

У кожному базовому центрі зайнятості області визначено відповідальних осіб з організації надання зазначених консультацій. До них у 2014 р. було залучено 144 фахівці відповідних підприємств, установ та організацій.

Загалом за сприяння центрів зайнятості Тернопільщини надано майже тисячу таких консультацій. Найбільше роз'яснень було з питань податкового законодавства (37,5%), законодавства щодо державної реєстрації суб'єктів господарювання (22,6%), оформлення трудових відносин (9,8%), отримання банківських кредитів та іншої фінансової допомоги (9,7%).

З метою підвищення мотивації та зацікавленості місцевого населення займатися малим бізнесом обласний центр зайнятості видав фотоальбом "Підприємливі люди Тернопілля". На сторінках відомчої газети "Ринок

праці" (у підрубриці "Власна справа" рубрики "Послуги населенню") на веб-порталі обласного центру зайнятості розміщено матеріали на тему розвитку підприємництва. Про успішних підприємців, які займаються бізнесом за сприянням служби зайнятості, на обласному державному телебаченні у циклі передач "Допомагає обласна служба зайнятості" створено ряд відеофільмів.

Зважаючи на те, що Тернопільська область є праценадлишковою, відкриття безробітними власного бізнесу – важливий сегмент у створенні нових робочих місць. Отож, обласна служба зайнятості й надалі вживатиме активних заходів, аби сприяти самозайнятості громадян та поліпшувати ситуацію на місцевому ринку праці.

Стаття надійшла 11.12.2014

*А.А. Доробляй*

*Dorobliaj, A.A.*

## Нові підходи в організації співпраці з роботодавцями Київської обласної служби зайнятості

### New Approaches of Kyiv Oblast Employment Service to the Cooperation with Employers

Нова редакція Закону України "Про зайнятість населення" (введена в дію з 01.01.2015) пропонує низку нових можливостей для клієнтів служби зайнятості – населення та роботодавців.

Так, з метою працевлаштування громадян, які недостатньо конкурентоспроможні на ринку праці, цим документом передбачені механізми стимулювання роботодавців до створення нових робочих місць із наданням компенсації фактичних витрат у розмірі єдиного соціального внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (далі – компенсація ЄСВ).

Роботодавці завжди є і клієнтами служби зайнятості, і її соціальними партнерами у питаннях покращення соціально-економічної ситуації в регіоні. Важливість якісної інформаційної взаємодії між службою зайнятості

та роботодавцями важко заперечити хоча б тому, що далеко не всі керівники підприємств змогли на практиці оцінити переваги нових перспективних напрямів співпраці зі службою зайнятості.

Отже яким чином роботодавець чи його представник можуть отримати корисну інформацію для планування розвитку підприємства у центрі зайнятості? Існує кілька способів: самостійна робота з інформаційними матеріалами, консультації профільного фахівця і безкоштовні тематичні семінари.

Найоптимальнішою формою, на нашу думку, є саме тематичні семінари, а їх результативність (ефективність) залежатиме від дотримання фахівцями взаємодії з роботодавцями певних умов щодо процедури їх організації та проведення.

Ефективність семінарів має неабияке значення, інакше результати не відповідатимуть докладеним зусиллям фахівців центрів зайнятості. Наприклад, упродовж січня–червня 2014 р. для роботодавців з питань можливостей отримання компенсації єдиного соціального внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування було проведено більше 670 семінарів. Участь у заходах взяли більш ніж 4000 керівників підприємств та

*Доробляй Анатолій Анатолійович, головний спеціаліст відділу організації надання послуг роботодавцям Київського обласного центру зайнятості (Київ).*

*Dorobliaj, Anatolij Anatolijovych, Chief Specialist, Department for Relations with Employers, Kyiv Oblast Employment Centre (Kyiv).*

© Доробляй А.А., 2015

© Dorobliaj, A.A., 2015

Зміст заходів інтерактивного семінару “Нові можливості економії обігових коштів”

<b>Формування форми проведення заходу:</b>	інтерактивний семінар
<b>З’ясування мети:</b>	формування позитивної мотивації роботодавців до створення нових робочих місць з наданням компенсації ЄСВ
<b>Підбір цільової аудиторії:</b>	– роботодавці, які працевлаштовують на нові робочі місця безробітних, що потребують додаткових гарантій зайнятості; – суб’єкти малого підприємництва, які працевлаштовують безробітних на нові робочі місця в пріоритетних видах економічної діяльності
<b>Визначення методів підбору цільової аудиторії учасників:</b>	Аналіз: – потреби підприємств у кадрах; – варіантів укомплектування вакантних місць; – відповідності можливих кандидатів на участь визначеній цільовій аудиторії.
<b>Підбір обладнання:</b>	Фліп-чарт, ручки, блокноти для нотаток (папір формату А-4), маркери, калькулятори, інтерактивна дошка або кодоскоп.
<b>Визначення загальної тривалості семінару:</b>	50–60 хвилин
<b>Розрахунок чисельності учасників:</b>	15 осіб

їх представників, а прийняли рішення щодо створення нових робочих місць із наданням компенсації ЄСВ 136 роботодавців, що складає лише 3,4% від загальної кількості учасників.

У чому причина низької ефективності семінарів? Для аналізу ситуації були застосовані методи дослідження: статистичний, спостереження та анонімне анкетування учасників семінарів. З’ясувалося, що у більшості випадків семінари для роботодавців на таку корисну тему нагадують “театр одного актора”, характеризуються хаотичним підбором учасників і нецікавою безособовою подачею інформації, під час семінарів не використовуються мотиваційний ланцюжок.

Для усунення зазначених недоліків у ЦЗ проведено експериментальний етап, що складався з двох взаємопов’язаних частин:

1. розробка нової форми інформаційної взаємодії з роботодавцями;
2. апробація моделі та оцінка її ефективності.

У ході першої частини визначені тема семінару і його мета; програма та форми донесення інформації з урахуванням інтересів цільової аудиторії; розроблено методи підбору учасників семінару та засоби їх залучення до участі; підібрані необхідні технічні засоби та додаткові інформаційні матеріали; зазначені очікувані результати та критерії ефективності нової форми інформаційної взаємодії (табл. 1 та 2).

Апробацію моделі (упродовж серпня–вересня 2014 р.) було вирішено провести у трьох базових центрах зайнятості Київської області. Основний критерій такого

вибору – наявність значних проблем у залученні роботодавців до нової послуги.

Усього було проведено три інтерактивних семінари за участю 35 керівників підприємств, установ, організацій та їх представників. Протягом двох тижнів після проведення заходу семеро роботодавців створили по одному новому робочому місцю з можливістю компенсації ЄСВ, що складає 20% від загальної кількості учасників. Нову форму проведення семінарів (за результатами анонімного анкетування) підтримали 100% учасників, 85% опитаних запропонували розглянути можливість розробки інших тематичних семінарів саме в інтерактивній формі.

Таким чином, результати апробації переконливо свідчать, що причини низької ефективності семінарів були встановлені вірно, а фахівці відділу взаємодії з роботодавцями регіонального центру зайнятості, прийнявши рішення щодо пошуку нових форм інформаційної взаємодії зі своїми клієнтами, рухаються у правильному напрямі.

Наразі в області триває етап упровадження методики проведення інтерактивного семінару у роботу всіх базових центрів зайнятості. Цей етап передбачає практичне навчання персоналу (майстер-клас) із паралельним застосуванням контролю впровадження на рівні конкретних базових центрів зайнятості через оцінку якості організації та проведення інтерактивного семінару, його ефективності за визначеними критеріями.

Програма інтерактивного семінару з роботодавцями

№ пор.	Основні питання та вправи	Метод проведення	Тривалість
1.	Вступ. Ознайомлення з темою та основними питаннями семінару. Знайомство учасників, прийняття правил роботи групи.	Міні-лекція, інтерактивні вправи	7 хвилин
2.	Джерела пошуку працівників, їх переваги та недоліки.	Інтерактивна вправа з наступним обговоренням	15 хвилин
3.	Вчимося обліковувати переваги.	Інтерактивна вправа (робота в малих групах по дві-три особи)	5 хвилин
4.	Компенсація єдиного соціального внеску: нові можливості економії обігових коштів.	Міні-лекція з використанням слайдів	7 хвилин
5.	Переконуємо опонентів.	Обговорення з елементами рольової гри	15–20 хвилин
6.	Підведення підсумків. Проведення анонімного анкетування учасників.		3 хвилини

**Висновки:**

1. Використання інтерактивних методик дозволяє суттєво удосконалити процес інформаційної взаємодії служби зайнятості з роботодавцями.

2. Запропонована форма роботи не потребує значних затрат.

3. Доцільність упровадження інтерактивного семінару у практику базових центрів зайнятості доведена у результаті проведеної апробації нової моделі.

4. Навчання профільних фахівців відділів взаємодії з роботодавцями новим формам роботи дозволить підвищити їх професійний рівень, що позитивно позначиться на престижі служби зайнятості.

5. Підтверджена ефективність семінару дозволяє розглядати можливість розробки інших тематичних інтерактивних заходів для роботодавців.

Стаття надійшла 16.12.2014