

З огляду на вищенаведені виклики і загрози, першочерговими діями щодо запровадження ризикоорієнтованої моделі управління в особливий період мають стати:

а) визначення всіх можливих ризиків для власної діяльності, в т.ч. пов'язаних з воєнними подіями;

б) ідентифікація небезпек за кожним конкретним виявленим ризиком, постійний моніторинг ризикових ситуацій, виявлення джерел виникнення ризиків, їх масштабності, сили і напряму впливу на поточну і стратегічну діяльність;

в) вимірювання та оцінка потенційних ризиків для врахування рівня їх безпеки і наслідків для забезпечення стійкості в складених умовах. Зокрема, коректне та адекватне оцінювання ризику за різними аспектами його прояву можна провести на основі використання «широкого арсеналу аналітичних оцінок щодо: дослідження загроз і операційної готовності (Hazard and Operability Study), аналізування видів, наслідків і критичних меж допустимого ризику (Fault Modes, Effects and Critically Analysis), аналізу дерева прийняття рішення (Fault Tree Analysis), попереднього аналізу можливих загроз (Preliminary Reliability Assessment), оцінювання надійності людського ресурсу (Human Reliability Assessment) тощо» [2];

г) розроблення системи превентивних/попереджувальних/коригувальних заходів з метою мінімізації негативних наслідків настання ризику для убезпечення фінансових і матеріальних втрат та збереження людського капіталу.

За сукупністю прийнятих ризикових рішень мають бути сформульовані і обґрунтовані сценарні варіанти і моделі поведінки організації залежно від рівня ризику (низького, середнього, високого, катастрофічного), обсягу потенційних втрат, а також динаміки розвитку тих чи інших подій та розгортання несприятливих ситуацій.

Список використаних джерел:

1. Камінський А. Б. Ризик-менеджмент: проблематика розвитку. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/14694/Kaminskyi>
2. Попович Т.М., Галько Л. Ідентифікація та управління ризиками в процесі впровадження системи управління якістю в організації. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки». Тернопіль, 2019. Ч.1. С.193-197
3. Шутяк С. Як буде відбудовуватись Україна? Від знання про ризики – до сталого відновлення. URL: <https://r2p.org.ua/vid-znannya-pro-ryzyky-do-stalogo-vidnovlennya/>

Світлана ПРОХОРОВСЬКА

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ

МОТИВУВАННЯ МОЛОДІ ДО ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Вагомим життєвим етапом молоді людини є перехід від навчання до роботи, адже саме він значною мірою визначає її подальший професійний і соціальний розвиток. Успішність працевлаштування молодих фахівців є одним із критеріїв ефективності функціонування системи професійної та вищої освіти, ринку праці та економіки загалом.

Українська молодь все частіше, починаючи з першого курсу навчання, намагається реалізувати здатність до праці, знайти оплачувану роботу, щоб забезпечувати повністю або частково власні потреби. Тому спостерігається тенденція: студенти, котрі працюють, більш залучені в трудову зайнятість, ніж в отримання знань. Причина цього полягає в тому, що після закінчення навчання випускники стикаються з проблемами працевлаштування: складно побудувати свою кар'єру без початкового досвіду роботи, безпосередньо після закінчення освітнього закладу. Щоб уникнути таких проблем, багато молодих людей ще в студентські роки намагаються знайти роботи та отримати певний досвід.

До основних мотивів працевлаштування молоді, зокрема студентів професійної та вищої освіти під час навчання відносимо наступні: бажання набути досвіду по майбутній спеціальності; бажання поліпшити матеріальне становище своєї сім'ї та довести своїм батькам, що вони можуть бути незалежні від них; необхідність здійснювати оплату за навчання; спосіб власної самореалізації; бажання мати свої власні кошти та бути незалежними від батьківської допомоги; бажання мати (розширити) коло спілкування; бажання заробити необхідні кошти для оплати житла та інше.

Як правило, перше робоче місце молоді працівники можуть отримати в результаті: проходження дуального навчання; проходження виробничої практики на цьому підприємстві; сприяння закладу освіти; запрошення від роботодавця; участі у ярмарках вакансій, круглих столах, конференціях; сприяння родичів, знайомих, друзів; сприяння біржі праці та послуг кадрових агенцій; використання мобільних додатків.

В якості класифікації трудової поведінки молоді на ринку праці можна виділити наступні критерії:

- характер мотивації (Для чого молодий фахівець шукає роботу? Які потреби прагне реалізувати);
- характер зайнятості (На яку зайнятість претендує?);
- ступінь мобільності (Як прагне здійснювати просування кар'єрною драбиною?);
- ступінь реалізації отриманої освіти (Як буде застосовувати здобуті знання у процесі трудової діяльності?);
- ступінь реалізації людського капіталу (Як прагне використовувати свої особисті якості?);
- характер пошуку робочого місця (За допомогою яких каналів здійснюється пошук першого робочого місця?);
- форма правового регулювання (За якою формою правового регулювання будуть оформлені трудові відносини?);
- характер сприйняття (Як молода людина ставиться до процесу пошуку роботи?);
- ступінь прийняття соціальних і моральних норм (Як дотримується прийнятих соціальних, трудових, моральних норм?).

Процес входження молоді (студентів та випускників) на ринок праці є далеко нелегким. В більшості випадків роботодавець хоче знайти такого молодого працівника, який зміг би дати оцінку виробничим (управлінським) ситуаціям самостійно, приймати обґрунтовані рішення, висувати інноваційні ідеї, що можна використовувати в бізнес-процесі, застосувати свої знання для створення нової та унікальної цінності для споживача, щоб він добре розбирався в технологіях застосування передових рішень та інше. Молодь під час виходу на ринок праці стикається з проблемою – відсутність відповідного досвіду роботи, що обмежує ефективність праці та розвиток таланту молоді людини. Найбільш поширеними труднощами, з якими можуть зіткнутися молоді люди під час пошуку першого робочого місця є: складність в подоланні порогу «навчання – робота»; відмова з боку роботодавця через відсутність досвіду; відсутність робочих місць з «гідною оплатою»; складність в адаптації до виробничих умов; невміння скласти грамотно резюме; відсутність навичок проходження співбесіди; невміння працювати у команді; відсутність навичок самопрезентації.

Швидше знайти роботу молодим людям допомагає наявність певних компетенцій та характеристик. Серед яких варто виокремити: аналітичні здібності; бажання навчатися та розвиватися; загальний світогляд, рівень культури; відповідальність, цілеспрямованість; самостійність, ініціативність, креативність у праці; старанність, сумлінність, дисциплінованість; вміння працювати в команді, налагоджувати відносини з людьми, комунікабельність; підприємливість; знання іноземних мов; цифрова грамотність; прагнення до самореалізації та самовдосконалення; активна життєва позиція та впевненість у власних силах.

Серед очікувань молоді від майбутньої роботи варто виокремити: креативність робочого процесу; соціальний та компенсаційний пакет; зручне розташування місця роботи; корпоративну культуру; умови праці; розмір заробітної плати; можливість особистісного зростання.

Основними чинниками, що мотивують молодих фахівців до трудової діяльності є: відповідність роботи отриманій спеціальності; можливість урізноманітнити працю та зробити її більш привабливою; створення умов для внутрішньо-організаційної мобільності, творчого потенціалу і професійного просування; впровадження новітніх методів організації праці на робочому місці; мікроклімат у колективі; організація вільного часу; розмір заробітної плати.

Для молодих людей найбільш характерними є такі мотиви до трудової діяльності: 1) економічні мотиви – характеризують прагнення молоді отримувати матеріальну винагороду за працю; 2) соціальні мотиви, які визначаються бажанням реалізувати себе у професійній галузі, отримати новий і суспільно схвалюваний соціальний і професійний статус; 3) мотив самореалізації, що виражається бажанням розвивати і демонструвати власний потенціал; 4) культурно-моральні мотиви, пов'язані з морально-етичними і культурними засадами суспільства.

Головним завданням держави у сфері праці і зайнятості молоді має бути забезпечення умов для досягнення економічної самостійності та реалізації права молодих громадян на працю; створення нових робочих місць; організації надання службами зайнятості допомоги у працевлаштуванні; формування системи професійної орієнтації. Державною політикою має передбачатися зосередження зусиль на двох основних напрямках: сприянні працевлаштуванню (перше робоче місце, соціальні та трудові гарантії соціально незахищених

категорій молоді) та підтримка й підвищення економічної активності, зайнятості молоді, молодіжного підприємництва.

До заходів, які сприятимуть працевлаштуванню молоді на ринку праці відносимо: створення робочих місць для молодих фахівців на новостворених і діючих підприємствах: мотивація роботодавців на прийом молодих працівників; субсидування створення робочих місць для молоді; субсидування суб'єктів малого та середнього молодіжного підприємництва, квотування робочих місць для молоді; стимулювання міграції і закріплення молоді в сільські райони з наданням робочого місця, житла, з урахуванням створення інфраструктурних умов.

Зоряна ПУШКАР

к. г. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ

Богдан ПУШКАР

к. г. н., викладач кафедри географії України і туризму

Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка

КОМУНІКАЦІЙНІ КАНАЛИ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Створення ефективної, надійної системи обміну інформацією, яка б відповідала вимогам повноти, достовірності, оперативності, чіткості, гнучкості – це одне з важливих завдань в організаціях та у державі, де запроваджено військовий стан і йде війна. Для успішних комунікацій необхідне двостороннє спілкування, яке дозволяє керівникам всіх рівнів управління визначити, наскільки зрозумілими для підлеглих є завдання, які перед ними ставляться.

Комунікація – це процес обміну інформацією, що включає суб'єкти комунікації, спосіб і об'єкт комунікації. Комунікаційні потреби як держави, так і кожної організації, залежать від ситуації, яка склалась в країні, характеристик зовнішнього середовища (динамічності, складності, невизначеності); завдань, що в першу чергу вирішуються державою та організацією, основних характеристик організації – масштабів, сфери діяльності, структури.

Залежно від взаємодіючих сторін розрізняють організаційні та міжособові комунікації. Виділяють різні засоби комунікації і технічні засоби зв'язку, які

використовуються для обміну інформацією: телефон, телефакс, телекс, електронну пошту, пошту, службові записки, звіти, довідкові та рекламні матеріали, а також різні платформи та ін.

Класифікація комунікацій здійснюється залежно від: засобів комунікації, цілей і завдань, що вирішуються в процесі комунікацій та суб'єктів комунікації. Американські автори Мескон М. Х. та Альберт М. виділяють:

– комунікації між організацією та її зовнішнім середовищем (зовнішні комунікації);

– комунікації між рівнями і підрозділами організації (внутрішні комунікації). До них відносяться комунікації по висхідній, між різними відділами, керівник – підлеглий, комунікації між керівником і працюючою групою.

Зовнішні комунікації – це обміни інформацією між організацією та її зовнішнім середовищем, і від того які фактори цього середовища (споживачі, органи державного регулювання, конкуренти) мають найбільший вплив на роботу організації та її результати, залежать способи і характер її комунікацій.

Внутрішні комунікації – це інформаційні обміни, що здійснюються між елементами організації, між рівнями керівництва та між підрозділами. Вони бувають двох типів: формальні (передбачені організаційною структурою, інформаційний обмін здійснюється між елементами організації: вертикальні, горизонтальні та діагональні) і неформальні, які так само як і формальні, інформацію передають вниз, вгору, горизонтально та по діагоналі. Особливістю цього каналу є швидкість виникнення та зникнення.

Від початку війни, 24 лютого 2022 року, Україна веде зовнішні комунікації блискуче і продовжує це робити по даний час. Як зазначає Денис Денисенко [1]: «Голосом українського опору став сам Президент. Коли він заявив, що у світу просить зброю, а не притулок для себе та своєї сім'ї, то громадяни країни миттєво згуртувалися навколо нього». Ми побачили зовсім іншу якість комунікацій з боку Президента, його офісу та підпорядкованих обласних військових адміністрацій.

«Голови військових адміністрацій стали окремими медіа-каналами з багатомільйонною аудиторією. Так у своєму Телеграм-каналі голова Миколаївської ОВА Кім В. (1 мільйон підписників), показує, як місцева влада дає відсіч окупанту. Представники офісу Президента, отримали відносно