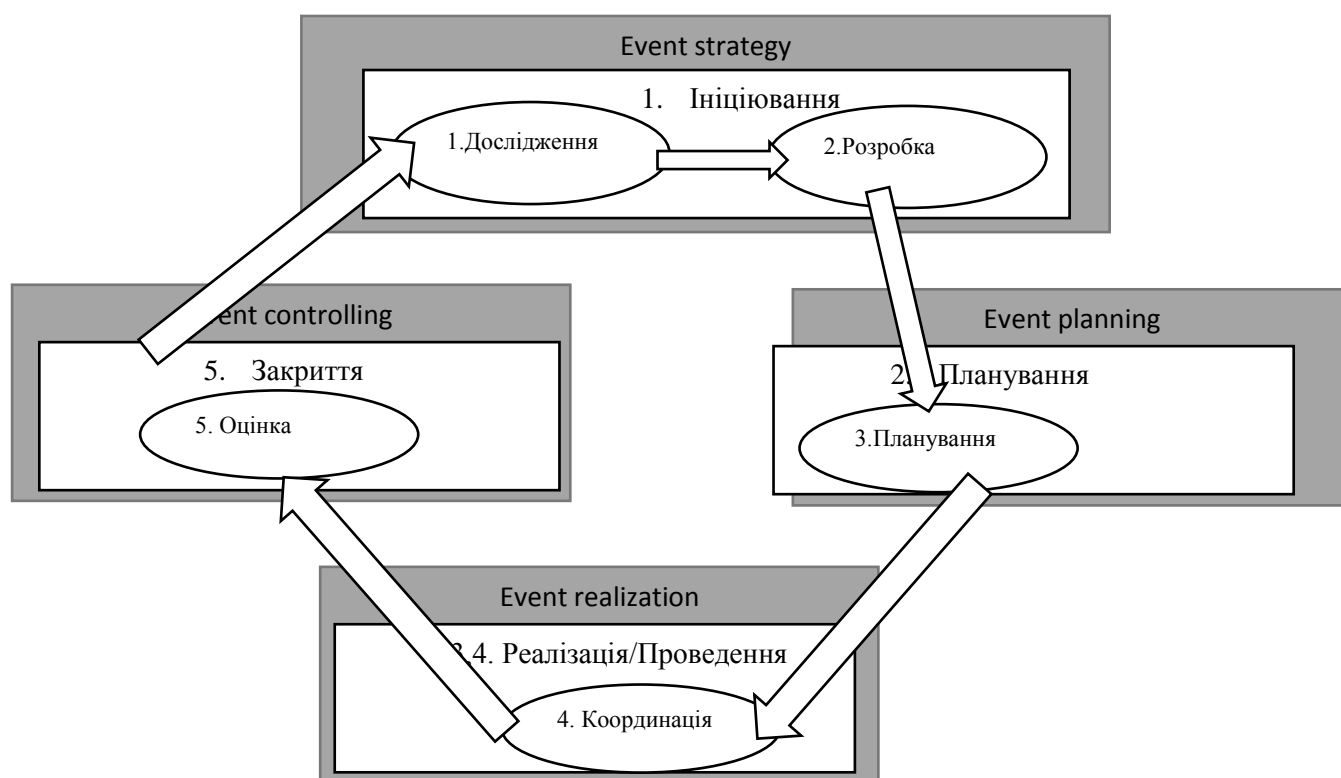
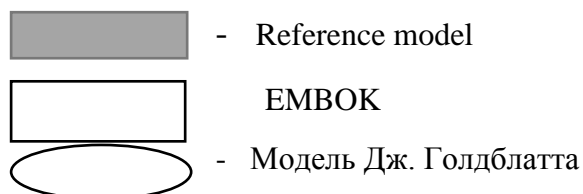


Рис. 1.7. Модель узгодження стандартів в області event-менеджменту



*Складений автором на основі [26]

Слід зазначити, що отримані в ході дослідження результати описують модель, яка дозволяє узгодити основні підходи до організації заходу (рис. 1.3). Очевидно, що практична реалізація такого підходу без відповідної ІТ-системи, яка б підтримувала весь життєвий цикл івенту, затруднена. На даний час існує клас інформаційних систем (EMS), що дозволяють автоматизувати процеси event-менеджменту.

Окрім цього, зарубіжні вчені відзначають окремі аспекти та складові event менеджменту (рис. 1.8) [27].



Рис. 1.8. Ключові аспекти event-менеджменту [24]

*Складений автором на основі [27]

Бюджет заходу повинен включати в себе витрати на сам захід і додаткові організаційні заходи, наприклад, інтерв'ю для преси, телеефіри, прес-конференції тощо. Слід зазначити, що бажаний ефект від заходу не повинен бути нижче можливих витрат на його здійснення.

План-графік повинен бути складений таким чином, щоб виключити всі спірні моменти щодо термінів проведення самої події і всіх підготовчих етапів.

Питання кадрового забезпечення вкрай важливі в технології event-менеджменту, так як саме за рахунок правильно підібраних людей, включаючи необхідну кількість артистів, технічних фахівців, охоронців, промоутерів і т.д., захід перетворюється на подію. В рамках цього управління організація кожної конкретної події повинно передбачати і доставку обладнання, підготовку майданчика, проведення переговорів з підрядниками, причому ці питання повинні бути опрацьовані до того, як механізм підготовки до проведення заходу прийде в дію.

Питання фінансування повинні враховувати за рахунок яких коштів буде організовуватися захід, чи можливо залучення спонсорів, яким буде порядок фінансування і т.д.

Нарешті, комунікативні аспекти, включаючи PR планової події покликані забезпечити необхідний відгук і громадський резонанс.

Тому в рамках event-менеджменту організація заходу повинна включати і чітку програму, в якій регламентується планований комунікаційний, інформаційний та суспільний ефект від проведення окремої події.

Таким чином, вітчизняна практика організації event-менеджменту повинна враховувати наукові досягнення у цій сфері, що представлені вченими зарубіжного рівня. Адже світовий досвід організації event заходів може допомогти підвищити ефективність його організації в Україні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз та оцінка рівня безробіття та працевлаштування в Україні

Сучасні умови пандемії викликають гостру проблему соціально-економічного характеру – безробіття. Дана проблема активним чином розвивається і на теренах України. Україна завжди мала високі темпи розвитку та наявності безробіття, але 2019-2020 роки негативним чином вплинули на подальший розвиток цієї проблеми.

У Законі України «Про зайнятість населення» безробітними вважаються працездатні громадяни у працездатному віці, які через не залежні від них обставини не мають заробітку і трудового доходу, зареєстровані у державній службі зайнятості як особи, що шукають роботу [28].

Отже, слід дослідити проблему рівня безробіття та працевлаштування в Україні. Але спершу варто розглянути соціально-економічну характеристику більш детально у розрізі таких показників: населення, ринку праці, доходів населення тощо.

Отже, динаміку соціальних показників України, що характеризують ріст чи скорочення населення наведено на рис.2.1.

За даними рис. 2.1 слідує, що чисельність населення України за 2016-2020 роки стрімко та безперервно падає. За досліджуваний період чисельність населення скоротилася на 996,2 тис.осіб, тобто на 0,08%.

Різде падіння населення України спричинене помітним зростанням рівня смертності. Так, за 2016-2019 роки рівень смертності був неоднозначним. Із 2016 по 2017 рік спостерігалось скорочення чисельності померлих, але 2017 по 2018 рік динаміка вже була зростаючою.

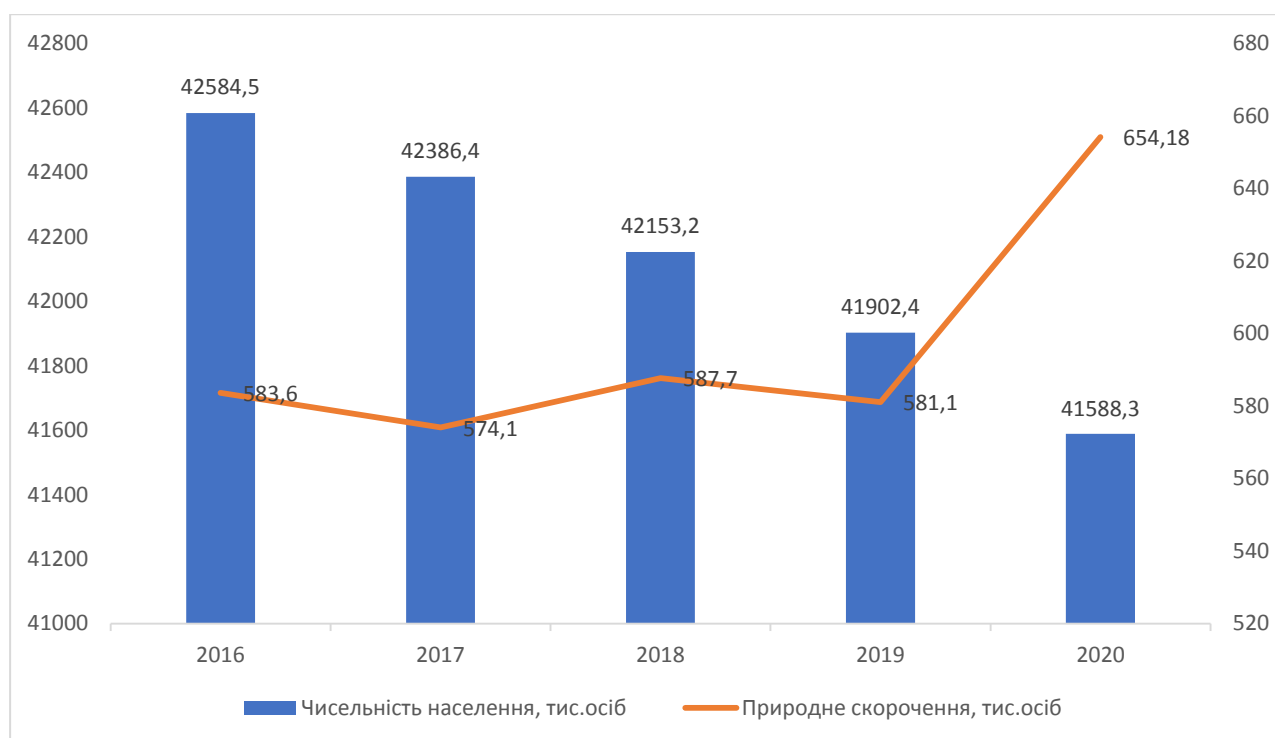


Рис.2.1. Динаміка показників щодо населення України, тис.осіб

*Складений автором на основі [29]

Із 2018 по 2019 рік смертність знову знизилася. Але вже із 2019 року ця динаміка безперервно зростала. Із 2019 року по 2020 рік кількість померлих зросла на 12,5%. Причиною такого стрімкого росту померлих стали події, пов'язанні із пандемією вірусу Covid-2019.

Після аналізу та оцінки динаміки росту населення України варто оцінити ринок праці. До уваги доцільно прийняти рівень зайнятості та безробіття. Результати аналізу представлені у табл. 2.1.

За даними табл. 2.1 можна відмітити, що загальний рівень робочої сили в Україні за останні 5 років знизився, що спричинене підвищеним рівнем смертності та міграційними процесами.

Рівень зайнятого населення працездатного віку за 2019-2020 рік скоротився на 2,99%. Такий показник протягом року свідчить про несприятливий соціально-економічний розвиток держави. Також зріс й рівень зайнятого населення у віці 15-70 років – на 1,2% за 2016-2020 роки.

Таблиця 2.1

Динаміка та структура працездатного та безробітного населення України протягом 2016-2020 років, тис.осіб

Рік	Робоча сила				у тому числі							
	у віці 15-70 років		працездатного віку		зайняте населення				безробітне населення (за методологією МОП)			
	у середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у віці 15-70 років		працездатного віку		у віці 15-70 років		працездатного віку	
					у середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис.осіб	у % до робочої сили відповідної вікової групи	у середньому, тис.осіб	у % до робочої сили відповідної вікової групи
2016	17 955,1	62,2	17 303,6	71,1	16 276,9	56,3	15 626,1	64,2	1 678,2	9,3	1 677,5	9,7
2017	17 854,4	62,0	17 193,2	71,5	16 156,4	56,1	15 495,9	64,5	1 698,0	9,5	1 697,3	9,9
2018	17 939,5	62,6	17 296,2	72,7	16 360,9	57,1	15 718,6	66,1	1 578,6	8,8	1 577,6	9,1
2019	18 066,0	63,4	17 381,8	74,0	16 578,3	58,2	15 894,9	67,6	1 487,7	8,2	1 486,9	8,6
2020	17 524,0	61,5	16 860,3	71,8	16 080,9	56,5	15 418,1	65,6	1 562,1	8,6	1 561,2	9,0

*Складений автором на основі [29]

Найвищий рівень робочої сили в Україні був у 2019 році – 18 066,0 тис.осіб, але несприятливі соціально-економічні умови та світові процеси розвитку пандемії мали негативний вплив на рівень робочої сили в Україні. За останній рік цей показник знизився на 3,01%.

Слід оцінити динаміку рівня безробіття (рис.2.2).

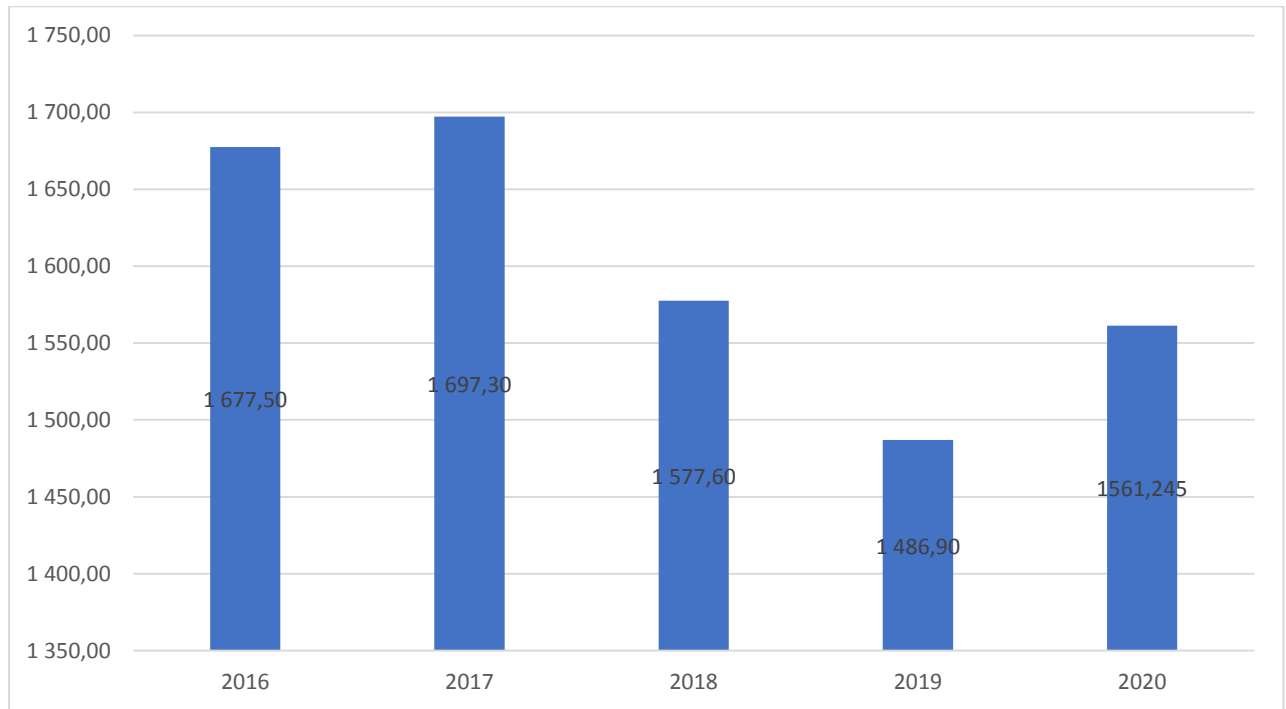


Рис.2.2. Динаміка показників щодо безробітного населення України, тис.осіб

*Складений автором на основі [29]

Безробітне населення протягом досліджуваного періоду мало неоднакову динаміку. Найвищий рівень безробітних в Україні спостерігався у 2017 році – 1698 тис. осіб, до 2019 року цей показник мав спадне тенденцію, але ситуація 2020 року (карантинні заходи) змінили вектор розвитку на протилежний, кількість безробітних знову почала зростати.

Варто розглянути та оцінити рівень безробіття населення України за причинами незайнятості. До уваги було прийнято статистичні дані 2020 року, адже у цей період почалося повторне зростання безробітного населення (рис. 2.3).

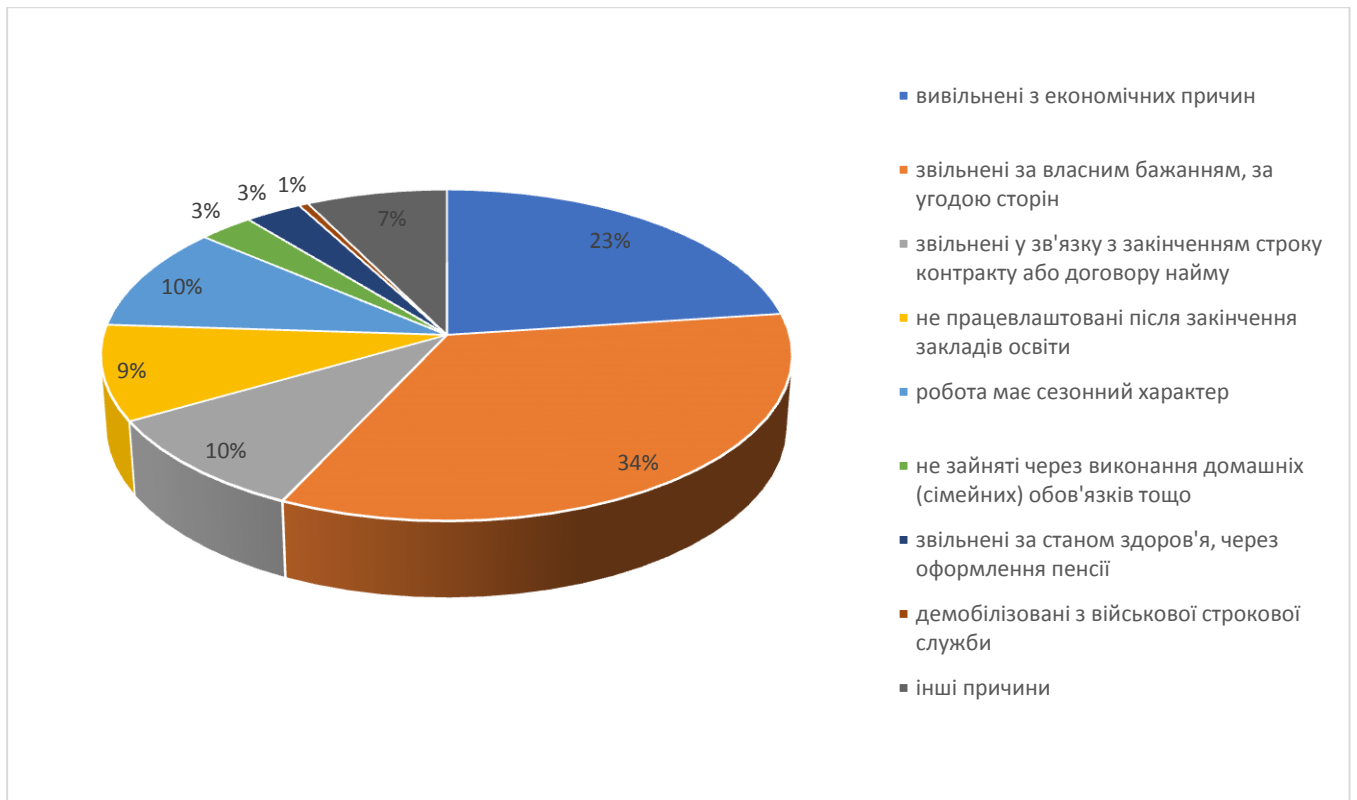


Рис.2.3. Структура безробітного населення України за причинами звільнення, %

*Складений автором на основі [29]

Аналізуючи причину звільнень українців у 2020 році, то варто відмітити, що найчастішою із них була причина звільнення за власним бажанням – 34%. Але зазвичай підприємства звільняють своїх працівників саме в такій формі, з метою уникнення відповідальності за подальший розвиток подій із непрацюючими особами та уникнути відповідальності перед законодавством.

Іншою основною причиною звільнень у 2020 році стала причина – звільнення з економічних причин (23%). Умови пандемії поставили діяльність бізнес-структур у несприятливі умови, що зумовило суб'єкти господарювання скорочувати обсяги своєї діяльності, а іноді взагалі закривати бізнес, що і зумовило звільнення працівників з економічних причин.

10% звільнених у 2020 році за причину мали звільнення у зв'язку із закінченням дії контракту чи договору.

Важливим показником також є оцінка рівня безробітного населення у розрізі регіонів т областей України (рис. 2.4).

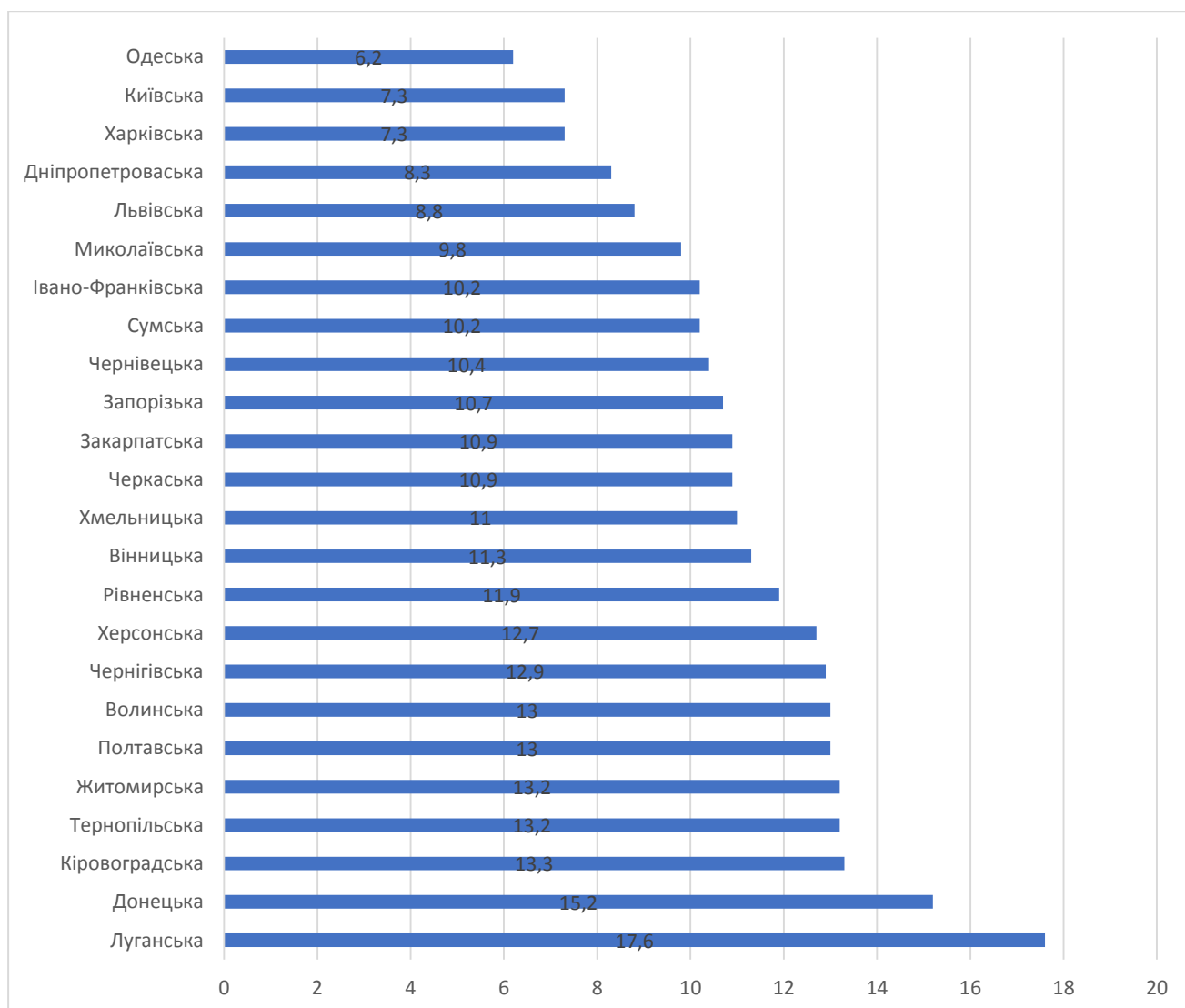


Рис. 2.4. Рівень безробіття серед працездатного населення у розрізі регіонів України в 2020 році, %

*Складений автором на основі [29]

Аналізуючи рівень безробіття серед працездатного населення України у розрізі регіонів, то слід відмітити, що у 2020 році найнижчий рівнем безробіття спостерігався у Київській та Харківській областях – по 7,3%. Невисокі показники рівня безробіття були також і у Дніпропетровській та Львівській областях – по 8,3 та 8,8% відповідно.

Але найвищий відсоток безробітного населення у 2020 році виявлено у Донецькій та Луганській областях, територіях де проходять військові дії. Кіровоградська, Житомирська та Тернопільська області мали рівень безробіття, що коливався у межах 13%.

Середній рівень безробіття по території України був у Черкаській, Хмельницькій, Закарпатській та Полтавській областях. – в межах 10,9-10,2%.

Незважаючи на динаміку росту безробітного населення, держава намагається скоротити цей відсоток до мінімуму. Державна служба зайнятості займається спробами працевлаштування безробітного населення. Проте в середньому на 1 вільне робоче місце, що надається службою зайнятості, припадає 3 працездатних особи. Співвідношення безробітного населення та кількості вільних робочих місць в Україні наведено на рис.2.5.

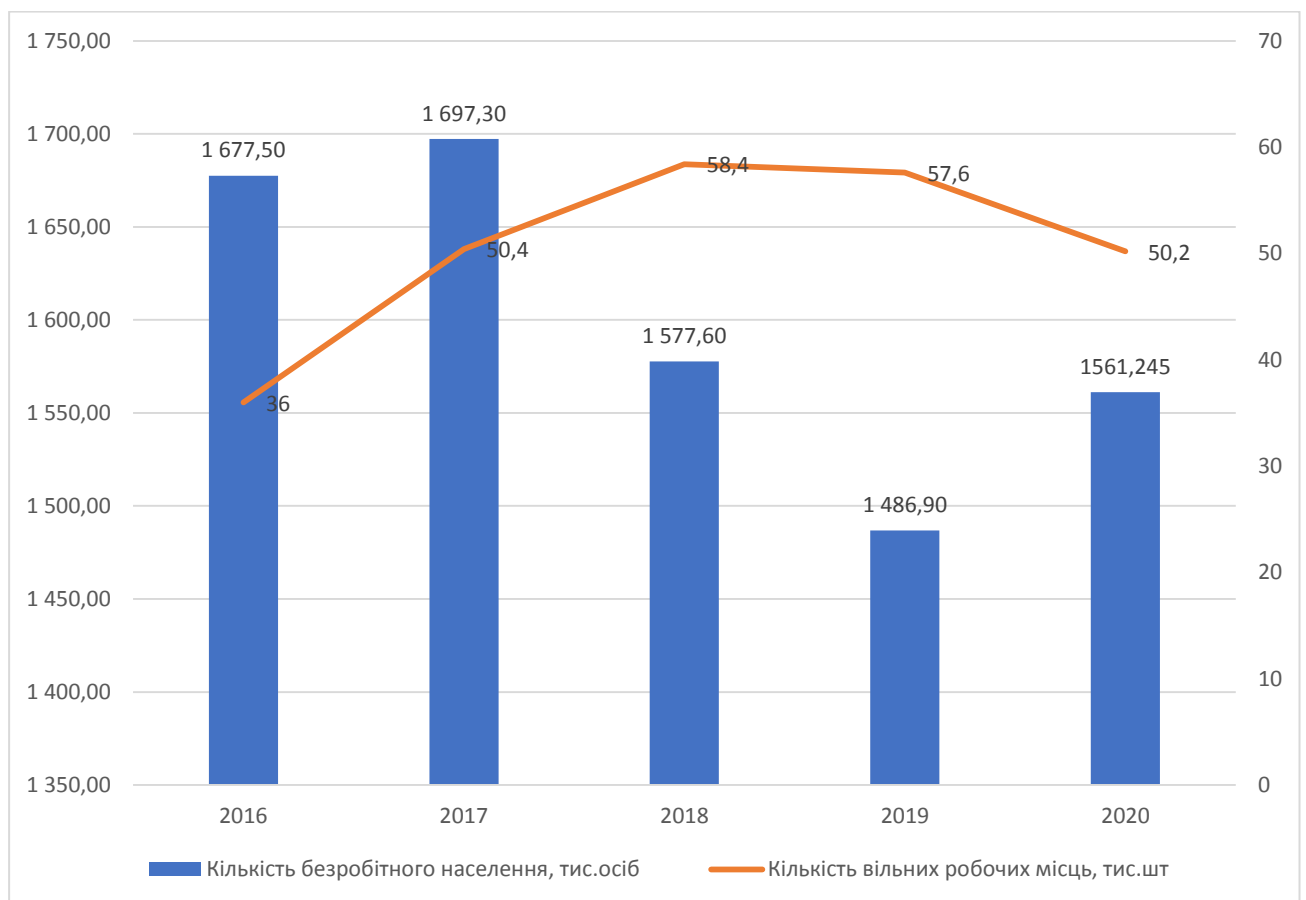


Рис.2.5. Динаміка безробітного населення та кількості вільних робочих місць в Україні у 2016-2020 роках

*Складений автором на основі [29]

За результатами спостереження прослідковується позитивна динаміка росту вільних робочих місць: із 2016 по 2019 роки цей показник збільшився на 22,4 тис.місць. Така динаміка була надзвичайно позитивною, особливо з огляду на те, що темпи росту безробітних осіб значно менші, ніж темпи росту вільних робочих місць. З огляду на це й помітно знижувався рівень безробіття у країні.

Але із 2019 по 2020 роки спостерігається протилежна динаміка – рівень вільних постійно спадала, що і спричинило помітний ріст безробіття в країні. За 2018-2020 роки кількість вільних робочих місць зменшилася на 8,2 тис.шт, а рівень безробіття зріс на 74,34 тис.осіб. Рівень безробіття в Україні зростає швидшими темпами, ніж рівень кількості вільних робочих місць, що є негативною динамікою для розвитку економіки в країні.

На наступному етапі дослідження слід розглянути динаміку зайнятого населення та оцінити рівень зайнятого населення за видами економічної діяльності.

Динаміка зайнятого населення в Україні представлена на рис. 2.6.

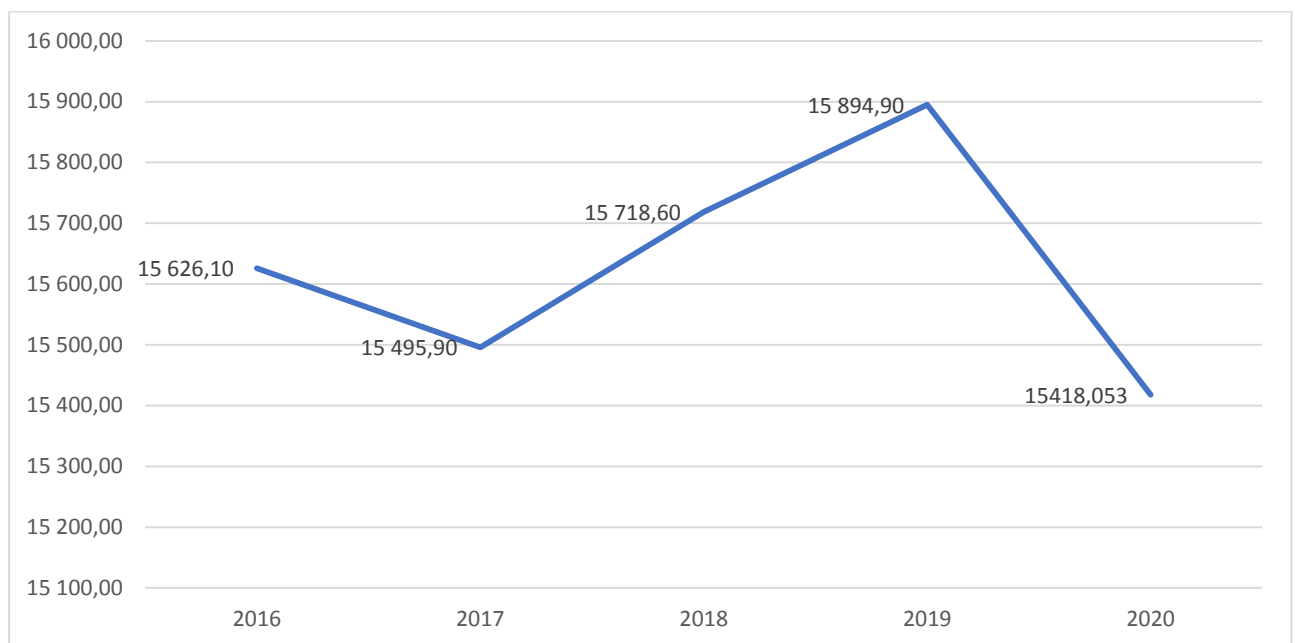


Рис.2.6. Динаміка показників щодо зайнятого населення України, тис.осіб

*Складений автором на основі [29]

Аналіз показників зайнятості показує, що із 2016 по 2017 рік сума зайнятого населення України мала спадну тенденцію, але до 2019 року ці динаміка мала значний темп росту. Із 2017 року по 2019 рік кількість зайнятого населення України зросла на 399,0 тис.осіб. Проте у 2020 році відбулося значне падіння рівня зайнятості – за рік на 476,85 тис.осіб.

Структура зайнятого населення України за видами економіки у 2020 році наведена на рис. 2.7.

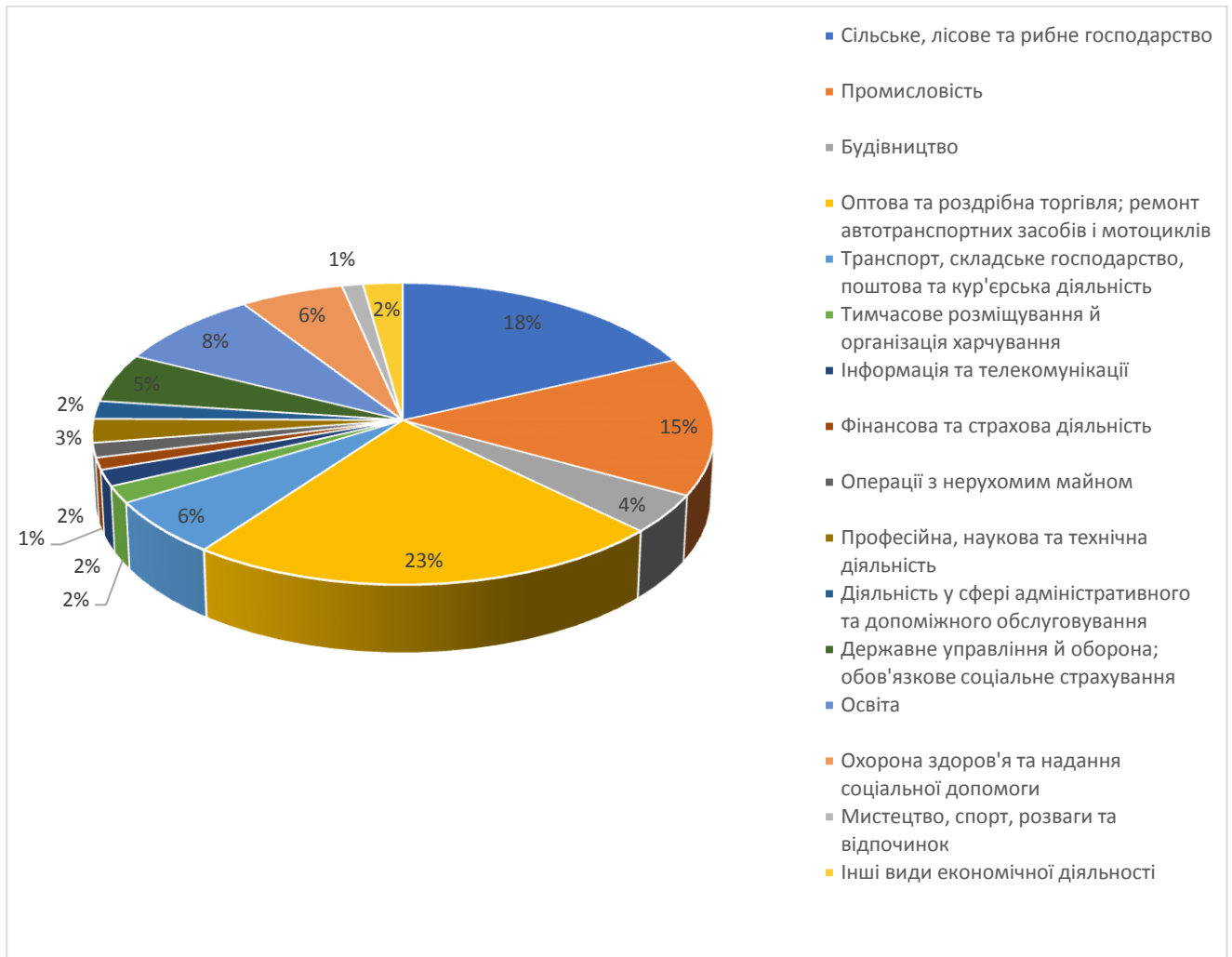


Рис.2.7. Структура зайнятого населення України за видами економічної діяльності у 2020 році, %

*Складений автором на основі [29]

Аналізуючи рівень зайнятого населення України у 2020 році за видами економічної діяльності, то варто відмітити, що найбільший відсоток зайнятих працівників у 2020 році було у сфері оптової та роздрібної торгівлі – 23%. Звісно, адже ця сфера діяльності була найменшим чином обмежено карантинними умовами ведення бізнесу.

18% працівників було зайнято у сфері сільського господарства; 15% працівників займалося працею у сфері промисловості. Така структура не випадкова, адже с/г та промисловість також мало обмежувалися карантинними умовами ведення бізнесу.

Інші сфери економіки України нараховують в середньому 2-8 % зайнятості серед працездатного населення України.

Рівень доходів населення – елемент комплексної характеристики соціально-економічного становища держави, що також у значній мірі впливає на рівень зайнятості та безробіття у державі. Тому слід проаналізувати рівень номінальної та реальної заробітної плати в державі протягом 2016-2020 років (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка реальної та номінальної заробітної плати населення України
протягом 2016-2020 років, %

	Номінальна заробітна плата		Реальна заробітна плата	
	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року
2016	123,6	123,8	109,0	111,6
2017	137,1	135,5	119,1	118,9
2018	124,8	120,5	112,5	109,7
2019	118,4	116,0	109,8	111,3
2020	110,4	115,6	107,4	110,1

*Складений автором на основі [29]

Таким чином, номінальна середньомісячна заробітна плата працівників в динаміці років мала неоднакову тенденцію: із 2016 по 2017 рік вона зростала, але за період із 2017 по 2020 роки вона почала стрімко знижуватися.

Така сама ж тенденція у змінах реальної заробітної плати працівників в Україні протягом 2016 -2020 років. Така тенденція зумовлена змінами в законодавстві з приводу росту мінімальної заробітної плати.

Важливим показником доходів населення також є % реальної середньомісячної заробітної плати. Цей показник із табл. 2.2 демонструє досить варіативну динаміку. Позитивним він є тоді, коли перевищує 100%, а такий результат спостерігається протягом всього періоду дослідження. Тобто реальні доходи населення перевищували номінальні у цей період.

Серед доходів населення у вигляді заробітної плати, найбільший її розмір отримували працівники економічної сфери за напрямками складського

господарства та допоміжної діяльності у сфері транспорту, а серед промислових видів діяльності – у виробництві основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів та у виробництві комп'ютерів, електронної та оптичної продукції де заробітна плата. У сфері комп'ютерних технологій середньомісячна заробітна плата перевищує середній рівень по області у 1,7–6,8 разів.

Таким чином, аналіз рівня безробіття та працевдатності населення протягом 2016-2020 років показав, що тенденція була неоднаковою. За 2016-2018 роки в Україні спостерігалось зниження рівня безробіття та підвищення зайнятості та доходів населення. Але у 2019-2020 років тенденція стала спадною: рівень безробіття та працевдатності почав стрімко палати, що спричинене розвитком пандемії, смертністю населення та міграційними процесами на світовому рівні. Тож на наступному етапі дослідження слід розглянути характеристику міграційних процесів трудових ресурсів в Україні.

2.2. Характеристика міграційних процесів трудових ресурсів України

Міграція як суспільний феномен відіграє значну роль у модернізації економіки, держави, суспільства. З одного боку, вона є способом інноваційної організації життєдіяльності людей та чинником прогресу, з іншого – історичним викликом на шляху збереження власної ідентичності націй і народностей [30].

Тема міграції в Україні є дуже актуальною. Військові дії на Сході України та окупація Криму зумовили істотні зміни в динаміці та векторах міграційних потоків, спричинили появу абсолютно нових трендів як у міграційних процесах, так і стосовно демографії країни взагалі.

Загальна тенденція міграційних процесів в Україні представлена у табл. 2.3.

Як видно із таблиці 2.3, протягом досліджуваного періоду загальний обсяг міграційних процесів в Україні зростає щорічно. Так, міграційний приріст всього у державі за 2016-2020 роки склав 51,14%.

Таблиця 2.3

Міграційний рух населення України протягом 2016-2020 років, осіб

Роки	Усі потоки			У т. ч. міждержавна міграція		
	кількість прибулих	кількість вибулих	міграційний приріст, скорочення (-)	кількість прибулих	кількість вибулих	міграційний приріст, скорочення (-)
2016	533 278	519 045	14 233	30 659	21 409	9 250
2017	256 808	246 188	10 620	14 311	6 465	7 846
2018	442 287	430 290	11 997	28 360	20 234	8 126
2019	629 276	610 687	18 589	39 307	24 252	15 055
2020	576 032	554 520	21 512	45 011	26 789	18 222

*Складений автором на основі [29]

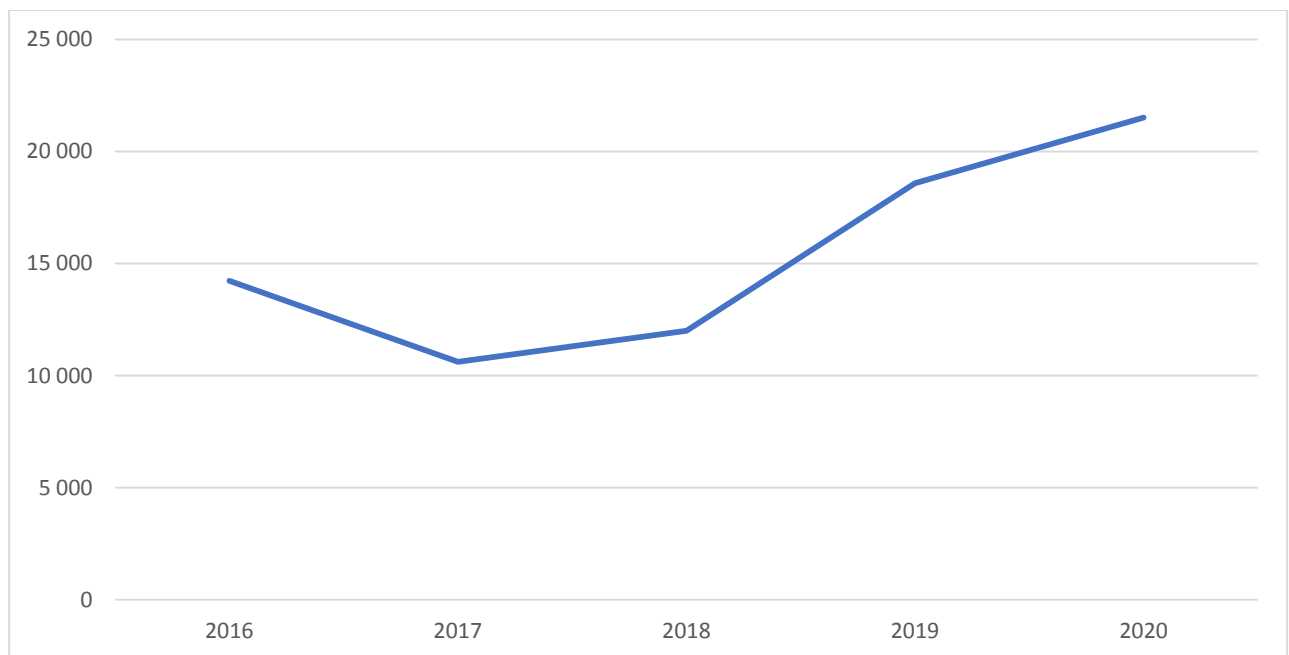


Рис. 2.8 Динаміка міграційного приросту населення України протягом 2016-2020 років, осіб

*Складений автором на основі [29]

Варто відмітити, що нинішній стан міграційних процесів в Україні характеризується переважно зовнішньою міграційною активністю, значним

відтоком населення за межі держави, високим рівнем інтенсивності та стрімким зростанням «трудоових» поїздок за кордон.

Нині кадрова політика перетворилася на найбільш дефіцитний чинник виробництва. Швидким ресурсом поповнення працездатного населення є міграція, що загострює конкуренцію між розвинутими державами за людські ресурси. Питання трудової міграції громадян України за кордон набуло загрозливих для економіки масштабів (сьогодні це найбільш масовий вид переміщень населення) (рис.2.9) [31].

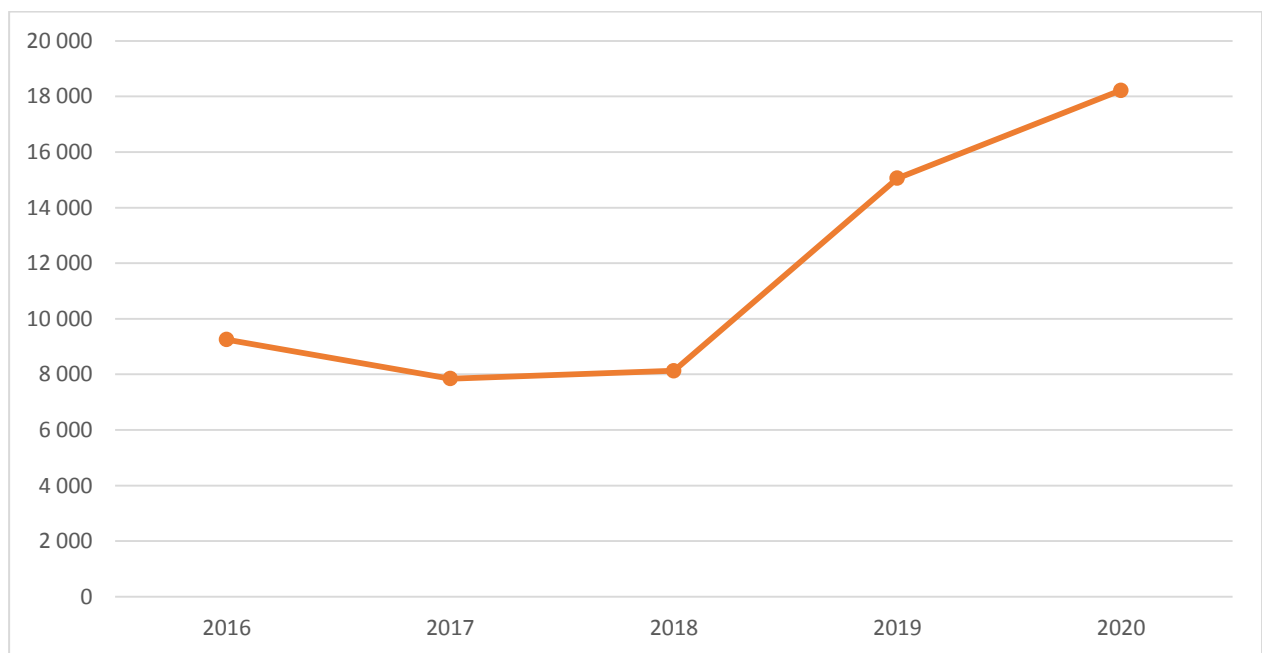


Рис. 2.8 Динаміка міграційного приросту населення України протягом 2016-2020 років, осіб

*Складений автором на основі [29]

Порівнюючи динаміку міграційних процесів трудових ресурсів всередині країни та за межами, варто відмітити, що міграція за кордон із 2016 року по 2018 роки має спадну тенденцію, але до 2020 років міграція українців за кордон зростала швидкими темпами: із 2018 по 2019 рік цей показник зріс на 85,27%, а із 2019 року по 2020 рік цей показник зріс на 21,03%. Але мала ж такий же вектор направленості як і загальні міграційні процеси в Україні.

Варто розглянути країни, які обирали українці, мігруючи за кордон. До уваги приймалися дані 2020 року. Результати наведені на рис. 2.9.

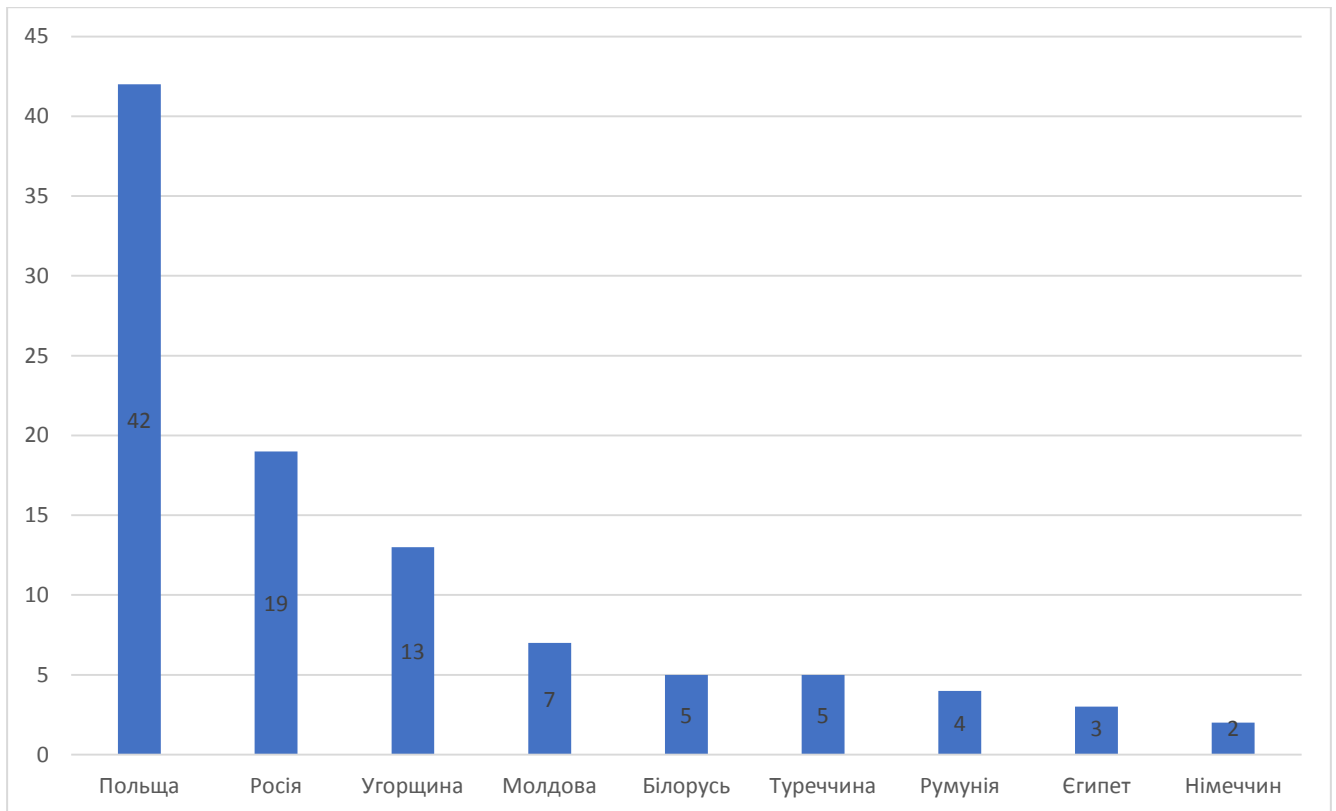


Рис. 2.9. Міграційні потоки трудового капіталу України за кордон у 2020 році, %

*Складений автором на основі [29]

Найбільше українців у 2020 році виїхало на заробітки у Польщу. Така ситуація склалася через те, що Польща створила вигідні умови для трудових ресурсів, що іммігрують, та продовжила термін можливості перебування іноземних працівників на її території. Також, більшість поляків виїхало за кордон на заробітки у країни-сусіди, що спричинило брак трудової сили в державі. Тому Польща вдалася до додаткових методів, що сприяли притоку трудових ресурсів у країну.

На другому місці по кількості українських працівників є Росія, структура міграційних потоків у цю державу складає 19 %. Раніше ситуація була інакшою: кількість українських працівників на території Росії була значно більшою, але протягом останні 5 років, у зв'язку із несприятливими зовнішньоекономічними відносинами, їх кількість помітно скоротилася.

Варто також дослідити вікову структуру трудових мігрантів та період їх трудової міграції за кордон (рис. 2.10).

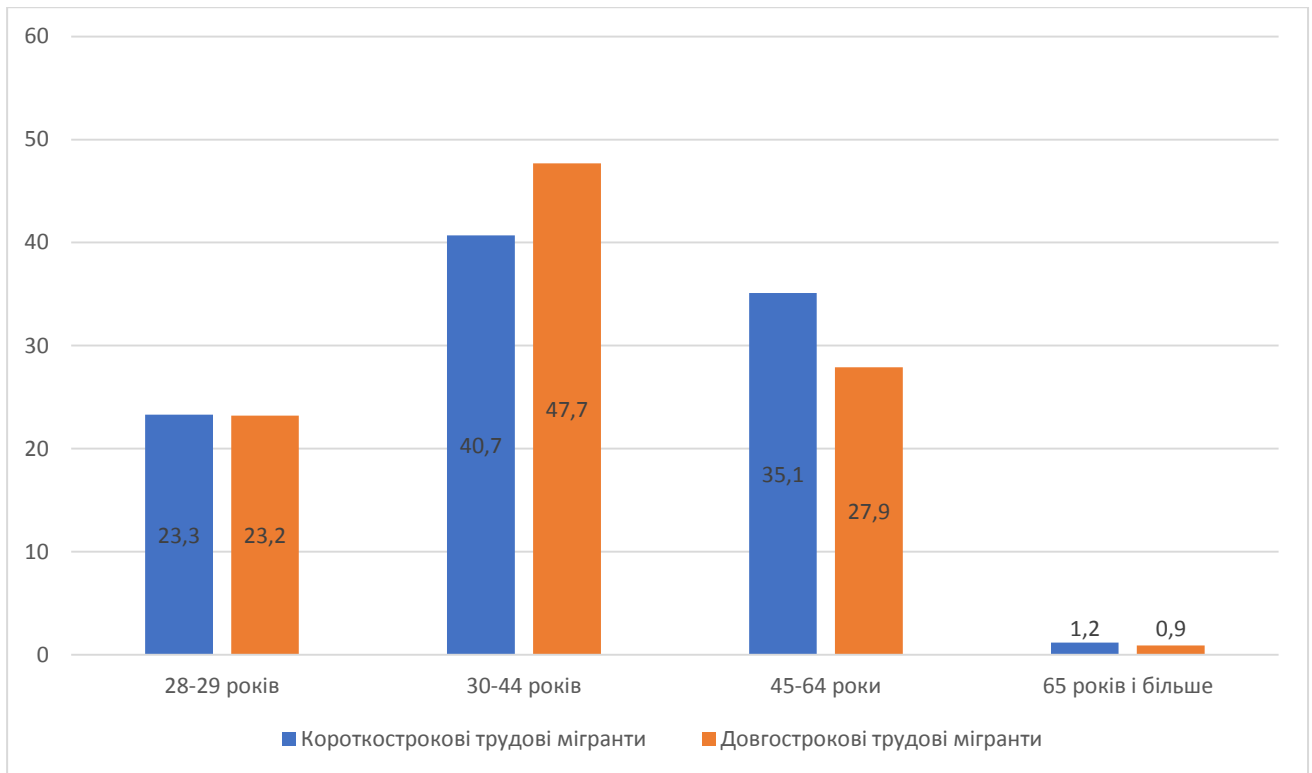


Рис. 2.10. Вікові групи короткострокових та довгострокових трудових мігрантів у 2020 році, %

*Складений автором на основі [29]

Як видно із рис. 2.10, найбільшу питому вагу займає кількість короткострокових трудових мігрантів. Зазвичай звичайні працівники виїжджають за кордон на заробітки за обмеженим терміном перебування – 3-5 місяці. Галузями їх діяльності є робочі професії, допоміжний персонал тощо.

Довгострокові трудові мігранти представлені або ж заробітчанами зі стажем, або ж працівниками розумового характеру, що в подальшому виїжджають на постійне місце проживання за кордон.

Аналізуючи вікову структуру, слід відмітити, що на довгострокову міграцію найбільше мігрує працівників у віці 30-44 роки. У віці 45-64 років більше мігрантів має за ціль короткострокову трудову міграцію. Варто відмітити, що українські емігранти зазвичай володіють вищим рівнем освіченості (понад 40%) порівняно з іншими мігрантами. Велика кількість освічених людей (фахівці з інформаційних технологій, інженери, лікарі), які працюють за кордоном, сприяють «витоку мізків», але під час міграції

відбувається декваліфікація, коли висококваліфікований мігрант виконує низько кваліфіковану роботу.

В основному працівники мігрують у пошуках більших заробітків. Варто проаналізувати мінімальний рівень заробітної плати у країнах, куди відбувається еміграція трудових ресурсів із України (рис. 2.11).

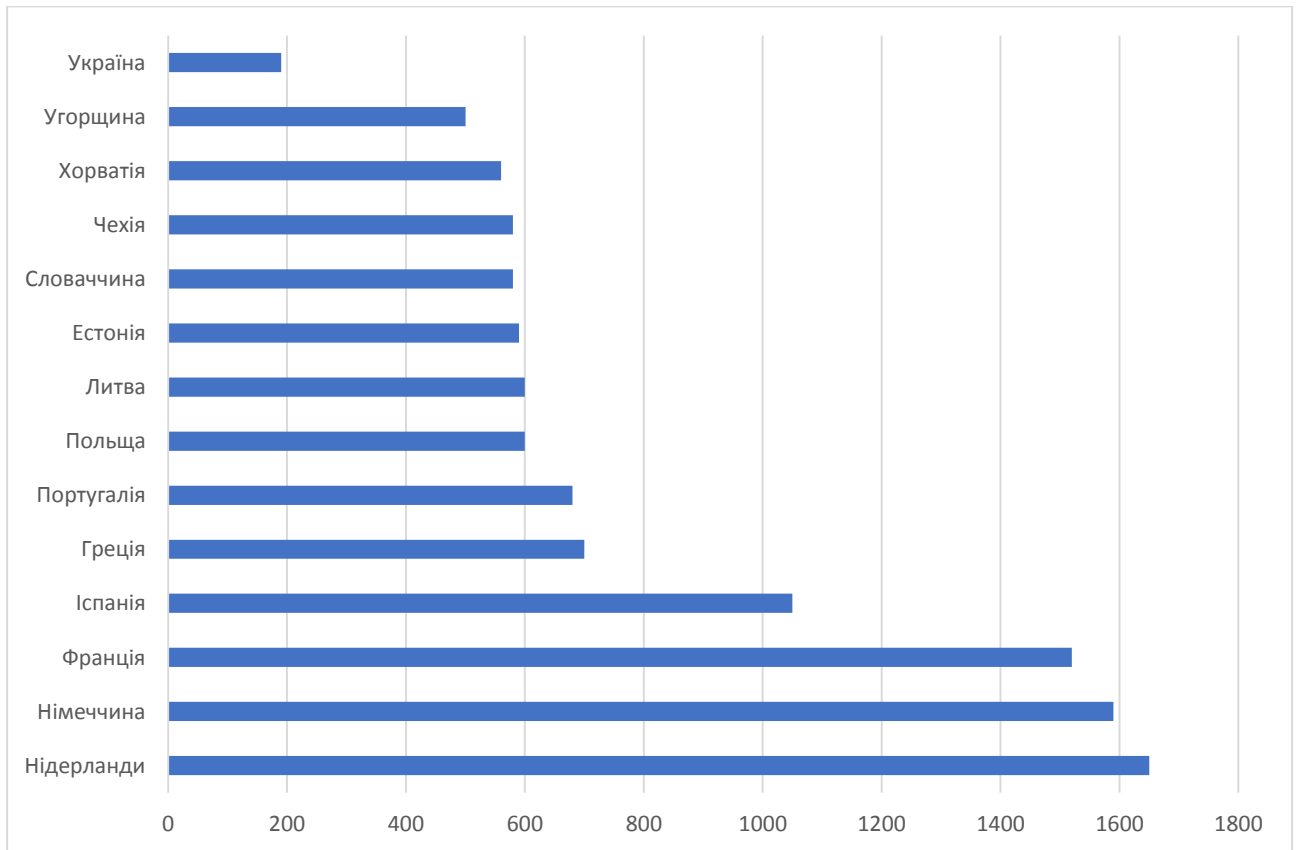


Рис. 2.11. Рівень мінімальної заробітної плати країн Європи у 2020 році, тис євро

*Складений автором на основі [29]

Із рис.2.11 видно, що рівень трудової міграції в Україні є високим, оскільки серед аналізованих країн – найнижчий рівень мінімальної заробітної плати. Із найвищим рівнем мінімальної заробітної плати є такі країни як Нідерланди, Німеччина та Франція. Ті ж країни, які приймають найбільшу кількість українських трудових мігрантів (Польща, Чехія, Словаччина, Литва, Португалія) мають не набагато вищий рівень мінімальної заробітної плати. Але, навіть і така різниця, спонукає українців виїжджати за кордон на заробітки.

Відтік кадрового потенціалу в Україні спричинений несприятливими соціально-економічними умовами розвитку, низьким рівнем заробітної плати тощо.

Таблиця 2.4

Міграційний рух населення України протягом 2020 року за областями, осіб

Область	Усі потоки			У т. ч. міждержавна міграція		
	кількість прибулих	кількість вибулих	міграційний приріст, скорочення (-)	кількість прибулих	кількість вибулих	міграційний приріст, скорочення (-)
Україна	576 032	554 520	21 512	45 011	26 789	18 222
Вінницька область	21 049	23 773	-2 724	689	283	406
Волинська область	14 641	15 638	-997	266	655	-389
Дніпропетровська область	34 983	36 409	-1 426	2 001	972	1 029
Донецька область	17 304	24 984	-7 680	726	567	159
Житомирська область	20 231	21 898	-1 667	568	316	252
Закарпатська область	7 247	7 747	-500	676	923	-247
Запорізька область	16 761	18 916	-2 155	1 000	495	505
Івано-Франківська область	16 578	16 310	268	895	952	-57
Київська область	59 518	32 175	27 343	2 525	867	1 658
Кіровоградська область	13 364	16 709	-3 345	488	396	92
Луганська область	7 131	12 071	-4 940	386	417	-31
Львівська область	35 083	33 984	1 099	1 431	1 483	-52
Миколаївська область	12 534	14 647	-2 113	800	352	448
Одеська область	38 529	29 454	9 075	6 289	942	5 347
Полтавська область	25 659	25 248	411	1 937	1 083	854
Рівненська область	18 563	21 037	-2 474	341	1 320	-979
Сумська область	16 979	19 229	-2 250	1 056	489	567
Тернопільська область	16 232	16 558	-326	1 446	743	703
Харківська область	48 296	42 860	5 436	8 723	5 670	3 053
Херсонська область	11 736	13 810	-2 074	145	207	-62
Хмельницька область	22 232	22 775	-543	708	372	336
Черкаська область	18 204	20 336	-2 132	446	416	30
Чернівецька область	9 627	9 580	47	1 091	841	250
Чернігівська область	13 211	15 207	-1 996	150	147	3

Варто оцінити рівень міграції трудових ресурсів за областями України (табл. 2.4).

Аналізуючи міграційний рух населення в Україні за регіональним розподілом, слід відмітити, що найбільше українців виїжджає із Волинської, Запорізької, Івано-Франківської, Луганської Рівненської та Херсонської областей. Натомість такі області як Дніпропетровська область, Київська область, Одеська та Харківська області – мають певний рівень міграційного притоку трудового потенціалу держави.

Слід повернутися до міжнародних трудових міграційних процесів. Варто відмітити, що територію України покидають як представники робітничих професій (шахтарі, будівельники, водії, працівники сільського господарства), так і висококваліфіковані фахівці. Велика кількість науковців та фахівців (медичної, освітньої сфер), спеціалістів із вищою освітою покидає батьківщину через мізерну зарплатню та неможливість реалізувати свій потенціал. Сфери зайнятості світових міграційних процесів із України представлено на 2.12. [5]

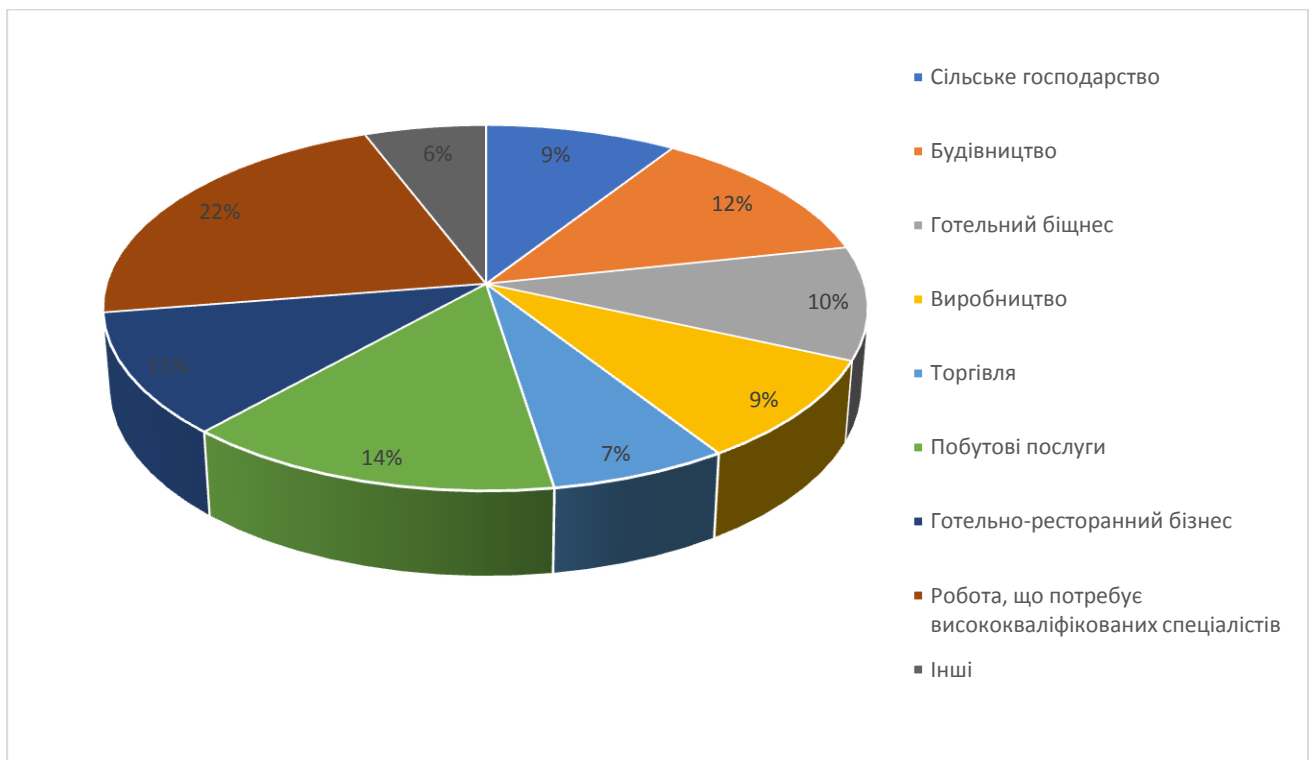


Рис. 2.12. Сфери зайнятості українських трудових мігрантів за кордоном станом на 2020 р, %

*Складений автором на основі [29]

Аналізуючи дані рис.2.12, варто відмітити, що найбільшим попитом серед українців та світовому ринку зайнятості користується професія, що пов'язана із розумовою роботою, тобто роботою, що потребує висококваліфікованих кадрів. Така робота на світовому рівня є високооплачуваною, українські кадри високо цінуються на світовому ринку.

Побутові послуги та будівництво – напрямки діяльності які користуються попитом серед українців. 15-17% трудових міграційних ресурсів виїжджають за кордон та працюють за цими напрямками діяльності.

Готельно-ресторанний бізнес, виробництво, торгівля користуються порівняно меншим попитом, але також є професіями, за якими працюють українці за кордоном.

Із кожним роком чисельність українців, які перебувають за межею держави в пошуках роботи, тільки збільшується. Сьогодні мігрувати стало набагато легше, адже Україна отримала «безвіз» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Чисельність потенційних трудових мігрантів населення України за 2016–2020 рр

Країна	Чисельність осіб, що працювали за кордоном (тис)					Відхилення	
	2016	2017	2018	2019	2020	+/-	%
Україна	750	504	516	915	1051	301	140

*Складений автором на основі [29]

Аналізуючи динаміку руху трудового населення, визначено, що чисельність бажаючих покинути територію України в пошуках роботи за кордоном тільки зростає. Наведений аналіз потенційних трудових мігрантів свідчить про загострення проблем зайнятості населення та відтворення трудового потенціалу.

При цьому найбільш ураженими безробіттям є жінки і молодь. За даними Державного комітету статистики України, чисельність мігрантів тільки зростала і станом на 2020 р. становила 1 051 тис осіб. Аналізований показник збільшився на 301 тис осіб (рис. 2.13).

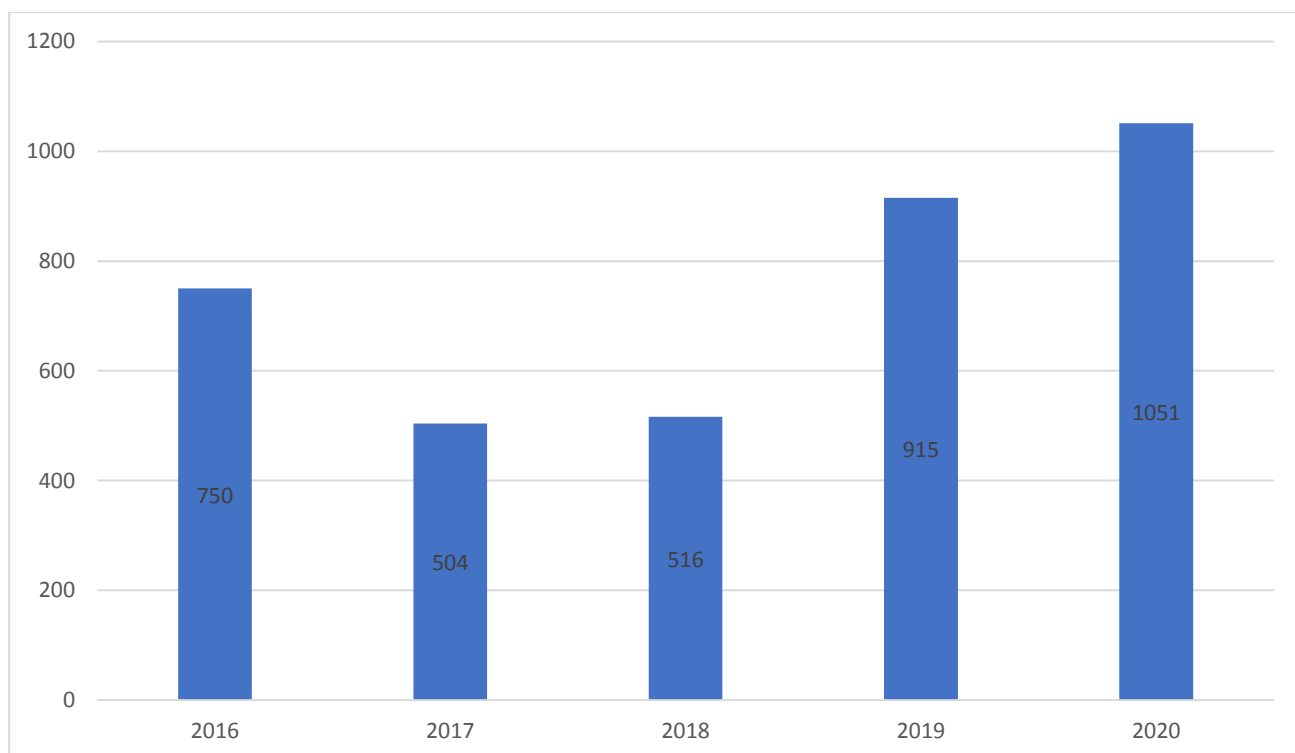


Рис. 2.13. Чисельність потенційних трудових мігрантів серед населення України, тис.осіб

*Складений автором на основі [29]

Таким чином, для України надзвичайно важливо зберегти свій людський, науковий та освітній потенціал. Для зменшення еміграції (особливо незаконної) необхідна система заходів, які матимуть чітке внутрішнє та зовнішнє спрямування. До них належать заходи щодо подолання макроекономічної нестабільності, створення нових робочих місць, розширення іноземних інвестицій, розвитку сільських та міських територій, підтримки малих і середніх підприємств, поліпшення соціальних умов життя. Тому до пріоритетних завдань активної політики зайнятості в Україні належить проведення невідкладних заходів, стосовно врегулювання питань зайнятості українських громадян та зменшення їх відтоку за кордон.

2.3. Оцінювання результативності стратегічного розвитку Державної служби зайнятості України

Державна служба зайнятості є централізованою системою державних установ, діяльність якої спрямовується та координується Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Державна служба зайнятості створена в грудні 1990 року на підставі постанови Кабінету Міністрів Української РСР від 21.12.1990 № 381 «Про створення державної служби зайнятості в Українській РСР» шляхом перебудови наявної на той час служби працевлаштування на спеціалізовану службу.

Основним законодавчим актом, який регулює діяльність Служби, став Закон України «Про зайнятість населення» (№ 803-ХІІ від 01.03.1991). Цей закон визначив соціальні гарантії з боку держави в реалізації громадянами права на працю та основні засади діяльності державної служби зайнятості.

Основні завдання служби зайнятості представлено на рис. 2.14.



Рис. 2.14. Основні завдання Державної служби зайнятості України

*Складений автором на основі [32]

Сьогодні Служба – це структура, яка об’єднує 25 регіональних центрів зайнятості, 91 базовий центр зайнятості, 429 філій регіональних ЦЗ, Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості України та 11 центрів професійно-технічної освіти ДСЗ.

На рис. 2.15 відображена організаційна структура Державного центру зайнятості.

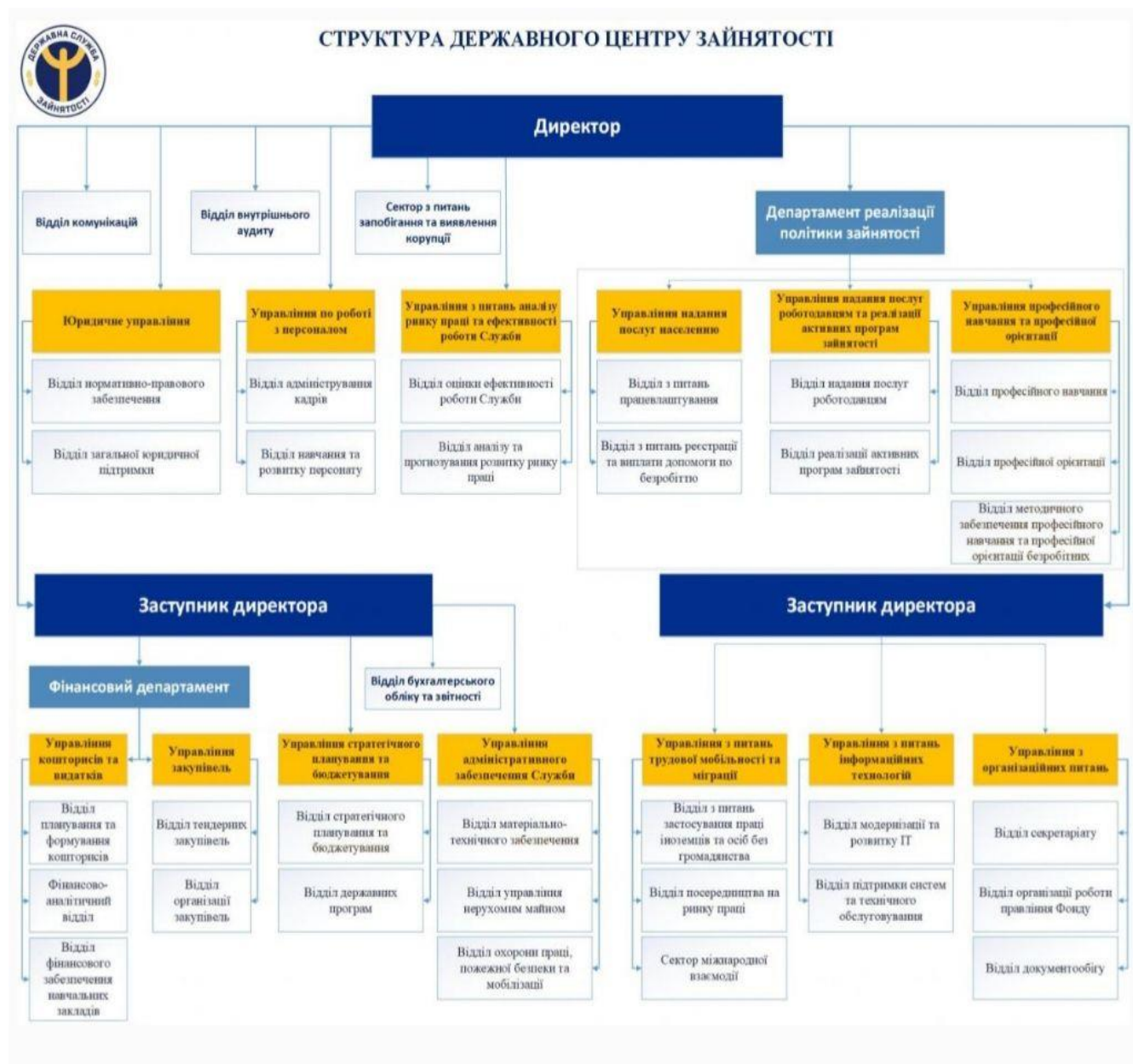


Рис. 2.15. Організаційна структура Державного центру зайнятості.

*Складений автором на основі [32]

Всі відділення Служби працюють за єдиною схемою надання послуг. Клієнти можуть звернутися до будь-якого центру зайнятості та отримати всі

передбачені законодавством соціальні послуги, пов'язані з працевлаштуванням. У Службі створена уніфікована оперативна база вакансій, шукачів роботи та можливостей проходження професійного навчання по всій країні. Це дозволяє розширити зону пошуку роботи для безробітних не тільки в межах району чи області, а й держави в цілому.

Загальна кількість наданих послуг Державною службою зайнятості представлена на рис. 2.16.

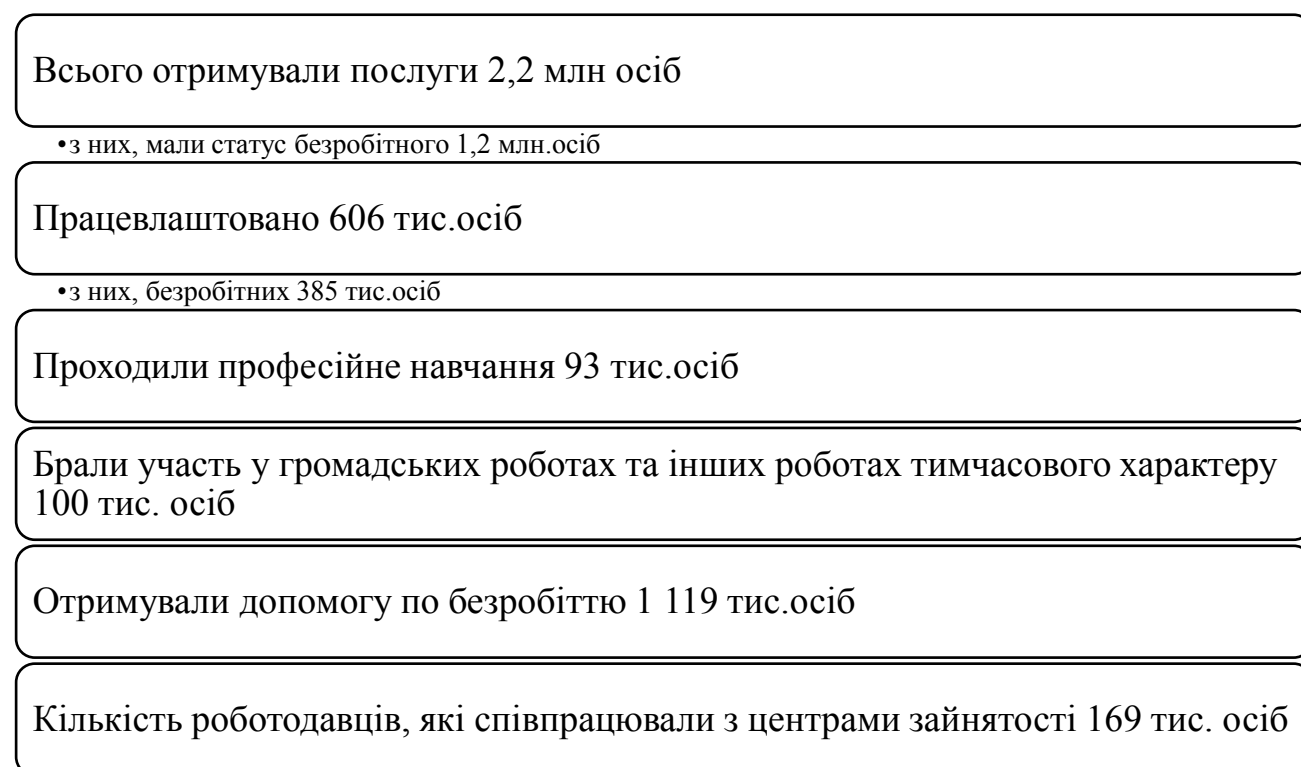


Рис. 2.16. Загальна кількість наданих послуг полуг Державною службою зайнятості представлена протягом 2020 року

*Складений автором на основі [32]

Як видно із рис. 2.16 послугами Державного центру зайнятості користуються як і безробітні особи, так і роботодавці. Так, протягом 2020 року за допомогою Державного центру зайнятості вдалося працевлаштувати 385 тис. Безробітних, всього надати консультації та допомогу вдалося 2,2 млн. осіб.

Протягом 2020 року 169 тис. Роботодавців вдавалися до послуг державного центру зайнятості.

Надання послуг Державною службою зайнятості особам, що мають додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню (відповідно до статті 14 ЗУ «Про зайнятість населення») за 2019-2020 роки, відображені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Надані Державною службою зайнятості послуги особам, що мають додаткові гарантії протягом 2019-2020 років

Показники	2019	2020	зміна значень	
			%	+(-) тис.осіб
А	1	2	3	4
Отримували послуги, тис осіб	2743,2	2492,4	90,8	-250,8
Мали статус безробітного, тис. осіб	1399,9	1394,4	99,6	-5,5
Всього отримали роботу (у т.ч. до набуття статусу безробітного), тис. осіб	115,5	87,8	76,0	27,7
Проходили професійне навчання, тис. осіб	69,9	31,2	44,6	-38,7
Брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру, тис. осіб	51,1	18,7	36,6	-32,4
Кількість безробітних, охоплених професійними послугами, тис. осіб	1147,9	928,8	80,9	-219,1

*Складений автором на основі [32]

Проаналізувавши показники надання послуг Державною службою зайнятості особам, що мають додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню (відповідно до статті 14 ЗУ «Про зайнятість населення») за 2019-2020 роки можемо зробити наступні висновки:

Кількість людей, які отримували послуги зменшилась на 250,8 тис. осіб з 2019 по 2020 рік та становить 90,8 % від 2019 року, що має позитивний характер.

Кількість людей, які мали статус безробітного зменшилась на 5,5 тис. осіб з 2019 по 2020 рік та становить 99,6% від 2019 року, що має негативний характер.

Кількість людей, які отримали роботу, до набуття статусу безробітного, зменшилась 27,7 тис. осіб з 2019 по 2020 рік та становить 76,0% від 2019 року, що має негативний характер.

Кількість людей, які проходили професійне навчання зменшилась на 38,7 тис. осіб з 2019 по 2019 рік та становить 44,6% від 2019 року, що має негативний характер.

Кількість людей, які брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру зменшилась на 32,4 тис. осіб з 2019 по 2020 рік та становить 36,6 % від 2019 року, що має негативний характер.

Кількість безробітних, охоплених професійними послугами зменшилась на 219,2 тис. осіб з 2019 по 2020 рік та становить 80,9 від 2019 року, що має негативний характер.

Надання послуг окремим категоріям громадян державною службою зайнятості (відповідно до статті 14 ЗУ «Про зайнятість населення»), відображено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Надання послуг Державною службою зайнятості громадянам (за місцем проживання)

Показники	Січень-лютий 2020	Січень-лютий 2021	зміна значень	
			%	+(-) тис.осіб
А	1	2	3	4
Отримували послуги, тис осіб	228,6	207,7	90,9	-20,9
Мали статус безробітного, тис. осіб	116,4	116,2	99,8	-0,2
Всього отримали роботу (у т.ч. до набуття статусу безробітного), тис. осіб	9,7	5,5	56,7	-4,2
Проходили професійне навчання, тис. осіб	5,8	2,3	39,7	-3,5
Брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру, тис. осіб	4,2	1,3	31,0	-2,9
Кількість безробітних, охоплених професійними послугами, тис. осіб	95,8	77,4	80,8	-18,4
Станом на:				
Показники	1 березня 2020 р.	1 березня 2021 р.	зміна значення	
			%	+ (-) тис. осіб
Отримували послуги, тис. осіб	198,1	182,6	92,2	-15,5
Мали статус безробітного, тис. осіб	91,3	93,5	102,4	2,2
Отримували допомогу по безробіттю, тис. осіб	79,3	80,9	102,0	1,6

*Складений автором на основі [32]

Провівши розрахунок аналізу показників надання послуг Державною службою зайнятості особам, що мають додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню (відповідно до статті 14 ЗУ «Про зайнятість населення») можна зробити наступні висновки:

Кількість людей, які отримували послуги зменшилась на 20,9 тис. осіб та становить 90,9 % від 2020 року.

Кількість людей, які мали статус безробітного зменшилась на 0,2 тис. осіб та становить 99,8% від 2020 року.

Кількість людей, які отримали роботу, до набуття статусу безробітного, зменшилась 4,2 тис. осіб та становить 56,7% від 2020 року.

Кількість людей, які проходили професійне навчання зменшилась на 3,5 тис. осіб та становить 39,7% від 2020 року. Кількість людей, які брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру зменшилась на 2,9 тис. осіб та становить 31,0 % від 2020 року.

Кількість безробітних, охоплених професійними послугами зменшилась на 18,4 тис. осіб та становить 80,85 від 2020 року.

Порівнявши показники станом на 1 березня 2021 року, можемо зробити висновки:

Кількість людей, які отримували послуги зменшилась на 15,5 тис. осіб та становить 92,25 від стану на 1 березня 2020 року.

Кількість людей, які мали статус безробітного збільшилась на 2,2 тис. осіб та становить 102,4% від 1 березня 2020 року.

Кількість людей, які отримали допомогу по безробіттю збільшилась на 1,6 тис. осіб та становить 102,0% від 1 березня 2020 року.

Основною метою діяльності Державного центру зайнятості України є надання послуг підтримки безробітнім. Кількість зареєстрованих безробітних, кількість вакансій та кількість претендентів на 1 вакансію, станом на 1 січня 2021 р. Наведено на рис. 2.17.

Як видно із рис. 2.17, найбільша кількість безробітних була зареєстрована у сфері сільськогосподарства, натомість протягом року відкритих вакансій у цій сфері була незначна кількість, конкурс на 1 вакансію складав 57%, що є високим показником.

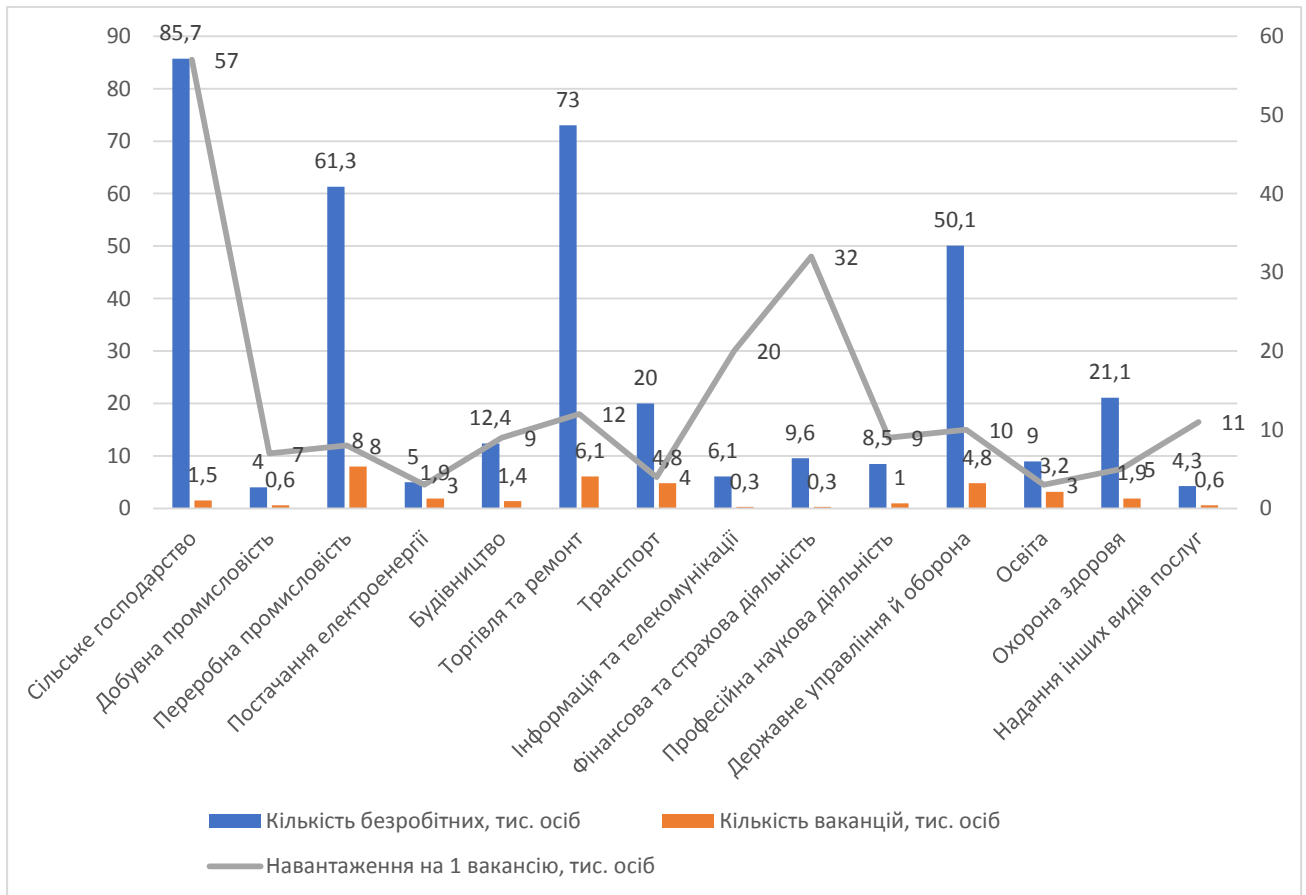


Рис. 2.17. Кількість зареєстрованих безробітних, кількість вакансій та кількість претендентів на 1 вакансію, станом на 1 січня 2021 р. за видами економічної діяльності

*Складений автором на основі [32]

Кількість безробітних у сфері торгівлі та ремонту у 2020 році зафіксовано у розмірі 73 тис.осіб. Така кількість безробітних у цій сфері спричинена розвитком карантинних заходів у державі, що стримували діяльність бізнес-структур зайнятих торгівлею. Але за такого рівня безробіття у цій сфері порівняно невисока конкуренція – 12 тис.осіб на місце, що на 78% менше, ніж у сфері сільського господарства.

Переробна промисловість також зазнала значних кадрових зрушень, збільшився рівень безробіття та у 2020 році складав 61,3 тис.осіб безробітних у

цій сфері. Протягом 2020 року було зафіксовано 8 тис. вакансій, тобто спостерігається значний дефіцит між безробітними та вільними робочими місцями цієї сфери діяльності.

Найменша кількість безробітних у 2020 році спостерігається у сфері постачання електроенергії та у сфері добувної промисловості. Також і невисокий відсоток відкритих вакансій за цими професіями, даний вид економічної діяльності є мало конкурентним на ринку праці.

Варто розглянути структуру зареєстрованих безробітних осіб, які отримували допомогу у 2020 році (рис. 2.18).

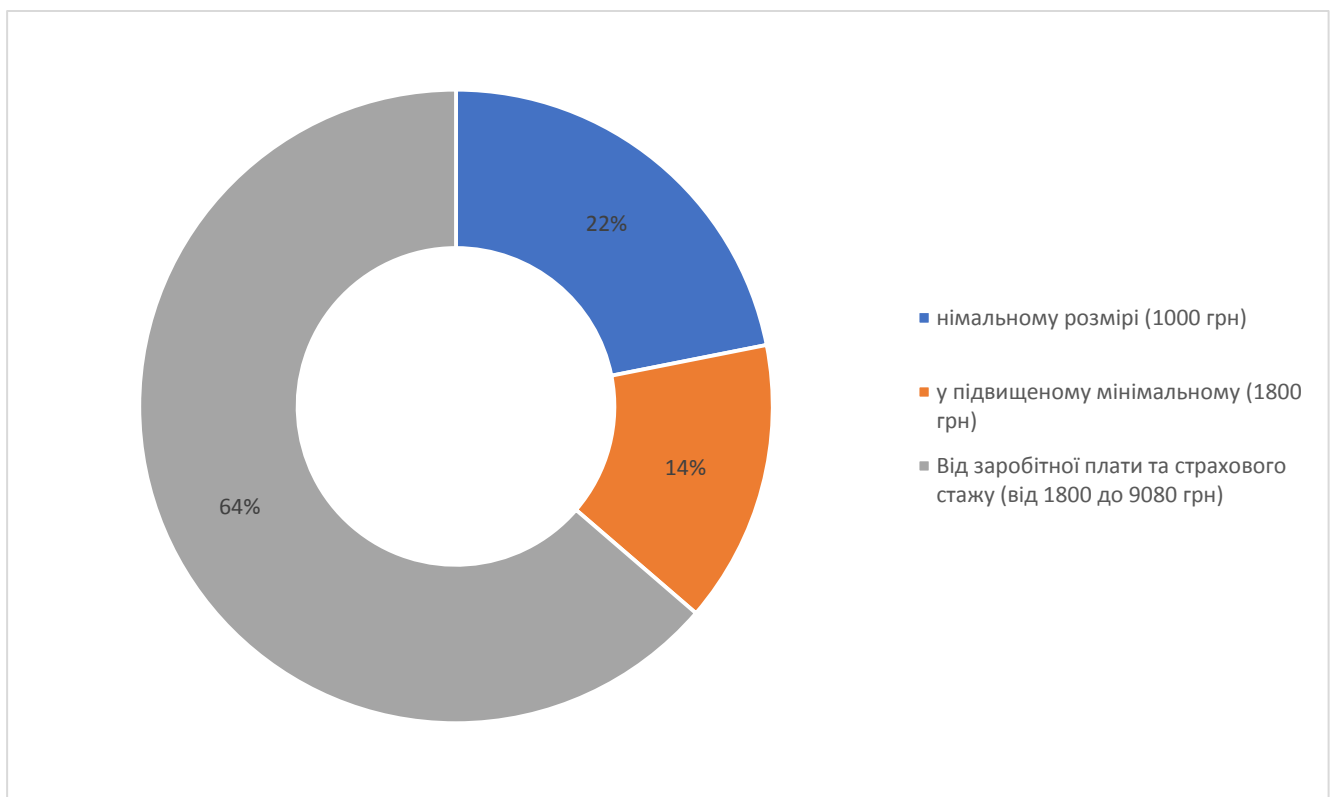


Рис. 2.18. Структура безробітних, які отримували допомогу станом на кінець грудня 2020 року

*Складений автором на основі [32]

Аналізуючи дані рис.2.18, можна відмітити, що найбільшу кількість безробітних отримували допомогу у розмірі від 1800 до 9080 грн, тобто в залежності від страхового стажу та заробітної плати – 68%. Зі цього слідує, що більшість безробітних були офіційно працевлаштовані та отримували офіційну заробітну плату.

22% безробітних отримували допомогу у мінімальному розмірі – 1000 грн. Такі особи мають незначний стаж, або мали неофіційну заробітну плату.

14% осіб отримували допомогу у підвищеному мінімальному розмірі, тобто у розмірі 1800 грн.

Детальна характеристика допомоги Державної служби зайнятості, що отримували безробітні протягом 2020 року представлена на рис. 2.19.

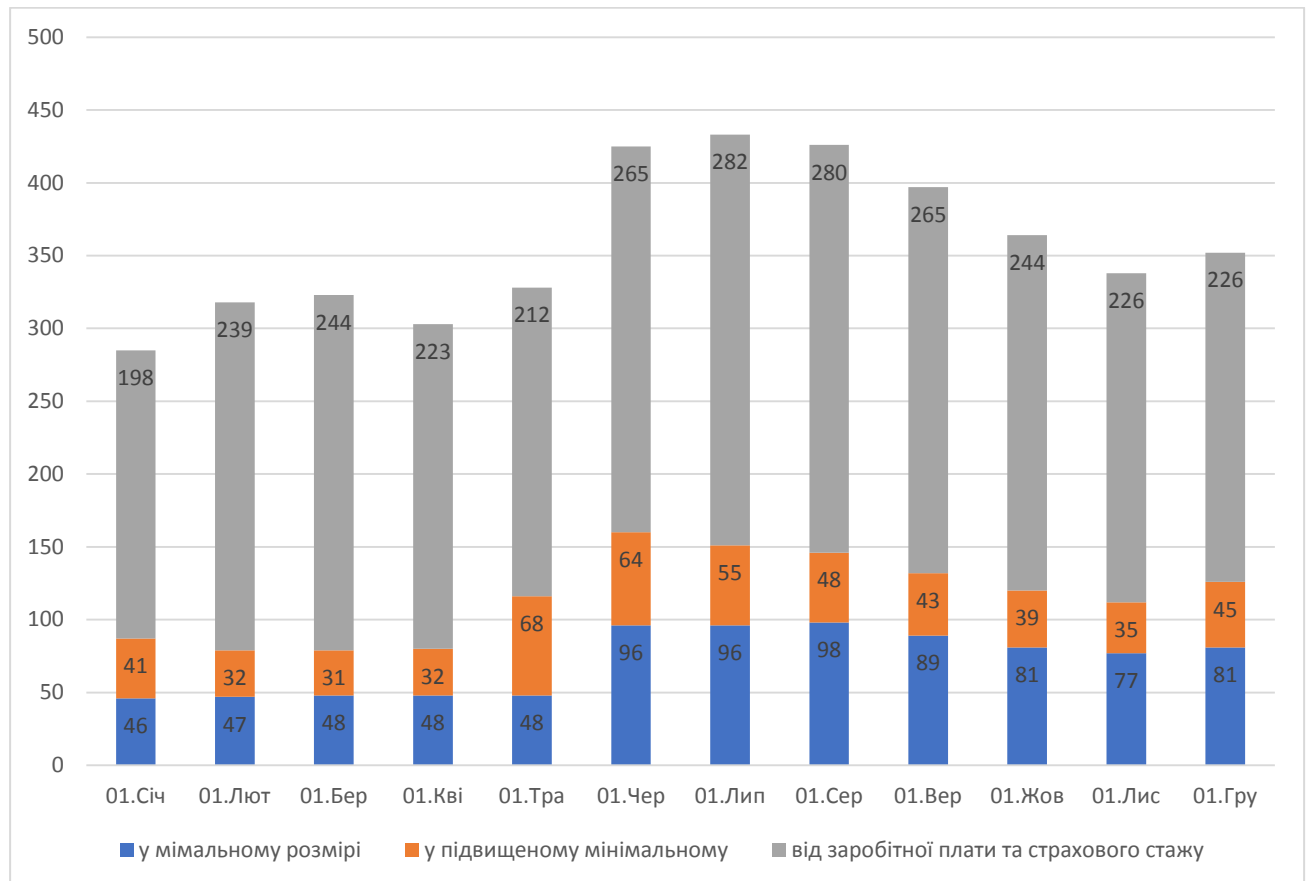


Рис. 2.19. Кількість безробітних, які отримували допомогу протягом 2020 року, тис. осіб

*Складений автором на основі [32]

Так, динаміка отримання допомоги по безробіттю від Державної служби зайнятості протягом року була неоднаковою. Із січня по травень 2020 року вона трималася на одному рівня, але після травня більшість підприємств не витримали карантинного тиску та збільшили рівень скорочення на підприємствах, що і спричинило збільшення кількості безробітних із червня по вересень, у цей період відбулося найбільша кількість фінансувань у розмірі від заробітної плати та стажу.

Такому припущенню є підтвердження ще й у тому, що кількість безробітних, що отримують мінімальну допомогу протягом 2020 року була майже на одному рівні. Тобто, масове звільнення та підвищення рівня безробіття на них ролі не зіграло.

Державна служба зайнятості також співпрацює із роботодавцями та має певний набір вакансій к своєму розпорядженні (рис. 2.20).

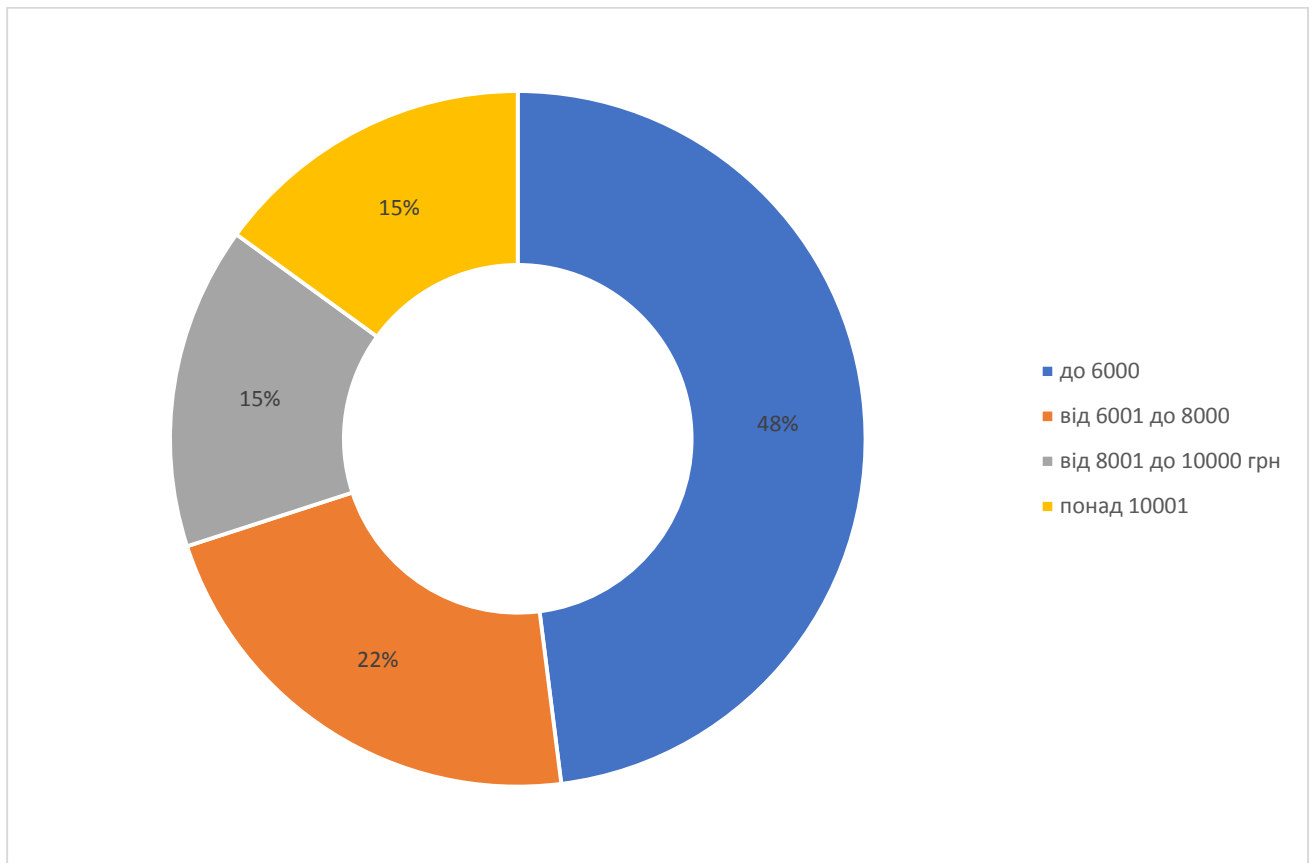


Рис. 2.20. Структура вакансій, зареєстрованих в центрах зайнятості, станом на 1 січня 2021 року(за розмірами заробітної плати), %

*Складений автором на основі [32]

За рівнем заробітної плати Державна служба зайнятості пропонує найбільше вакансій із рівнем оплати в межах 6000 грн (48% у 2020 році). Рівна кількість вакансій із заробітної платою в межах від 8001 грн до 10 000 грн та заробітком більше 10 000 грн – по 15%. На такі вакансії потребуються особи із вищою освітою, певним рівнем стажу та досвіду роботи. Зазвичай таких вакансій не так і багато, але закривають їх порівняно швидко.

22 % вакансій із заробітною платою у розмірі від 6001 грн до 8000 грн пропонувала служба зайнятості у 2020 році.

Варто також розглянути вакансії за видом економічної діяльності (рис. 2.21).

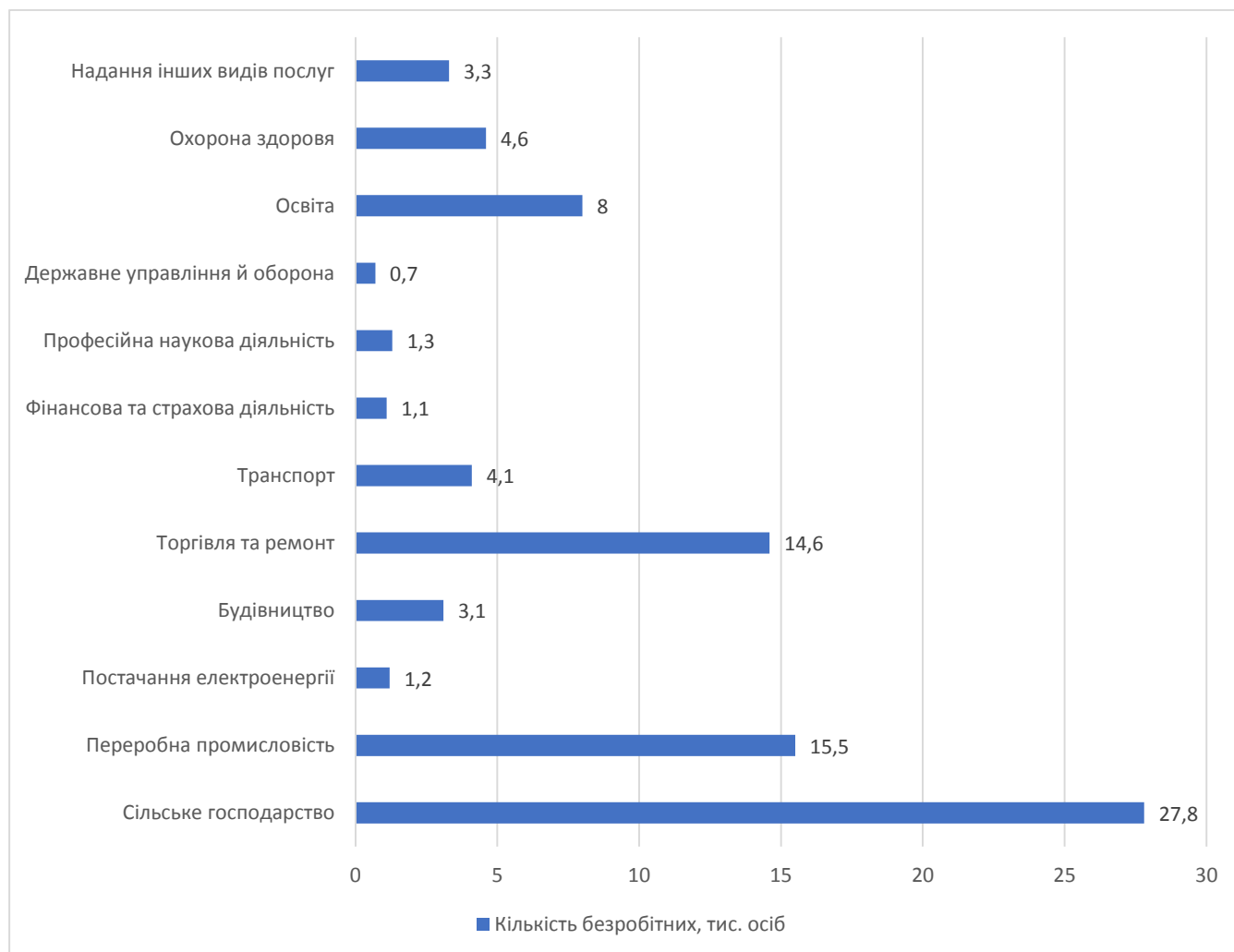


Рис. 2.21. Працевлаштування безробітних, (структура, %) у 2020 році за видами економічної діяльності

*Складений автором на основі [32]

У 2020 році на ринку праці найбільше пропонованих вакансій було у сфері сільського господарства – 27,8%. Порівнюючи відсоток безробітних даної сфери та рівень вакансій станом на 2020 рік – конкуренція є високою, але проблема на стадії вирішення.

Аналізуючи кількість відкритих вакансій станом на 2020 рік, слід відмітити, що значна їх кількість була також і у сфері торгівлі та ремонту, а також переробної промисловості – 14,6% та 15,5% відповідно.

Таким чином, аналізуючи стратегічні напрями розвитку та статистичні дані діяльності Державної служби зайнятості, можна відмітити, що центр працевлаштування виконує свою роботу у відповідності зі своєю метою.

Але недосконалістю його діяльності є відсутність високих показників консультації з приводу професійної орієнтації. Особливо гостро дана проблема проявляється у сфері молоді. Також у роботі Державної служби зайнятості відсутні інноваційні заходи, що могли б покращити роботу центра та знизити рівень безробіття за рахунок ефективно організованих івент-процесів та заходів професійної орієнтації.

РОЗДІЛ 3

ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ EVENT МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ПРОЕКТУ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

3.1. Обґрунтування стратегії розвитку професійної орієнтації молоді до 2030 року

Сучасний стан організації професійної орієнтації в державній службі зайнятості організовано на основі таких законодавчо-нормативних актів та законів:

- Закон України «Про освіту»;
- Закон України «Про зайнятість населення»;
- Концепція державної системи професійної орієнтації населення (постанова КМУ від 17.09.2008 № 842);
- Порядок надання послуг з професійної орієнтації осіб (наказ Мінекономіки від 30.10.2020 № 2203, зареєстровано в Міністерстві юстиції України від 13.11.2020 №1129/35412).

Основними цілями Стратегії стратегії розвитку професійної орієнтації молоді є:

- забезпечення функціонування комплексної багаторівневої системи професійної орієнтації, що забезпечує взаємодію та раціональне використання ресурсів освітніх організацій і підприємств-роботодавців при вирішенні питань професійного самовизначення та становлення дітей і молоді;
- формування у дітей та молоді навичок особистісного і професійного самовизначення для усвідомленого вибору професійного шляху.

Послідовний і цілеспрямований розвиток державної системи професійної орієнтації може бути досягнуто за допомогою вирішення наступних завдань:

- розробка нормативних правових документів, що передбачають забезпечення і розвиток системи професійної орієнтації з урахуванням пріоритетних напрямків розвитку економіки;
- забезпечення ефективної взаємодії суб'єктів системи професійної орієнтації;
- створення і розвиток інфраструктури системи професійної орієнтації;
- організація комплексного методичного супроводу профорієнтаційної роботи;
- розвиток єдиного інформаційного середовища профорієнтації, що забезпечує психолого-педагогічний супровід професійного самовизначення дітей та молоді;
- підтримка підприємницьких ініціатив серед молоді в сфері організації професійної орієнтації, формування правової грамотності громадян в сфері трудових відносин;
- вдосконалення кадрового забезпечення системи професійної орієнтації;
- формування в людей уявлення про необхідність усвідомленого вибору професії;
- формування прогнозу потреби в підготовці кадрів для економіки і соціальної сфери України, формування прогнозу залучення трудових ресурсів на найближчу перспективу (5 - 7 років).

Формування і розвиток системи професійної орієнтації визначаються такими базовими принципами:

- дотримання прав громадян на вільний вибір роду діяльності;
- багатоетапність і безперервність профорієнтаційної роботи;
- соціально-економічна орієнтація, врахування регіональних потреб;
- надання громадянам рівних можливостей отримання профорієнтаційних послуг.

На сьогоднішній день більше половини молодих українців мають постійну роботу, 16,8% - тимчасову. А 22% молоді працює без офіційного оформлення або мають тимчасовий договір на виконання робіт чи надання послуг. Разом з тим, майже 60% молодих людей в Україні працюють не за фахом. При цьому 20,3% громадян України працює за межами держави, але планують повернутися в Україну, а 68% хочуть виїхати на роботу за кордон.

Основні ризики у сфері зайнятості, з якими стикаються молоді працівники, пов'язані із наявністю неоплачуваних годин роботи, високим рівнем деформалізації зайнятості, недотриманням деяких законодавчо встановлених умов зайнятості, порушенням прав молодої людини на навчальні відпустки, високим рівнем порушень, пов'язаних із безпекою праці та низькою заробітною платою. Дослідження показало, що молоді працівники мають низьку ймовірність отримати зарплату, що дорівнює середній у країні. Взагалі середня заробітна плата серед молодих людей дорівнювала лише 69,2 % від середнього показника у країні.

Разом з тим, молоді люди є недостатньо обізнаними щодо власних прав щодо соціального захисту. Молодим людям також не вистачає знань стосовно державних гарантій, зокрема, вони не можуть відрізнити гарантії, які роботодавці забезпечують добровільно, від тих, які їх зобов'язує надавати закон. Така ситуація складається, серед іншого, і через застаріле законодавство, що регулює права і обов'язки молоді.

Так, Закон України «Про соціальне становлення молоді» від 1993 року базується на нереалістичних обіцянках, які не виконуються та підривають довіру молоді до держави. Законодавство про соціальне становлення молодих людей має бути переглянуте та відповідати сучасним реаліям в Україні.

Крім проблем на робочому місці, молоді спеціалісти часто стикаються з проблемами ще і у процесі пошуку роботи. Проблема працевлаштування молодих фахівців ускладнена тим, що фактично існує два незалежних один від одного ринки: ринок освіти і ринок праці. У сучасних умовах здобуття вищої

освіти в Україні частіше за все визначається не потребами ринку праці у фахівцях, а попитом на неї з боку людей без прив'язки до певної професії.

Інша проблема випускників пов'язана з їх низькою конкурентоспроможністю на ринку праці. Основна причина - відсутність досвіду і трудових навичок. Молодий фахівець подекуди розглядається роботодавцем, перш за все, як обтяження, оскільки вимагає витрат часу та ресурсів для практичного навчання, тому часто молоді спеціалісти не мають гідної оплати праці, соціальних гарантій та навіть можливості офіційного працевлаштування. Враховуючи випадки, коли безкоштовні стажування для молоді перейшли в розрахунки фінансових планів компаній, які звикли розраховувати на безкоштовну молоду робочу силу в Україні, оплачувані стажування мають стати молодіжною гарантією від держави до 2030 року.

Відповідно до Цілей сталого розвитку ООН, держава повинна просувати проведення орієнтованої на розвиток політики, яка сприяє продуктивній діяльності, створенню гідних робочих місць, підприємництву, творчості й інноваційній діяльності, та заохочувати офіційне визнання і розвиток мікро-, малих і середніх підприємств, у тому числі шляхом надання їм доступу до фінансових послуг.

До 2030 року також планується забезпечити повну і продуктивну зайнятість та гідну працю для всіх жінок і чоловіків, у тому числі молодих людей та людей з інвалідністю, і рівну оплату за працю рівної цінності. При цьому, необхідно забезпечити всебічну і реальну участь жінок, а також рівні для них можливості для лідерства на всіх рівнях прийняття рішень у політичному, економічному та суспільному житті.³

Для створення такого середовища необхідно побудувати якісну систему кар'єрного консультування на державному рівні, що в свою чергу підвищить кількість працевлаштованої молоді, активізувати зусилля зі створення гідних робочих місць для молоді, заохотити роботодавців приймати на роботу людей, що потребують соціального включення (людей з інвалідністю, випускників інтернатних закладів, наркозалежну молодь), заохочувати бізнес співпрацювати

з навчальними закладами для організації стажувань, оновити систему кар'єрного консультування. Крім того, у вищих навчальних закладах має бути запроваджена дуальна освіта. Для створення комфортних умов для молоді на ринку праці, також пропонується полегшити податкове навантаження на бізнес, дружній до молоді, та законодавчо закріпити пріоритет для працевлаштування молодих людей.

В той же час, можливості для працевлаштування молоді може створити і молодіжне підприємництво, яке є важливим інструментом стимулювання економіки. Це пояснюється тим, що кожен підприємець приносить вигоди не тільки для себе, а й для міста, регіону чи країни в цілому. Оскільки молоді підприємці є самозайнятими, вони часто мають кращу задоволеність роботою. Молодіжні підприємства також створюють робочі місця для інших.

Таким чином, враховуючи вищенаведену інформацію, пріоритетними напрямками профорієнтаційної роботи з молоддю є орієнтація на кар'єрне консультування та розвиток цифрових навичок для успішного працевлаштування.

У державній службі зайнятості проводяться інформаційно-консультаційні та профорієнтаційні заходи тощо. Послуги надаються за принципом доступності, оперативності, індивідуального підходу, професійної допомоги тощо.

Наближення та максимальне охоплення населення профорієнтаційними послугами забезпечується шляхом використання сучасних інформаційно комунікаційних технологій та дистанційної форми надання послуг. На сьогодні в Україні послуги з профорієнтації надають під час: відвідування підприємств, семінарів, тренінгів, майстер-класів, онлайн заходів (вебінарів), презентації роботодавців тощо.

Наразі в Україні можливо ознайомитись з профінформаційними матеріалами та отримати профорієнтаційні послуги на дистанційних платформах (рис.3.1).



Рис.3.1. Профінформаційні матеріали в Україні

*Складений автором

Слід розглянути коротку характеристику кожної із платформ.

Спільнота шкіл України «КАР'ЄРА МРІЇ»

<https://careerhub.in.ua/community-of-schools/> – цей проект допомагає школярам з визначенням майбутньої професії та їх сфери діяльності. В рамках даного проекту школярі мають можливість ознайомитись з буклетами про професійні сфери, навички і кар'єру та інформаційними матеріалами щодо кар'єрного розвитку молоді. Вчителі закладів освіти мають можливість скористатись методичними матеріалами з проведення бесід про кар'єру для учнів 5-10 класів.

Магеллано профорієнтація <https://magellano.com.ua/> – платформа пропонує Європейську методику професійної орієнтації для підлітків «Magellano Університет», розроблену італійською компанією «Giunti Psychometrics». Методику «Magellano Університет» визнано в Європі та сертифіковано в Україні.

Центр освіти «Global» (www.20globalschool.com/) використовує принципово нові передові європейські методи навчання на основі відомої світової навчальної платформи «MOODLE». За основу взято методику

навчання, яка значно підвищує рівень засвоєння навчального матеріалу та привчає учнів до самодисципліни. Ця система освіти навчає мислити та аналізувати і, як наслідок, успішно готує учнів до реального життя та усвідомленого вибору професії.

Державної служби зайнятості «Профорієнтація та розвиток кар'єри» та її мобільну версію (<http://profi.dcz.gov.ua/>, далі – Платформа). На Платформі особи, які потребують профорієнтації, у дистанційному форматі, без відвідування центру зайнятості, здійснюють самостійну профорієнтацію, проходять психологічне тестування за тестами з вибору професії та діагностики навичок, отримують результати та відповідні рекомендації у онлайн форматі.

У державній службі зайнятості запроваджено такі сучасні формати обслуговування населення, як майстер-класи, тренінги, вебінари, індивідуальні онлайн профконсультації.

Проводиться комплексна робота з профорієнтації учнівської та студентської молоді щодо формування усвідомлених підходів до вибору майбутньої професії, планування професійної кар'єри та розвитку затребуваних на ринку праці навичок. Проводиться профінформаційна робота з учнями старших класів, роз'яснювальна робота з батьками, методична робота з педагогічними працівниками та заходи з розвитку практичних навичок.

Надається методична та консультативна допомога викладачам, психологам закладів освіти та батькам щодо профорієнтації молоді.

Окрім молоді профорієнтаційні послуги надаються іншим категоріям населення, які потребують допомоги у професійній та соціальній адаптації.

На центральному та регіональному рівнях функціонують окремі відділи організації профорієнтації. В центрах зайнятості та філіях на базовому рівні послуги з профорієнтації надають фахівці відділів соціальних послуг та відділів активної підтримки.

Цілі необхідні з метою подолання проблем, зазначених вище, задля досягнення поставленої мети, необхідно рухатися вперед, підвищувати фаховий рівень спеціалістів, розширити перелік послуг, запроваджувати нові форми

роботи, вдосконалювати вже існуючі, діджиталізація основних частин послуг, знаходити інноваційні методи обслуговування клієнтів центрів зайнятості.

Отже, виокремимо 3 основні цілі професійної орієнтації молоді до 2030 року:

1. Осучаснення профорієнтаційної роботи в умовах карантину та пристосування до дистанційного формату.

Модернізація системи професійної орієнтації сприятиме зміцненню взаємозв'язків ринків праці та освіти, досягненню балансу між інтересами громадян та потребами економіки.

2. Створення умов для розвитку Soft skills молоді.

В сучасному світі для успішної реалізації кар'єри недостатньо просто володіти професійними якостями необхідно приділяти велику увагу також м'яким навичкам. Soft skills є універсальними якостями людини, завдяки яким вона може доповнювати свої hard skills для професійного росту в власній сфері діяльності.

Створити курси з розвитку даних навичок, для молоді. Запрошувати експертів та проводити майстер-класи в школах та вищих навчальних закладах.

3. Надати молоді можливість опанувати практичний досвід майбутньої професії.

Практичний досвід є надважливим для молодих фахівців, які тільки починають свій кар'єрний шлях та школярів, які мають на меті визначитися з подальшою професією. Можливість надавати школярам спробувати дізнатися про їх майбутню професію на практичних заняттях, майстер-класах, надання можливості спробувати себе в цій сфері.

Впровадження Стратегії має на меті забезпечення державною службою зайнятості конкурентоздатних профорієнтаційних послуг, сприяння професійному самовизначенню особи на підставі її інтересів та здібностей професійному розвитку впродовж життя відповідно до кон'юнктури ринку праці, попередження безробіття, прискорення працевлаштування безробітних.

Досягненню означених цілей та підвищенню ефективності національної системи професійної орієнтації населення сприятиме реалізація таких кроків:

- розроблення та впровадження модерних підходів до змісту та форм профорієнтаційної роботи з різними віковими категоріями населення, у тому числі й соціально вразливими верствами населення (безробітні, особи з інвалідністю, ветерани, пенсіонери тощо);
- задоволення кадрової потреби системи професійної орієнтації у кваліфікованих кар'єрних радниках та консультантах з професійного самовизначення шляхом забезпечення якісної професійної підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації;
- розширення мережі онлайн послуг з професійної орієнтації, спрямованої на регіональні та локальні потреби ринків праці з урахуванням інтересів і запитів прямих та непрямих споживачів (учні шкіл, батьки, молодь, доросле населення).
- модернізація профорієнтаційних послуг. Підвищення мобільності (електронні бази даних для профорієнтаторів). Забезпечення фахівців центрів зайнятості, які працюють на виїзних заходах в громадах планшетами з доступом до інтернету для оперативної роботи, опрацювання потреб ринку праці об'єднаних територіальних громад, повноцінного використання сформованої бази резюме, відео резюме, вакансій, проведення профорієнтаційного тестування, використання баз даних.

Профорієнтаційна послуга має стати доступною, відповідати європейським та національним стандартам якості і надаватися не тільки в процесі прямого спілкування, а й онлайн, з використанням найпрогресивніших ІТ-технологій.

План досягнення зазначених цілей професійної орієнтації молоді до 2030 року:

1. Стандартизація послуг з профорієнтації населення у державній службі зайнятості. На часі розроблення чітко визначених розроблення Стандартів послуг з профорієнтації, та їх узгодження з міжнародними та національними нормами надання соціальних послуг. Такими стандартами повинні стати:

- задоволення потреб клієнтів;
- розробка чіткого плану дій із забезпечення якості послуг і високих результатів;
- опанування кожним співробітником СЗ методів і засобів надання якісних послуг;
- узгодження з роботодавцями параметрів послуг, які вони бажають отримати;
- гарантії керівництва СЗ за надання послуг високої якості.

Це сприятиме:

- оперативному реагуванню на потреби клієнтів;
- реформуванню внутрішньої архітектури управління в центрах зайнятості;
- покращанню комунікативних навичок фахівців СЗ.

2. Розвиток інструментарію для надання профорієнтаційних послуг населенню із застосуванням сучасних інформаційних технологій.

З метою розвитку інструментарію для задоволення інформаційних потреб користувачів, які обирають професію, потребують розвитку кар'єри, вдосконалення навичок з пошуку роботи, бажають пройти тестування з профорієнтації, а також для зручності та швидкого орієнтування у профорієнтаційному онлайн просторі необхідно модифікувати Платформу.

Це сприятиме:

Наповненням контенту Платформи, у т.ч. створення електронних баз даних інформаційних і професіографічних матеріалів та інтегрування існуючих інформаційних матеріалів і програм.

Інформація щодо профорієнтації та навчання стане системоатезована та легкодоступна.

Планується наповнити Платформу такими розділами:

Інформаційні блоки:

- «Перевір свої м'які навички (тести soft skills)»;
- «Ким я можу бути? Пройди профдіагностичний тест»;
- «Де навчатися?» (посилання на бази даних: ЦПТО ДСЗ, Єдина державна електронна база з питань освіти - ЄДЕБО, База закладів освіти для організації професійного навчання зареєстрованих безробітних);
- «Отримуй знання дистанційно» (вебінари, майстер-класи, конспекти, навчальні ролики та посилання на Освітній портал ДСЗ, інші сайти, на яким можна безкоштовно отримати освітні послуги);
- «Цікаво про професії» (відео, книги, статті, Атлас професій, професії майбутнього, професії що зникають);
- «Допомога профконсультанта (психолога)» (відповіді на запитання шляхом листування; Skype та/або онлайн чат, тощо);
- «Цифровий банк інформаційно-методичних матеріалів» (методична література та поради психологам/профконсультантам/кар'єрним консультантам).

Розглянемо ефект від даних пропозицій:

На сьогоднішній день більше половини молодих українців мають 16,8% - тимчасову, з запровадженням даних цілей планується зниження цього показника до 11%. 22% молоді працює без офіційного оформлення або мають тимчасовий договір на виконання робіт чи надання послуг, планується зниження даного показника до 15%. Разом з тим, майже 60% молодих людей в Україні працюють не за фахом, з використанням запропонованих цілей планується зниження даного показника до 45%. При цьому 20,3% громадян України працює за межами держави, але планують зниження даного показника до 17%. Також головний ефект впливу запропонованих цілей це підвищення показників постійно зайнятого населення в Україні на 21%. Допомога та напрям при визначенні майбутнього фаху роботи молодого населення, та досягнення підвищення показника населення, які працюють за фахом.

3.2. Перспективні напрями поліпшення умов професійної орієнтації та зайнятості населення в Україні

Враховуючи світовий досвід стратегічного розвитку підприємств, активним шляхом залучення додаткових спеціалістів із високим рівнем продуктивності, може стати розвиток івент-менеджменту безпосередньо на підприємстві.

Підприємці можуть використовувати івент-заходи, щоб в привабливій атмосфері створити у споживача емоційну прив'язку до продукту. Для досягнення цієї мети, як організуються нові івент-заходи, так і використовуються вже існуючі (за допомогою спонсорської підтримки).

Якщо ж подивитися на словосполучення «подієвий менеджмент» в його прямому значенні, то «івент-менеджмент» дослівно означає «Управління подією». Однак, з огляду на зазначені вище підходи, можна стверджувати, що подієвий менеджмент більш багатоаспектний, комунікаційний інструмент.

Він є своєрідною технологією доведення потрібної інформації до громадськості та впливу на неї з метою спонукати діяти в потрібному напрямку. Подія в цьому сенсі виступає постановкою, зі своїм сценарієм і механізмами впливу.

Організація заходів включає в себе діяльність з планування, організації, проведення та контролю різних подій. Це складний багатоетапний процес, який починається із зустрічі з клієнтом, а закінчується збором зворотного зв'язку.

Існує кілька класифікацій видів заходів. Один з найпростіших розділяє івенти на дві категорії: розважальні та ділові.

Розважальні - це корпоративні свята, командні заходи.

До другого типу відносяться бізнес семінари, конференції, форуми, майстер-класи.

Інша класифікація, представлена на рис. 3.1 розділяє заходи на п'ять видів.[55]

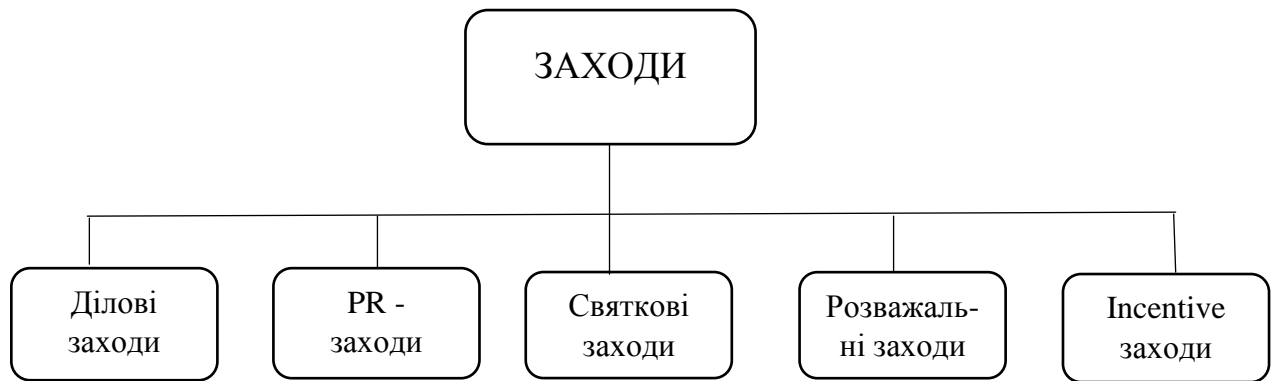


Рис. 3.1. Класифікація заходів

*Складений автором на основі [55]

У цій класифікації до ділових заходів відноситься цілий ряд різноманітних форматів: бізнес-сніданки, семінари, конференції, симпозиуми, професійні тренінги, конгреси, збори акціонерів/керівників, прес-конференції, відеоконференції, виставки, VIP-заходи, майстер-класи, вебінари, круглі столи.

PR-заходи спрямовані на просування якогось товару. Формати різноманітні: прес-конференції, брифінги, бізнес сніданки/ланчі/вечері, екскурсії, заходи спрямовані на комунікацію зі ЗМІ, презентації нових товарів, просування і подібні.

Святкові заходи – це заходи, які приурочені якоюсь особливою датою. Сюди відносяться ювілеї, корпоративи, весілля, церемонії відкриття, випускні і так далі.

Розважальні заходи в першу чергу спрямовані на дозвілля, яке може бути не прив'язане до певної дати. Сюди відносять: концерти, спортивні змагання, презентації, модні покази, командні виїзди, маскаради, бали, карнавали, урочисті вечори, масові заходи, розважально-музичні програми, конкурси тощо.

Остання категорія – incentive заходи – це стимулюючі (Англ. «Incentive») виїзні програми. В англійській мові його сенс можна перевести як «заохочувальні поїздки для співробітників, партнерів і клієнтів». Ця область найновіша для української індустрії подій, і вона з кожним роком зростає все

більше. Існують івент агентства, які спеціалізуються тільки на цьому виду заходів.

Одна з класифікацій івентів передбачає поділ заходів на групи:

- культурні урочистості: фестивалі, карнавали, пам'ятні церемонії, релігійні свята;
- мистецтво і розваги: концерти, церемонії;
- розважальні: спортивні ігри для розваги;
- політичні і державні: саміти, політичні події, візити VIP-персон;
- освітні і наукові: конференції, семінари, практичні заняття;
- приватні івенти: весілля, вечірки, зустрічі;
- бізнес і торгівля: зустрічі, наради, ярмарки, виставки;
- спортивні змагання: серед професіоналів та любителів для глядачів і учасників.

Оцінка ефективності заходу:

Головною метою відкритих заходів є непряме або безпосереднє отримання прибутку учасниками, для цього показником може служити відвідуваність, змінюваність і середня чисельність відвідувачів.

Всі необхідні показники та формули для оцінки чисельності відвідувачів і тривалості заходу представлені в табл. 3.1. Дані параметри можна використовувати як для розрахунку щодо всього заходу, так і по окремих його частинах, днях і місцях. Завдяки їм можна дізнатися основні зони з високою чисельністю людей («центри тяжкості») і зони з високим ступенем використання місткості («вузькі місця»). [48]

Таблиця 3.1

Показники оцінки чисельності відвідувачі

Позначення	Формула і умови	Значення
1	2	3
V – тривалість заходу	Дія	Орендна плата, витрати на одну особу, програма
K - місткість	Максимальна кількість відвідувачів	Орендна плата, страхування,

		безпека, інфраструктура
G - загальна чисельність відвідувачів	Кількість всіх відвідувачів	Вхідні квитки, в'їзд транспортних коштів

Закінчення табл. 3.1

1	2	3
B - кількість людин та годин	Сума часу присутності всіх відвідувачів	Присутність, споживання
S - пікова чисельність відвідувачів	$M \leq S \leq K$ $M \leq S \leq G$	Використання місткості, безпека, послуги
t_m - середня тривалість перебування	$t_m = B / G \leq V$	Характер заходу з точки зору відвідувачів
M - середня чисельність відвідувачів	$M = B / V = G * t_m / V$	Використання місткості
r - відносна тривалість перебування	$r = t_m / V = M / G$	Співвідношення точки зору відвідувачів і заходу в цілому
Q - мультиплікатор відвідувачів	$Q = G / M = 1 / r$	Досягнення мети окремих частин заходу
W - коефіцієнт змінюваності	$W = G / S$	
s - пікове використання місткості	$s = S / K \leq 1$	Успіх, використання всіх можливостей
m - середнє використання місткості	$m = M / K \leq S$	
q - частка використання місткості	$q = G / K = Q * m = m / r$	Чисельність відвідувачів по відношенню до місткості.

*Складений автором на основі [48]

Організація івент-подій - це складний багатоетапний процес, який вимагає взаємодії івент-компанії і замовника, а так же івент-компанії і підрядників. Організацію подій так само називають івент-менеджмент. Халцбаур так описує івент-менеджмент:

«Івент-менеджмент включає в себе всі плановані, що організуються, контрольовані і керовані заходи, які необхідні для проведення виняткового, єдиного в своєму роді заходи - івенту».

Процес організації івенту можна розділити на п'ять основних етапів:

Перший етап - планування заходу замовником. Як вже було зазначено вище, цілі заходу можуть бути зовнішні (відношення з партнерами і клієнтами) і внутрішні (відносини в колективі). Залежно від того, яку сферу компанія хоче підтягнути і яких результатів очікує в кінці, відбувається рішення про захід. Завдання ставляться виходячи з мети. Рішення про проведення заходу дається зверху, від керівника, начальника відділу зв'язку з громадськістю чи іншої профільних фахівець топ-менеджменту компанії. Далі визначається дата, бюджет та інші аспекти.

На основі цих рішень складається технічне завдання, яке потім відправляється декільком івент-агентствам, іноді формат технічного завдання є простий діловий лист з датою, форматом і кількістю гостей, але без вказівки точного бюджету. Таке завдання фахівці вважають недостатнім, оскільки надалі конкурс може бути неточним. Для кращого розуміння можливостей різних фірм слід вказувати точний бюджет заходу вже в завданні.

Другий етап - це підготовка тендера і вибір виконавця. Багато компаній обираючи виконавця для організації своїх заходів використовують тендери. Своє бачення свята івент-компанії викладають в вигляді комерційної пропозиції. Івент-компанії часто вдаються до бриф опитувальником, щоб з'ясувати деталі заходу і що компанія хотіла б на ньому бачити, з цього формуючи свою пропозицію.

У комерційній пропозиції, відбивається концепція заходу, його творча складова, принципи підготовки і проведення, правила проведення свята, формується внутрішній простір і час заходу, а так само вказується приблизна вартість його проведення.

Третій етап - розробка сценарію і затвердження бюджету. На цьому етапі йде узгодження комерційної пропозиції з урахуванням побажань замовника і формується фінальний бюджет заходу. Для роботи над проектом івент-компанія виділяє одного куратора (провідного менеджера), який узгоджує роботу з замовником, а так само з підрядниками.

Це самий тривалий і трудомісткий етап організації заходу. Насамперед, після узгодження концепту, обирається майданчик. Вибір майданчика - дуже відповідальний процес, один з ключових, хоча сама по собі майданчик події не зробить. Але може вплинути на його рівень.

Етап четвертий - реалізація проекту. Цей етап вимагає чіткої і злагодженої роботи виконавця і його підрядників. На початку етапу проводиться розсилка запрошень гостям, або анонс заходу, прес реліз для ЗМІ. Розклад дня заходу варіюється від його виду, але зазвичай складається з чотирьох етапів: відкриття, основна дія, кульмінація і закриття.

Етап п'ятий - закінчення проекту, підведення підсумків. На цьому етапі підписується фінальний бюджет і акт здачі-приймання наданих послуг, проводиться остаточна оплата послуг виконавця. На цьому ж етапі може проходити збір зворотного зв'язку, надання відео та фото матеріалів замовнику.

У процесі планування та підготовки івенту компанії доводиться приймати рішення з усіх аспектів заходу. У Додатку Б представлена схема з питаннями, на які необхідно відповісти в процесі планування івенту.[46]

Розвиток івент-індустрії

На Заході івент-індустрія вже давно характеризується, як активно розвинута індустрія, там існує чимало професійних івент-партнерств і MICE-асоціацій. У США івент-технології в індустрії маркетингу вже переважають над мас-медіа. За останні 20 років курси івент-менеджменту почали входити в програми навчання багатьох зарубіжних університетів і бізнес-шкіл. Міжнародне івент-спільнота протягом значного часу працює над створенням і розвитком міжнародних стандартів, забезпечують єдине розуміння професії, суми знань і навичок її складових.

Експерти виділяють такі особливості ринку івент-послуг в Україні:

- найбільша прибутковість корпоративних замовлень, в порівнянні з індивідуальними;
- істотно менша схильність кризи з боку індивідуального попиту в порівнянні з корпоративним;

- зростання попиту на оригінальні події від індивідуальних замовників;
- збільшення числа універсальних незалежних івент-агентств, створення мереж;
- поява західних операторів, зацікавлених у виході на український ринок;
- швидкий відсів «слабких гравців» ринку;
- підвищення якості пропонованих послуг;
- розширення спектру послуг, що надаються агентствами;
- зростання спеціалізації івент-агентств, що може розглядатися, як доказ професіоналізації і відповідно розвитку.

Абревіатура MICE позначає чотири різні категорії виїзних заходів. Для кожної з цих категорій стандартні кілька з перерахованих цілей.

Meetings - Зустрічі, стратегічні наради, переговори, презентації, збори директорів і т.д. Кількість учасників: від 10 до 250 чоловік.

Incentives - заохочувальна поїздки, мотиваційні програми, стимулювання лояльності Партнерів, співробітників, дилерів. Учасники: від 10 до 80 осіб.

Conferences / Conventions - продажу, партнерські, виїзні конференції компаній і т.д. Аудиторія: від 50 до 5000 людина.

Events - подієвий туризм, корпоративні події. Аудиторія: від 50 до 5000 учасників.

В Таблиці 3.2 вказані характерні цілі для кожного з видів виїзних заходів.

Таблиця 3.2

Цілі MICE – заходів

Meeting	Incentive	Conferences/ Conventions	Events
1) Підвищення ефективності роботи 2) Підведення підсумків / постановка нових задач 3) Мотивація компанії учасникам 5) Презентація	1) Заохочення 2) Зміцнення / підвищення лояльності 3) Мотивація на успіх / на конкретну мету 4) Зміцнення командного духу	1) Підвищення ефективності роботи 2) Підведення підсумків / постановка нових задач 3) Мотивація 4) Зміцнення / підвищення лояльності	1)Зміцнення / підвищення лояльності 2) Створення атмосфери для неформального спілкування 4)Презентація сервісів / послуг

сервісів / послуг / продуктів 6) Навчання / Тренінгові активності 7) Створення атмосфери для спілкування 8) Вирішення внутрішніх конфліктів 9) Заохочення кращих 10) Демонстрація сильних сторін компанії	5) Створення атмосфери для неформального спілкування	компанії учасниками заходів 6) Презентація сервісів / послуг / продуктів 7) Навчання / Тренінгові активності 8) Зміцнення командного духу 9) Створення атмосфери для неформального спілкування 10) Вирішення внутрішніх конфліктів 11) Заохочення кращих 12) Демонстрація сильних сторін компанії	/ продуктів 5) Зміцнення командного духу 6) Заохочення
--	--	--	--

*Складений автором

Отже, конференції, концерти, спортивні заходи, виставки та фестивалі можуть запропонувати широкий спектр вигідних пропозицій для публіки і економічних вигідних пропозицій для місцевої громади. Однак проведення івенту також може привести до негативних економічних, екологічних і соціальних наслідків, таким як відходи, підвищене споживання енергії і навантаження на місцеве населення. ISO є базою для визначення потенційно негативних соціальних, економічних та екологічних впливів від заходів, для усунення або зменшення

Необхідно також зазначити, що просування event-менеджменту у віртуальний простір Інтернету є загальносвітовою тенденцією, яка чітко простежується і в Україні. Так, станом на 2020 рік аудиторія українських користувачів Інтернету становила 21,1 млн осіб (користувачі віком від 14 років). У порівнянні з 2019 роком кількість користувачів зросла на 3,6 млн осіб, або на 29,5%. Це свідчить про розширення мережі Інтернету в усіх регіонах України.

Відбувається й певне гендерне вирівнювання складу користувачів Інтернету. Так, у 2020 році чоловіки становили 58%, жінки – 42% загальної кількості користувачів. Віковий та освітній склад користувачів Інтернет подано на рис. 3.3.

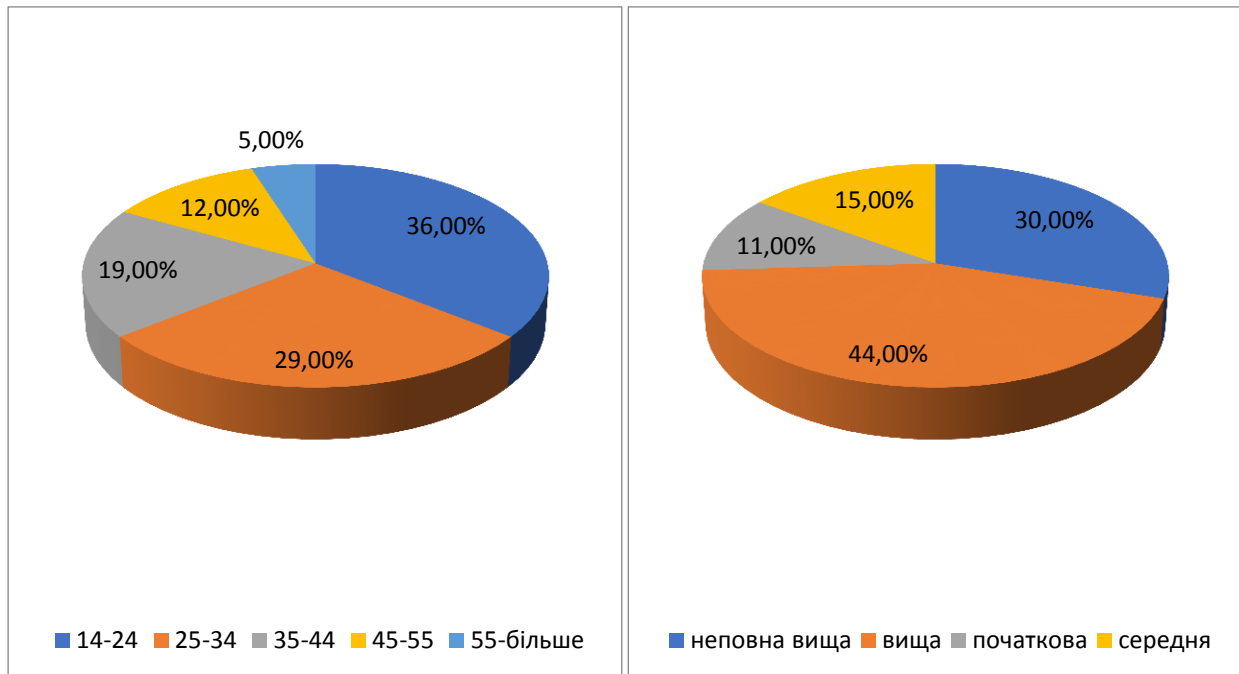


Рис. 3.3. Вікова структура та структура користувачів Інтернету за рівнем освіти

*Складений автором на основі [57]

Географічний розподіл українських користувачів Інтернету свідчить, що найбільш активними є Київ і Київська обл. – 41% аудиторії, за ними йдуть області Сходу України (Донецька, Дніпропетровська, Луганська, Харківська) – 26%, далі розташувалися: Південь (Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Одеська області, Автономна Республіка Крим) – 16%, Захід (Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька області) – 10%, Центр (Черкаська, Кіровоградська, Полтавська, Вінницька області) – 5% і Північ (Сумська, Чернігівська, Житомирська області) – 2% [57].

Отже, професійній орієнтації молоді може посприяти ефективна діяльність компанії на ринку, завдяки оптимальному узгодженню економічних інтересів суб'єктів ринку. Реалізуючи засоби event-менеджменту до управління

підприємством компанії можуть здійснювати професійну орієнтацію у мережі шляхом побудови та реалізації стратегії Інтернет-маркетингу.

Інтегруючи Інтернет-маркетинг та традиційний маркетинг компанію може досягнути синергетичного ефекту та сприяти ефективнішому досягненню поставлених цілей. Розглянемо цілі та напрямки стратегії діяльності підприємства в мережі Інтернет [58].

Таблиця 3.3

Стратегії івент-діяльності підприємств по пошуку працівників та їх професійної орієнтації

Стратегія компанії	Інструменти реалізації
Залучення працівників	Вивчення рівня безробіття та очікуваного рівня заробітної плати безробітних, їх рівня кваліфікації та освіти
	На основі пошукових запитів працівників – зв'язатися із ними
	Обговорити очікуваний рівень заробітної плати
	Створення вакансій та запрошення на співбесіду
	Банерна, контекстна, пошукова, е-мейл реклама, на профільних сайтах та ін..
	Соціальний медіа маркетинг, побудова відносин з потенційними робітниками
Утримання працівників	Пошукові запити, скарги та пропозиції клієнтів, сервісна підтримка.
	Персоналізація бренду компанії, підтримка відносин зі споживачами завдяки медіа маркетингу
	Акції та знижки в Інтернет-магазинах, обмежені у часі цінові пропозиції та ін..
	Розміщення реклами посередників на сайтах виробників, рекомендація посередників через медіа маркетинг та ін..
Співпраця та кар'єрний ріст	Підтримка та навчання спеціалістів
	Формалізоване та неформалізоване опитування на сайті компанії рівнем задоволеності умовами роботи та визначення перспективних напрямів покращення умов співпраці
	Аналітика FAQ, кастомізація, неформальне спілкування за допомогою СММ.

*Складений автором

Як бачимо івент-технології відкривають широкі можливості для реалізації професійної орієнтації, і як наслідок оптимального узгодження економічних інтересів суб'єктів ринку.

Слід також відмітити наступне: останнім часом спостерігається зростання користування мобільними пристроями та додатками для пошуку роботи.

Значну роль у розвитку ринку праці починають відігравати соціальні мережі. Так під впливом їх розвитку, користувачі соціальних мереж

взаємодіють між собою не лише переслідуючи приватні інтереси, а й спілкуються на соціально-економічні теми, включаючи і придбання товарів та тонкощі, що з ними пов'язані.

Разом з тим, збільшується не тільки число користувачів соціальних мереж, а й частота їх використання вже існуючих користувачів (рис.3.4) [57].

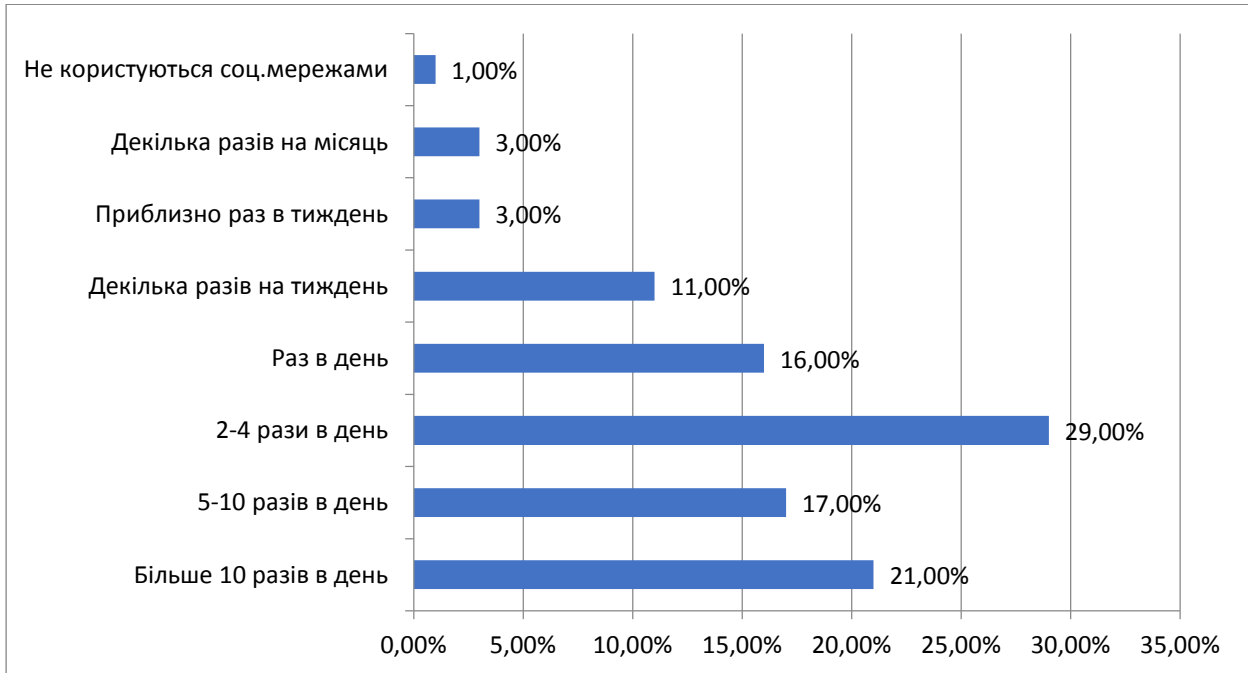


Рис.3.4. Частота використання соціальних мереж в Україн]

*Складений автором на основі [57]

З наведених даних видно, що майже третина користувачів заходить в свій акаунт в соціальних мережах від 2 до 4 разів на день, а приблизно кожний п'ятий користувач відвідує їх більше 10 разів на день. В соціальних мережах утворюються співтовариства, в яких взаємодіють споживачі, комунікаційна складова яких має вплив на споживання товарів. Широко обговорюються товари та їх виробники, доцільність придбання та якість обслуговування різних постачальників. Багато із споживачів здійснює покупки під впливом рекомендацій чи відгуків про даний товар. Це визначає необхідність роботи виробників та постачальників з соціальними мережами, поширюючи необхідну комунікацію серед мереж [57].

Збільшується не лише присутність потенційних працівників із високим рівнем кваліфікації в соціальних мережах, а й активність роботодавців,

оскільки соціальні мережі є новим плацдармом для event-менеджменту та подальших взаємовідносин. Тим паче сьогоденні умови все ширше розвивають середовищем роботи на віддалених доступах вдома.

Соціальні медіа можна поділити на: соціальні мережі, блоги, мікроблоги, соціальні вкладки, соціальні новини, підкасти, веб-форуми, геосоціальні мережі. Їх класифікація та характеристика наведена в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Інтерпретація та класифікація видів соціальних медіа

Вид 1	Інтерпретація 2	Класифікація 3
Соціальні мережі	можливість користувачів організувати спільноти відповідно до сфери та роду діяльності	Facebook, LinkedIn, MySpace, MailRu Агент
Мікроблоги	можливість користувачів залишати записи у вигляді короткого оновлення свого статусу, що передбачають обмеження щодо обсягу тексту	Google+, Twitter, Me2day, Futurbra, FriendFeed
Фото- та відеосервіси	можливість користувачів ділитися своїми фотографіями та відеофайлами із всім світом, та функціонувати спільно із соціальними мережами.	Instagram, YouTube, RuTude, Dailymotion, Flickr
Соціальні вкладки	можливість користувачів зберігати посилання на цікаві сайти, ділитися ними з друзями та отримувати до них доступ зі сторонніх комп'ютерів.	Mister Wong, Delicious, Habrahabr
Соціальні новини	можливість користувачів збирати посилання на події, статті, зображення, опубліковані в мережі Інтернет. Усі новини оцінюються їх користувачами і найбільш популярні відображаються на головній сторінці ресурсу.	Pikabu, Chuv.com.ua, Newsland, Digg, Reddit
Веб-форуми	можливість користувачів обговорювати певні тематичні питання	BbPress, FluxBB, FudForum, Ikonboard
Геосоціальні мережі	можливість користувачів за допомогою своїх мобільних телефонів, смартфонів чи комунікаторів відмічати місця, які вони відвідують щодня, або відвідували колись	AlterGeo, Google Locator, Foursquare

*Складений автором

Таким чином, найбільш привабливими соціальними медіа є соціальні мережі (Facebook), блоги (LiveJournal, Blogger, Wordpress) та сервіси мікроблогінгу (Twitter, Google+, FriendFeed), а також сайти фото- та відеосервіси (Youtube, Flickr, Instagram).

Тому використання соціальних мереж має бути спрямована на розвиток та удосконалення професійної орієнтації працівників.

Окрім он-лайн інструментів професійної орієнтації молоді, слід організовувати івенти для реального простору молоді та співставляти такі події для їх подальшої професійної орієнтації. З огляду на це, важливим кроком може стати організація мистецького простору для молоді, де будуть проходити конференції з питань професійної орієнтації.

Мистецький простір для молоді «Диво-місце» планується організувати у м. Києві, зокрема на території ВДНГ (Національний комплекс «Експоцентр України») у окремому павільйоні та території навколо нього.

Адреса: м. Київ, проспект Академіка Глушкова, 1.

Доїхати сюди можна на метро (станція «Виставковий центр»); тролейбусами №11, 12, 43; маршрутними таксі №212, 416, 444, 507; автобусом №1. Недалеко від виставкового комплексу знаходиться парк «Голосіївський», ботанічний сад і монастир Голосіївська пустинь.

Мистецький простір для молоді «Диво-місце» буде організовано у павільйоні №12. Цей павільйон є прозорим та не розділений на кімнати, має високі панорамні вікна. Поряд із павільйоном є трав'яна галявина, яка теж буде використана у проекті.

Внутрішня частина буде поділена на зони, які плавно переходитимуть одна від одної та перегороджені легкими завісами. Вулична зона буде обладнана необхідними реквізитами, залежно від тематики, та використовуватиметься лише у весняно-літній період.

Зонування Мистецького простору «Диво-місце» представлено на рис. 3.5. Загальна площа Мистецького простору сягає 12 000 м².

Починається «Диво місце» із вуличної зони, де у денний період організовано крісла-мішки, закуски, морозиво, грає легка музика. Вдень молодь може просто розслабитися, перекусити, поспілкуватися один з одним.

Ввечері зона переобладнується для перегляду у зону «Театр а вулиці» чи «Кіно на вулиці», адже на території є невелика сцена та полотно для перегляду

фільмів, відеороликів, наукових конференцій тощо. Вулична зона має бути обладнана USB-лавками із можливістю під'єднати мобільний телефон чи ноутбук.

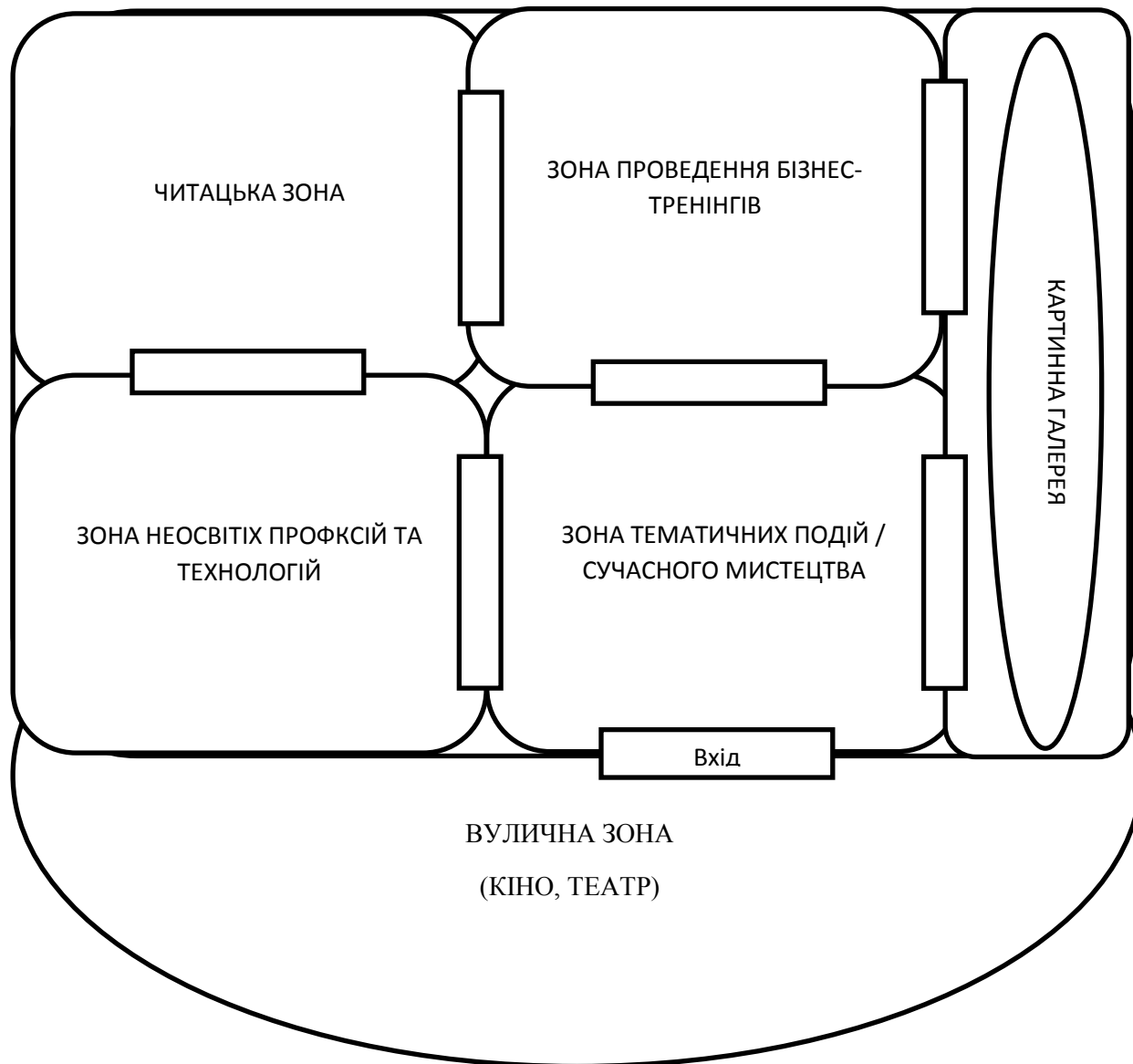


Рис. 3.5. Зонування Мистецького простору «Диво-місце»

*Складений автором на основі [57]

Із вуличної зони відразу потрапляєш у зону тематичних подій. «Зона тематичних подій» організовується та прикрашається в залежності від події яка має статися найближчим часом. Наприклад: новорічні свята, свята весни, літні свята, знакові історичні події, знакові події міжнародного характеру тощо. Тут

молодь може зробити фото, залишити речі, зібратися, поспілкуватися із іншими тощо.

Із цієї зони організовано перехід у зону неосвітніх професій чи технологій. Дана зона є вузькою, рух по ній організовано у круговому порядку, щоб відвідувачі мали можливість познайомитися із усіма пропозиціями. Організація зустрічей роботодавця із студентом також проходить у цій зоні. На мистецький простір запрошують представників компаній різних галузей. Ці компанії демонструють відкриті вакансії та можуть проводити співбесіди із студентами та молоддю.

Із цієї зони є можливість потрапити у зону проведення бізнес-тренінгів чи знову повернутися у «Зону тематичних подій» для подальшого переходу в інші зони.

«Зона проведення бізнес-тренінгів» передбачає організацію процесів навчання. Вона обладнана зручними сидіннями із широкими підлокітниками, для того щоб була можливість щось занотувати. В зоні також є невелике підвищення, яке слугує сценою для виступаючого. В зоні є проектор та полотно, для показу інтерактивних матеріалів. Зона є досить просторою. Для того, щоб не заважати чи відволікати відвідувачів інших зон, коментування проходить у мікрофон, який транслюється у навушники кожного відвідувача.

Читацька зона обладнана полицями для книг та кріслами-мішками. Тут молодь може почитати новинки світової та вітчизняної літератури, взявши їх в оренду, може читати свої книжки чи проводити обмін книжками один з одним. У зоні є полиця «Обмін книжками», де молодь може анонімно поділитися книгою із наступним відвідувачем. У вечірній період є можливість організації літературних вечорів, сучасні поети читатимуть свої поезії чи прозові твори для аудиторії.

Квиток для відвідування цієї зони можна купити в Інтернеті чи у касі біля павільйону. Квиток діє на всі зони «Мистецького простору». Весь мистецький простір буде підключено до зони вільного Wi-Fi. Із будь якої зони буде можливість під'єднатися до інтернету.

Діяльність Мистецького простору» майже не прив'язана до погодних умов, за виключенням тієї зони, що організована на вуличній частині. Заходи організовуються цілий рік.

У проектах Мистецького простору для молоді «Диво-місце» порушуються й дебатовуються питання, важливі для суспільства, надається простір для вільного творення щодо майбутнього працевлаштування безробітних, піднімаються питання актуальних професій, дефіцитів та профіцитів працевлаштування тощо.

Мистецький простір для молоді інтегрує та розвиває різні прошарки молоді, дає можливість розвивати та розвиватися, є центром мистецтва та культурної практики тощо. Інтеграція відбувається через зони, які постійно взаємодіють між собою.

Мистецький простір для молоді виступає як медіатор між фахівцями і широкою громадськістю – пояснює і розповідає про актуальні питання на ринку праці, піднімає питання розвитку молоді, дозволяє поєднувати процес працевлаштування та професійної орієнтації молоді із культурними і суспільними явищами, їх причинами і траєкторіями. Це майданчик освіти, професійної орієнтації і взаємодії для молодих людей.

Організація «Мистецького простору для молоді «Диво-місце» є важливим кроком у розвитку професійної орієнтації сучасної молоді. Адже це прогресивний молодіжний освітній центр та платформа для комунікації молоді міста.

Простір є відкритим для кожного, хто має чим поділитися з молодіжною аудиторією міста. Для проведення заходу достатньо буде лише узгодити формат та час заходу з адміністратором.

Важливою умовою розвитку даного проекту є ефективна організація послуг зовнішніх постачальників. Отож, перелік необхідних послуг та рівень витрат на їх реалізацію проекту «Мистецький простір для молоді «Диво-місце» представлено у табл. 3.5.

Планові закупівлі «Мистецького простору для молоді «Диво-місце»

Назва ресурсу	Вартість, тис.грн	%
1	2	3
Послуги охорони	240,0	15,10
<u>Технічна підтримка автоматизованої електронної системи продажу квитків</u>	42,0	2,64
<u>Послуги з друку запрошень</u>	8,6	0,54
<u>Виготовлення та поставка рекламних матеріалів (фотошпалери)</u>	40,2	2,53

Закінчення табл. 3.5

<u>1</u>	2	3
<u>Послуги з друку брендваної поліграфічної продукції</u>	34,1	2,15
Послуги у сфері інформатизації обслуговування та підтримки програмного забезпечення	80,0	5,03
Послуги з технічного обслуговування приладів водопостачання та водовідведення	5,5	0,35
Послуги по залученню пожежних автомобілів для забезпечення пожежної охорони об'єкта під час проведення культурно-масових заходів	77,5	4,88
Послуги з фотозйомки культурно-мистецьких заходів, проектів і подій	32,1	2,02
Електричні послуги	288,8	18,17
Послуги водопостачання та водовідведення	80,2	5,05
Послуги з декорування та ремонту	210,0	13,22
Купівля основних засобів та обладнання	450,0	28,32
Всього	1589,0	100,0

*Складений автором на основі [57]

Отож, плановою сумою витрат на організацію діяльності Мистецького простору для молоді «Диво-місце» є 1589,0 тис.грн. Найбільшу питому вагу у структурі витрат займають витрати на охорону, електроенергію, послуги декорування і ремонту та придбання основних засобів.

Також слід оцінити рівень державного фінансування такого напряму у розрізі областей (рис. 3.6).

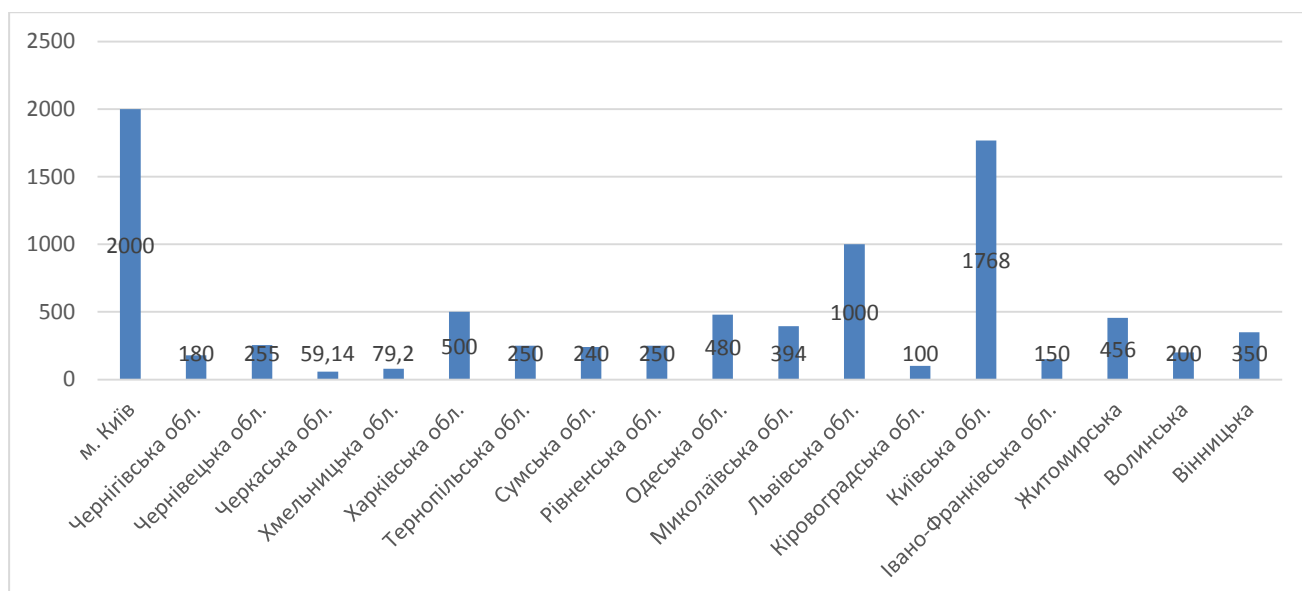


Рис. 3.6. Рівень державного фінансування молодіжних напрямів в Україні, тис.грн

*Складений автором на основі [57]

Таким чином, найбільше фінансується за рахунок державного бюджету молодіжні рухи у Київській області, у м. Києві, та у Львівській області. Відповідним чином, найбільше Мистецьких просторів для молоді організовано саме в цій області.

На рис. 3.7 наведено інформацію про частку ринку найбільших Мистецьких просторів для молоді в Україні.

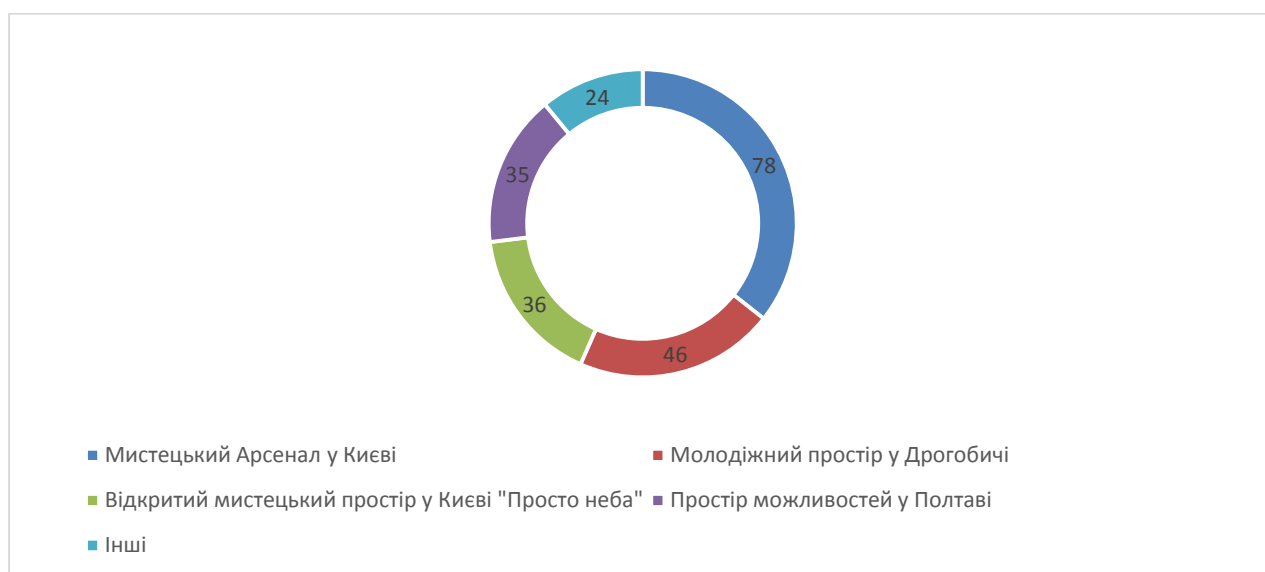


Рис. 3.7. Топ Найбільших мистецьких просторів для молоді в Україні у 2019 році

*Складений автором

Найбільшим Мистецьким простором в Україні сьогодні вважається Мистецький Арсенал. Мистецький арсенал є флагманською українською інституцією культури, яка у своїй діяльності інтегрує різні види мистецтва – від сучасного мистецтва, нової музики й театру до літератури та музейної справи. Враховуючи таку ідею, виникає думка поєднати мистецькі простори для молоді із процесом професійної орієнтації.

Отож, місією мистецького простору професійної орієнтації молоді – поєднати модернізацію українського суспільства та інтеграцію України до світового контексту, спираючись на ціннісний потенціал культури, а також сприяти професійній орієнтації молоді задля зниження рівня безробіття.

Задля цього:

- порушувати актуальні суспільні питання працевлаштування молоді;
- налагоджувати продуктивні контакти між роботодавцями та безробітними студентами та молодими людьми;
- поєднувати знайомство з видатними явищами художньої та інтелектуальної культури, стимулювати пошук необхідної професії та пришвидшувати працевлаштування молоді.

Зважаючи на позиції та стратегічні бачення мистецьких просторів в Україні, проектному Мистецькому просторі «Диво-місце» слід приймати до уваги дані стратегічні кроки та напрями розвитку задля пришвидшення розвитку ринку праці в Україні та сприяти професійній орієнтації молоді.

Варто також зазначити, що цільовою аудиторією «Мистецького простору для молоді «Диво-місце» є в першу чергу молодь. Але окрім того, цільовими сегментами даного проекту може бути: широкий загал, студенти, молодь, підлітки, туристи, діячі сучасного мистецтва, представники культурних індустрій, фахівці в галузі управління мистецькими акціями, мас-медіа. А також і міжнародна спільнота: фахівці, бізнес-мени, політики, журналісти туристи.

Реалізація проекту дасть змогу:

1. Створити належні матеріальні, технологічні й організаційні умови для розвитку процесів професійної орієнтації молоді в Україні.
2. Запровадити новий стандарт просторі для молоді
3. Дати імпульс для модернізації української культури, розвитку сучасних форм мистецької діяльності та змінювати ситуацію на ринку працевлаштування.
4. Знайти механізм для вирішення проблеми безробіття та працевлаштування молоді.
5. Розширити внутрішній ринок студентів останніх курсів чи випускників, зокрема - створити нові робочі місця для випускників та студентів, що знаходяться у пошуках роботи.
6. Сформувані естетичні, організаційні, технологічні умови для задоволення культурних і пізнавальні потреб молоді.
7. Зменшити розрив між «безробітними» культурою і роботодавцями, що мають потребу у молодих спеціалістах.

«Мистецький простір для молоді «Диво-місце» - це прогресивний молодіжний освітній центр та платформа для комунікації та професійної орієнтації молоді міста. Простір є відкритим для кожного, хто має чим поділитися з молодіжною аудиторією міста. Для проведення заходу достатньо буде лише узгодити формат та час заходу з адміністратором.

У процесі діяльності підприємства вагому роль відіграють вдало сформовані цілі як на короткостроковий період, так і на довгостроковий період. Розробка цілей організації обов'язково повинна орієнтуватися на потенціал. Основні цілі «Мистецького простору для молоді «Диво-місце» представлено у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Цілі «Мистецького простору для молоді «Диво-місце»

Сфера	Характеристика цілі
1	2
Постійно знайомити	– Проводити постійну збалансовану виставкову/публічну

<p>молодь із явищами сучасної культури, актуальними питаннями ринку праці, порушуючи при цьому суспільно актуальні питання</p>	<p>програму</p> <ul style="list-style-type: none"> – Впровадити комплексну освітню програму із врахуванням потреб різних аудиторій. – Впровадити програму взаємодії із системою формальної освіти – Впровадити регулярну видавничу програму на основі публічної програми мистецького простору.
<p>Стимулювати творчий розвиток і взаємодію різних мистецтв і культурних практик</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Впровадити програми взаємодії роботодавців та студентів – Впровадити програму залучення зовнішніх кураторів до публічної програми – Впровадити комплексну програму резиденцій для бізнес-тренінгів
<p>Створити і постійно розширювати атмосферу свободи, креативної взаємодії та комфорту</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Поставити приязність, доступність і комфорт простору в подію професійної орієнтації молоді; – Впровадити механізми і практики демократичної взаємодії як всередині мистецького простору, так і між професійними спільнотами; – Впровадити сервісні підходи до роботи з аудиторіями для всіх служб мистецького простору;

Закінчення табл. 3.6

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> – Створити і постійно вдосконалювати сучасну інфраструктуру для відвідувачів.
<p>Забезпечити достатню ресурсну базу для досягнення програмних цілей</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Досягнути щорічного гарантованого бюджетного асигнування для покриття витрат на проекти (тобто, витрат, що не включають постійних витрат, таких як оплата праці персоналу тощо); – Забезпечити мін 10% надходжень від загального бюджету через систематичний фандрейзинг (в тому числі, надходження та підтримка мистецького простору, отримана в негрошовій формі); – Забезпечити мін 25 % надходжень через послуги і продукти мистецького простору; – Забезпечити не менше, ніж 50 робочих місць в структурі мистецького простору; – Забезпечити достатнє фінансування для завершення реставрації і пристосування будівлі для проведення запланованих заходів..

Але окрім встановлення основних цілей, варто передбачити можливі ризики розвитку програми «Мистецького простору для молоді «Диво-місце»:

- Ризик блокування чи утруднення діяльності «Мистецького простору для молоді «Диво-місце» через недостатній рівень фінансування;
- Прийняття законодавства, яке вносить додаткові обмеження при здійсненні господарської діяльності «Мистецького простору для молоді «Диво-місце» в умовах пандемії.
- Втрата якості проектів через обмеження висококваліфікованих трудових ресурсів.

Стратегія професійної орієнтації молоді через організацію «Мистецького простору для молоді «Диво-місце» передбачає скорочення рівня безробіття, організація взаємодії між роботодавцями та молодими спеціалістами, давати можливість молоді професійно зорієнтуватися також перед вступом до вищих навчальних закладів, з метою вибору актуальної та цікавої професії.

ВИСНОВКИ

У процесі написання дипломної роботи було досягнуто поставленої мети – розглянуто процес формування стратегії розвитку молоді на засадах івент-менеджменту.

У першому розділі даного дипломного проекту було розглянуто теоретичні засади стратегічного розвитку підприємства. У ході дослідження було визначено, що стратегія розвитку підприємства це складний механізм, який є сукупністю різноаспектних елементів, методів та засобів, що забезпечує розвиток та діяльність підприємства та ринку. Також під стратегією розвитку підприємства слід розуміти комплексну програму заходів, спрямовану на здійснення місії (генеральної мети) підприємства і досягнення його множинних цілей

Стратегія розвитку підприємства складається з дій і підходів управлінського характеру для досягнення певної мети діяльності. Вона повинна забезпечувати спрямованість і здатність підприємства адаптуватися до ринкових умов.

Сьогодні світовий досвід висвітлює такі стратегії розвитку, що базуються на бенчмаркінгу, реінжинірингу та event менеджменту. Рекомендаційно-проектний розділ даного дипломного проекту було зорієнтовано на пропозиції вдосконалення, що приймають до уваги принципи event менеджменту. Висока ефективність event менеджменту обумовлена тим, що даний канал просування дозволяє компанії і її представникам зафіксувати свій статус експерта і в зрозумілій і доступній формі донести до споживача основні характеристики та переваги пропонованих товарів або послуг. Однак в ряді випадків, витрачаючи значні ресурси на просування, організацію та проведення заходів, компанії не досягають очікуваного результату. В рамках event-менеджменту організація заходу повинна включати і чітку програму, в якій регламентується планований комунікаційний, інформаційний та суспільний ефект від проведення окремої події

У другому розділі даного проекту було проведено аналіз та оцінку стратегічного розвитку державного центру зайнятості.

Сучасні умови пандемії викликають гостру проблему соціально-економічного характеру – безробіття.

Аналіз рівня безробіття та працевдатності населення протягом 2016-2020 років показав, що тенденція була неоднаковою. За 2016-2018 роки в Україні спостерігалось зниження рівня безробіття та підвищення зайнятості та доходів населення. Але у 2019-2020 років тенденція стала спадною: рівень безробіття та працевдатності почав стрімко палати, що спричинене розвитком пандемії, смертністю населення та міграційними процесами на світовому рівні. Тож на наступному етапі дослідження слід розглянути характеристику міграційних процесів трудових ресурсів в Україні.

Аналізуючи динаміку руху трудового населення, визначено, що чисельність бажаючих покинути територію України в пошуках роботи за кордоном тільки зростає. Наведений аналіз потенційних трудових мігрантів свідчить про загострення проблем зайнятості населення та відтворення трудового потенціалу. Для України надзвичайно важливо зберегти свій людський, науковий та освітній потенціал. Для зменшення еміграції (особливо незаконної) необхідна система заходів, які матимуть чітке внутрішнє та зовнішнє спрямування. До них належать заходи щодо подолання макроекономічної нестабільності, створення нових робочих місць, розширення іноземних інвестицій, розвитку сільських та міських територій, підтримки малих і середніх підприємств, поліпшення соціальних умов життя. Тому до пріоритетних завдань активної політики зайнятості в Україні належить проведення невідкладних заходів, стосовно врегулювання питань зайнятості українських громадян та зменшення їх відтоку за кордон.

Державна служба зайнятості є централізованою системою державних установ, діяльність якої спрямовується та координується Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Аналізуючи стратегічні напрями розвитку та статистичні дані діяльності Державної служби зайнятості, можна відмітити, що центр працевлаштування виконує свою роботу у відповідності зі своєю метою.

Але недосконалістю його діяльності є відсутність високих показників консультації з приводу професійної орієнтації. Особливо гостро дана проблема проявляється у сфері молоді. Також у роботі Державної служби зайнятості відсутні інноваційні заходи, що могли б покращити роботу центра та знизити рівень безробіття за рахунок ефективно організованих івент-процесів та заходів професійної орієнтації.

У третьому розділі диплому було проведено обґрунтування напрямів event-менеджменту як стратегії розвитку подієвого проекту зайнятості в Україні.

Сучасний стан організації професійної орієнтації в державній службі зайнятості організовано на основі таких законодавчо-нормативних актів та законів: Закон України «Про освіту»; Закон України «Про зайнятість населення»; Концепція державної системи професійної орієнтації населення; Порядок надання послуг з професійної орієнтації осіб.

Наразі в Україні можливо ознайомитись з профінформаційними матеріалами та отримати профорієнтаційні послуги на дистанційних платформах: Спільнота шкіл України «КАР'ЄРА МРІІ», Магеллано профорієнтація, Центр освіти «Global», Державної служби зайнятості «Профорієнтація та розвиток кар'єри».

Також, у роботі було виокремлено 3 основні цілі професійної орієнтації молоді до 2030 року:

1. Осучаснення профорієнтаційної роботи в умовах карантину та пристосування до дистанційного формату.
2. Створення умов для розвитку Soft skills молоді.
3. Надати молоді можливість опанувати практичний досвід майбутньої професій.

У роботі також пропонується працювати над скороченням безробіття, сприяючи процесам професійної орієнтації молоді. Основними заходами можуть бути проведення он-лайн заходів та організації мистецького простору для молоді.

За таких рекомендацій, головною місією професійної орієнтації молоді – поєднати модернізацію українського суспільства та інтеграцію України до світового контексту, спираючись на ціннісний потенціал культури, а також сприяти професійній орієнтації молоді задля зниження рівня безробіття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева, О. В. Событийный туризм та івент-менеджмент /Алексеева О.В. - 2011. - № 6-2. - С. 167- 172.
2. Андріанова, Н.А. Феномен «івент» в соціальному і науковому контексті / Андріанова Н.А. Серія 9. Філологія. Сходознавство. Журналістика. - 2010. -№ 3. - С. 201-209.
3. Белко І.А. Обґрунтування стратегії розвитку сучасного аграрного підприємства. Збірник наукових праць подільського державного аграрнотехнічного університету. 2017. Т. 1. № 23. С. 354-365.
4. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект) : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. / М. М. Біль. – Л. : Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, 2010. – 19 с.
5. Близняк Р. З. Основні поняття подієвого менеджменту в системі електоральних комунікацій / Р. З. Близняк // Теорія і практика суспільного розвитку. – 2010. – №4. – С. 9.
6. Богуславська М. Новітні технології інтернет-маркетингу / М. Богуславська // Інтернаука. – 2017. – № 5. – С. 108–110.
7. Васильченко В., Гриненко А., Грішнова О. Управління трудовим потенціалом : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 403 с.
8. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади. Навчальний посібник — К. : ВД «Професіонал», 2006. — 576 с.
9. Герасимчук К.Ю. До вивчення нових аспектів проблематики ціноутворення вітчизняних підприємств в умовах ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek7-3-2010-PDF/020-24.pdf.
10. Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации / Е. Н. Голубкова. – М. : Финпресс, 2002. – 256 с.

11. Горемикін В.А. Економічна стратегія підприємства / В.А. Горемикін, О.А. Богомолів. – М.: Інформаційновидавничий дім «Філін». – Рілант. – 2001. – 245 с.
12. Градова А.П. Экономическая стратегия фирмы / А.П. Градова. – СПб., 2005. – 312 с.
13. Гродовський О.В. Механізм оцінювання економічної стратегії промислових підприємств у ринковому середовищі (на прикладі підприємств машинобудування): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.В. Гродовський. – Хмельницький, 2010. – 22 с
14. Денисенко А. Ю. Event-менеджмент та event-маркетинг / А. Ю Денисенко. Комерційний директор. 2006 // [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.eventum-premo.ru/event-management-and-event-marketing>
15. Державний комітет Статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/rp.htm.
16. Державний центр зайнятості України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.dcz.gov.ua/>
17. Державний центр зайнятості. Режим доступу: <https://www.dcz.gov.ua/storinka/pro-sluzhbu>.
18. Державної служби зайнятості «Профорієнтація та розвиток кар'єри» та її мобільну версію // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://profi.dcz.gov.ua/>
19. Закон України «Про зайнятість населення» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – N 14. – 170 с
20. Законодавство України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text].
21. Каверина О. А. Організація рекламної діяльності ВНЗ / О. А. Каверина. – СПб: Книжковий дім, 2007. – 184 с.

22. Каверина О. А. Створення подій: гуманітарні технології в корпоративних комунікаціях / О. А. Каверина. – СПб., 2008. – С. 16.
23. Килин О. В. Державне регулювання туристичної політики / О. В. Килин // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2016. – Вип. 21.15. – С. 199-203.
24. Климова, Т.Б. Маркетинг подій: новий вектор розвитку територій / Климова Т.Б., Вишнеvsька Є.В. // Науковий результат. серія: Технологія бізнесу і сервісу. - 2014. - Т. 1. - № 2 (2). -З. 80-84.
25. Ковальчук І.В. Економіка підприємства [Електронний ресурс]: навч. посіб. / І.В. Ковальчук. – К.: Знання, 2008. – 679 с. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws/1584072047478>
26. Копилова Н. Що таке event-management / Н. Копилова // Альманах «Лабораторія реклами, маркетингу і PR». – 2004. – №5 (36). – С. 12.
27. Лемер С. Искусство организации мероприятий: стоит только начать! Ростов-на-Дону, 2016.
28. Магеллано профорієнтація // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://magellano.com.ua/>
29. Малиновська О. Трудова міграція населення України / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/Malynovskad28e1.pdf> (дата звернення: 25.01.2020).
30. Малиновська О.А. Міграційна політика Європейського Союзу: виклики та уроки для України. Київ : НІСД, 2014. 48 с
31. Мамотенко Д. Ю. Розробка кадрової стратегії організації в сучасних умовах / Д. Ю. Мамотенко. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – №14. – С. 49–52.
32. Минцберг Г., Куинн Дж. Стратегический процесс/пер. с англ. Под ред.. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
33. Міграційні явища та процеси: поняття, методи, факти : довідник / У.Я. Садова та ін. ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.

- Долішнього НАН України» ; 2-е вид., доп. і перероб. Львів, 2018. 226 с.
URL : <http://ird.gov.ua/irdp/p20180801.pdf> (дата звернення: 24.03.2020).
34. Міграція як чинник розвитку в Україні. URL: http://iom.org.ua/sites/default/files/mom_migraciya_yak_chynnyk_rozvytku_v_ukraini.pdf (дата звернення: 25.01.2020).
35. Міщенко К. Г. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення / К. Г. Міщенко. // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. – №2. – С.105–107.
36. Морщенок Т.С. Стратегічні напрями удосконалення управління персоналом: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.С. Морщенок; Приазов. держ.техн. ун-т. – Маріуполь, 2008. – 19 с.
37. Мюллер В. К. Новий англійський словник. / Мюллер В.К. - М., 2000. - 880с.
38. Неделько І.Г. Економічна стратегія переробних підприємств АПК на ринку сокової продукції: Дис. кандидата економ наук. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Миколаївський державний гуманітарний університет ім. Петра Могили навчально-наукового комплексу «Києво-Могилянська Академія». – Миколаїв, 2002. – 180 с.
39. Нестеров А.К. Івент-менеджмент // Освітня енциклопедія ODiplom.ru - <http://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html>.
40. Офіційний веб-сайт Міністерства соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua> (дата звернення: 26.01.2020).
41. Панкрухин А.П. Маркетинг освітніх послуг у вищій і додатковій освіті / А.П. Панкрухин // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mou.marketologi.ru/content.html>
42. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність.- Київ: КНТЕУ, 2002. – 301 с.
43. Пашоліков, М.С. Професійна підготовка менеджерів для розвитку event-індустрії / Пашоліков М.С. // Людина і освіта. - 2013. - №2 (35). - С.99-102

- 44.Петруха С.В. Економічна стратегія промислових підприємств: методологія, теорія та практика (частина 1) / С.В. Петруха, Н.М. Петруха // Ефективна економіка. – 2013. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_18.
- 45.Піддубна А. Як розробити HR-стратегію: алгоритм і рекомендації марчара [Електронний ресурс] / А. Піддубна // ПроHR. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://prohr.rabota.ua/kak-razrobotat-hr-strategiyu-algorithm-irekomendatsii-marchara/>.
- 46.Радова Л. Д. Фінансова стратегія в системі управління підприємством / Л. Д. Радова, А. В. Череп // Держава та регіони. — 2005. — № 2. — С. 130—135.
- 47.Роль інтернет-технологій у процесі узгодження економічних інтересів суб'єктів ринку / О. В. Зозульов, К. А. Полторак // [Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"](#). - 2013. - № 10. - С. 399-403. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_67.
- 48.Саїдмамедова С.С., Соловйова І.А. Подієвий менеджмент в соціально-культурній сфері // Матеріали VIII Міжнародної студентської електронної наукової конференції «Студентський науковий форум» [Електронний ресурс]. URL: www.scienceforum.ru/2017/2414/28063.
- 49.Селезньова Г.О. Стратегія підприємства: навчальний посібник. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. — 240 с.
- 50.Скобкин С.С. Экономическая стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособ. / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2009. – 347 с.
- 51.Спільнота шкіл України «КАР'ЄРА МРІІ» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://careerhub.in.ua/community-of-schools/>
- 52.Старцева Н. Н. Івент-менеджери як професійна група: процесформування. / Н. Н Старцева. – 2014. – С. 35.

- 53.Талавирия О.М. Аспекти розробки економічної стратегії розвитку підприємств / О.М. Талавирия // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2017. – Вип. 1(47). Т. 2. – С. 335-339.
- 54.Теорія і технології арт-менеджменту: наук.-метод. посібник / Е.А. Макарова. - Мінськ: ДУО «Інститут культури Білорусі», 2013. -131 с.
- 55.Управління. Інновації.. – 2013. – №1. – С. 48–60.
- 56.Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / За ред. проф. Г.Г. Кірейцева. Видання третє, перероблене і доповнене. – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 531 с.
- 57.Формування економічної стратегії підприємства в сучасних умовах / І. І. Смачило // Молодий вчений. - 2018. - № 12. - С. 758-762. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_12_175/
- 58.Хальцбаур У. Event-менеджмент. Професійна організація успішних заходів / У. Хальцбаур. – М. : Ексмо, 2010. – 384 с.25
- 59.Хашковській, А. В. Події, які ми створюємо / А. В. Хашковській // TheChief. - 2005. - № 8 (24)
- 60.Центр освіти «Global» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.20globalschool.com/
- 61.Чикуркова А.Д. Моделювання як інструмент стратегії планування персоналу підприємств. Сталий розвиток економіки. 2018. №1(4). С. 153-157.
- 62.Шершньова, З.Є. Стратегічне управління: Підруч. / З.Є. Шершньова. — 2-е вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2017. — 699 с.
- 63.Шпіц К. Інтерв'ю з Джо Голдблатом / К. Шпіц // [Електронний ресурс]. – 2003. – Режим доступу : http://www.franzlefort.ru/pub_eventmanagement.
- 64.Шпіц К. Інтерв'ю з Джо Голдблатом / К. Шпіц // [Електронний ресурс]. – 2003. – Режим доступу : http://www.franzlefort.ru/pub_eventmanagement.
- 65.Шумович А.В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика Event management. М., 2018.

- 66.Бородін Є І. Державна молодіжна політика в Україні: процес формування та розвитку (1991-2004 рр.): монографія / Є.І. Бородін. – Дніпропетровськ: Пороги, 2008. - 429 с. - С. 132-134.
- 67.Галицький В.М. Співпраця соціальних партнерів у розв'язанні проблем зайнятості / В.М. Галицький // Ринок праці та зайнятість населення. - 2008. - № 2. – С.36.
- 68.Доповідь Міністра освіти і науки Івана Вакарчука на розширеній підсумковій колегії Міністерства освіти і науки України “Мета реформ у вищій школі - якість і доступність освіти” 2 квітня 2009 року. - Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>.
- 69.Економічна активність населення Дніпропетровської області у 2006–2008 роках / Державний комітет статистики України. – Дніпропетровськ: Головне управління статистики в Дніпропетровській області. - 2009. – 98 с.
- 70.Концевич В. Профнепридатні з вищою освітою. – Львівська on-line газета 2009 року. - № 3 (495). – Режим доступу: www.gazeta.lviv.ua
- 71.Праця Дніпропетровської області 2008 / Державний комітет статистики України. – Дніпропетровськ: Головне управління статистики в Дніпропетровській області, 2009 р. – 332 с.
- 72.Перехід на ринок праці молоді України / Лібанова Е. М. та ін. Міжнародне бюро праці, Програма молодіжної зайнятості. Департамент політики зайнятості. Женева: МОП, 2014. 93 с
- 73.Лагодієнко В.В., Андрусів У.Я. Регіональна економічна політика в умовах диспропорційності: шляхи мінімізації. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том 3. № 2. С. 81-89. 10.
- 74.Лагодієнко В.В., Лагодієнко Н.В. Депопуляція сільських територій та мотивація найманих працівників у сфері сільськогосподарського виробництва України. Бізнес-Навігатор. 2019. №5-1(54). С. 54-62

- 75.Лібанова Е.М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціальнодемографічні аспекти / Е.М. Лібанова. – К.: Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. – 248 с.
- 76.Раєвнєва О.В. Молодь на ринку праці в Україні: оцінка сучасного стану зайнятості / О.В. Раєвнєва, І.Є. Нос // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип.2. – 2014. – С. 322-327.
- 77.Штанська О.В. Зарубіжний досвід взаємодії державної молодіжної політики та політики зайнятості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://82-117-235-189.gpon.sta.kh.velton.ua/e-book/db/2008-1/doc/5/08.pdf>.
- 78.Лісогор С. Інноваційні технології працевлаштування незайнятого населення [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Rpzn/2008-2/08llspnn.pdf
- 79.Козаченко, Л.М. (2016). Пріоритетні напрями розвитку українсько-польського інвестиційного співробітництва. *Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula*.(47(2)). 203-216.
- 80.Соціально-економічний механізм регулювання ринку праці та заробітної плати: кол. моногр. / Д. П. Богиня, Г. Т. Куликов, В. М. Шамота, Л. С. Лисого та ін. К.: ІЕ НАН України, 2019. 300 с.
- 81.Молодь України: від освіти до праці: [монографія] / С. Оксамитна, О. Виноградов, Л. Малиш, Т. Марценюк. – Київ: ВПЦ НаУКМА, 2018. – 202 с
- 82.Ольвінська Ю. О. Роль розвитку малого бізнесу у реструктуризації регіонального ринку праці / Ю. О. Ольвінська // Социально-экономические аспекты промышленной политики. Управление трудовыми ресурсами: государство, регион, предприятие. – Донецк: ІЕП, 2006. – Т.2. – С. 345-350.
- 83.Марченко І. С. Соціально-економічний портрет молоді України [Електронний ресурс] / І. С. Марченко. – Київ: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. – Режим доступу: <http://www.idss.org.ua>.

84. Вольська А.О. Стан зайнятості та безробіття в Україні // «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 9 (33). – Ч. 1. – 2017 – 311 с
85. Діденко Я. Формування ефективної державної політики зайнятості в Україні// Україна: аспекти праці. – 2018. – № 2. – 371 с
86. Леган І. М. Актуальні проблеми молоді на ринку праці на сучасному етапі розвитку економіки / Економічний форум. – 2018. – №3. – 297 с.
87. Шевченко О. М., Талько О. Б. Працевлаштування української молоді. Соціально-психологічний аспект. Молоді вчені. № 1 (53). – January, 2018, С. 66–70. Електронний ресурс: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/1/16.pdf>.
88. Абашина, О. В. Підвищення рівня зайнятості молоді на регіональному ринку праці URL: [http:// www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua) (дата звернення: 26.03.2020).
89. Н.І. Єсінова, А.О. Голозубова. Проблеми працевлаштування молоді в Україні. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2017. Вип. 1 (25). С.111-120.
90. Раєвнева О.В. Молодь на ринку праці в Україні: оцінка сучасного стану зайнятості. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип.2. С. 322-327.
91. Кравченко В. Л. Молодіжний сегмент ринку праці: методологія і перспективи розвитку : автореф. дис... к.е.н. 08.09.01 / В. Л. Кравченко // Київський нац. економ. унт М-ва освіти і науки України. – К., 2017. –19 с
92. Перепелиця М. П. Державна молодіжна політика в Україні : [монографія] / М.П. Перепелиця. – К. : Український ін-т соціальних досліджень; Український центр політичного менеджменту, 2016. – 242 с.
93. Петін О. М. Зайнятість молоді у сфері інтелектуального бізнесу / О. М. Петіна // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 14-15 листоп. 2014 р. — Харків, 2014. – С. 427–430.

94. Азьмук Н. А. Безробіття і можливості цифрової зайнятості для його зниження / Н. А. Азьмук // Економіка розвитку. — 2016. — № 3. — С. 12-19.
95. Раєвнева О.В. Молодь на ринку праці в Україні: оцінка сучасного стану зайнятості / О.В. Раєвнева, І.Є. Нос // Глобальні та національні проблеми економіки. — Вип.2. — 2014. — С. 322.
96. Гринкевич С. С. Стан молодіжної зайнятості в Україні / С. С. Гринкевич [Електрон. ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltn/16_3/239_Grynkiewicz_16_3.pdf.
97. Гетьманенко Ю.О., Тахтарова К.А. Зарубіжний досвід регулювання зайнятості молоді // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. — 2011. — Т. 2. — С. 51-59.
98. Кравченко В.Л. Проблеми ефективного використання праці молоді в Україні // Проблеми формування ринкової економіки: Міжвід. наук. зб. Спец. вип. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. — К.: КНЕУ. — 2005. — С. 180-184
99. Перепелиця М.П. Державна молодіжна політика в Україні (регіональний аспект). Монографія. — К.: Укр. ін-т соціаль. досл.-нь; Укр. центр політ. менедж.-ту, 2001. — 242 с.
100. Волосатих О. Світовий досвід з питань політики зайнятості // Вісник Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту. — 2010. — № 3. — С. 56-66

Складові стратегії розвитку туристичного підприємства

Змістовні складові	
У зовнішньому середовищі	У внутрішньому середовищі
Товарна стратегія підприємства - розробляє правила та прийоми дослідження і формування потенційних ринків товарів та послуг, що відповідають місії підприємства.	Стратегія зниження виробничих витрат - розробка основних правил та прийомів регулювання процесу формування витрат як за рахунок факторів виробництва, так і за рахунок стратегічного аналізу витрат за всіма етапами наростання витрат від початку виробництва до просування товарів на ринок.
Стратегія ціноутворення - розробка правил вибору цінової політики; прийомів цінової конкуренції; прийомів моніторингу ситуацій, що складаються на ринках факторів виробництва, ринках цінних паперів і валютних ринках та зміна в залежності від цих ситуацій принципів ціноутворення; моніторингу процесів зміни попиту і пропозиції; методів оцінки цінової еластичності попиту.	Стратегія інвестиційної діяльності - розробка правил та прийомів, що сприяють відновленню основних засобів, їхній модернізації, технічному переозброєнню, реконструкції.
Стратегія взаємодії з ринками виробничих ресурсів - розробка принципових положень, які дозволяють ефективно розподіляти ресурси і на цій основі обирати найбільш привабливих постачальників виробничих ресурсів.	Стратегія інноваційної діяльності - реінжиніринг бізнес-процесів.
Стратегія зниження трансакційних витрат - розробка правил та прийомів вибору найбільш привабливих замовників, прийомів вивчення потенційних конкурентів, прийомів формування у партнерів стійкого бажання співпраці з підприємством; формування баз даних про потенційних партнерів за трансакціями.	Стратегія запобігання неспроможності (банкрутства) підприємства - вчасне визначення так званих «слабких сигналів», що сповіщають про можливість насування кризових тенденцій, і розробка правил та прийомів запобігання цим кризовим тенденціям
Стратегія зовнішньоекономічної діяльності - опрацьовує правила поведінки на зовнішньому ринку (здійснюється вибір ринків, визначаються стратегічні цілі експорту, розподіляються ресурси за видами експортної діяльності).	

*Складений автором на основі [13]

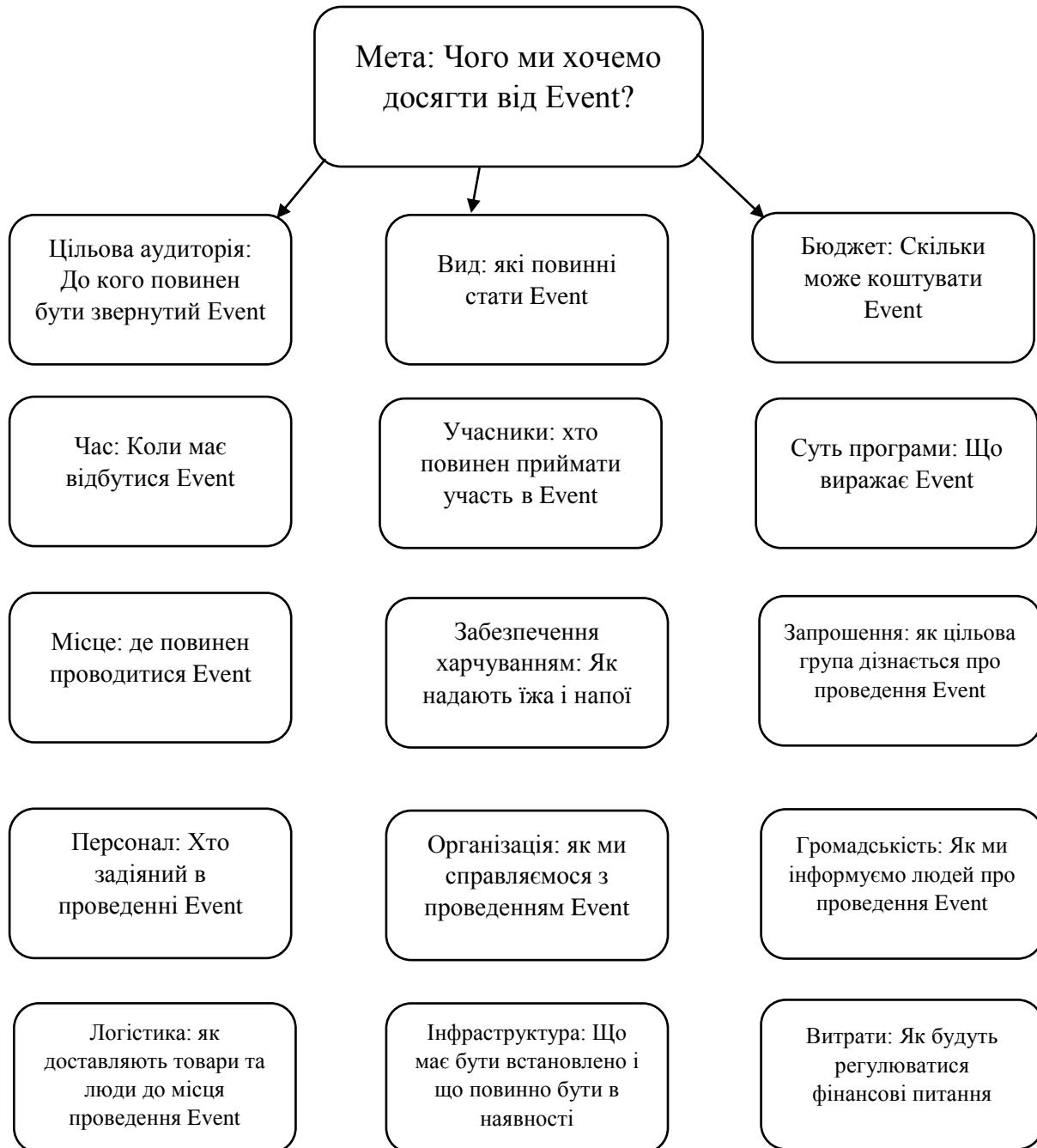


Рисунок Б.1 - Рішення про планування івенту