

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій та менеджменту
Кафедра менеджменту

Магістерська робота
на тему:
***«Удосконалення використання концепцій соціального
маркетингу у роботі установ соціальної сфери»***

Студентки 6-го курсу
денної форми навчання
напряму підготовки
073 «Менеджмент»
Яроші Анастасії Василівни

Науковий керівник: доц.
Микитин Тарас Миронович

Рівне - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДАННЯ ПОСЛУГ.....	8
1.1. Передумови і тенденції розвитку сфери послуг.....	8
1.2 Сутність і характеристика послуг.....	12
1.3 Складові процесу управління в сфері послуг.....	17
1.4 Процес надання послуг у системі управління якістю.....	22
1.5 Особливості комплексу маркетингу послуг.....	27
1.6 Конкурентоспроможність підприємств сфери послуг.....	36
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДАННЯ ПОСЛУГ В РІВНЕНСЬКОМУ МІСЬКОМУ ЦЕНТРІ ЗАЙНЯТОСТІ...45	45
2.1 Загальна характеристика організації.....	45
2.2 Аналіз результатів діяльності Рівненського міського центру зайнятості.....	48
2.3 Аналіз управління процесом надання послуг у Рівненському міському центрі зайнятості.....	64
2.4 Порядок прийому клієнтів спеціалістами центру зайнятості.....	83
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДАННЯ ПОСЛУГ РІВНЕНСЬКОГО МІСЬКОГО ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ.....	86
3.1. Шляхи удосконалення процесу надання послуг.....	86
3.2 Оцінка запропонованих заходів.....	92
3.3 Охорона праці у Рівненському міському центрі зайнятості.....	97
ВИСНОВКИ.....	104
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	107
ДОДАТКИ	

ВСТУП

За останні роки сфера послуг зростає дуже швидкими темпами. Перерозподіл на ринку праці, зменшення використання праці у виробництві товарів збільшили невиробничу сферу, до якої можна віднести і ринок послуг. Крім того стрімко зростає обсяг бізнесових послуг у зв'язку з тим, що бізнес стає більш ускладненим, спеціалізованим і конкурентним.

Треба зазначити, що послуги містять ознаки, які суттєво відрізняють їх від товарів. Важливим є визначення послуги, та її специфіки. Послуга – це будь – який захід, або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які, в основному, невідчутні і не призводять до привласнення чого – небудь. Виробництво послуг може або не може бути пов'язаним з товаром в його матеріальному вигляді. Під послугами розуміють велику різноманітність видів діяльності, робіт і занять. Можна констатувати: послугам притаманний ряд особливих характеристик, які необхідно враховувати в процесі діяльності, такі як: невідчутність послуг, невіддільність послуг від їх виробника, неможливість збереження послуг, неможливість складування і транспортування послуг. Характеристика послуг дуже різноманітна, кожен автор трактував її по своєму.

Сучасний етап розвитку ринку праці в Україні характеризується такими негативними рисами, як перевищення пропозиції робочої сили над попитом і низька ефективність використання трудового потенціалу країни. Центр зайнятості – це соціальна установа, яка на засадах соціального страхування щорічно надає на безоплатній основі широкий спектр соціальних послуг.

Забезпечення високої якості обслуговування нерозривно пов'язане із задоволенням потреб клієнтів. Цей взаємозв'язок визначає сьогодні ринкову політику будь-якої фірми, тим більше що права споживача на якісне обслуговування в розвинених європейських країнах мають законодавчу основу.

Актуальність теми. Ця тема є актуальна сьогодні тому що, стан справ в сфері зайнятості є визначальним щодо існування й розвитку будь-якого суспільства. Саме тому органи й установи, для яких зайнятість є об'єктом управлінського впливу, несуть значну відповідальність за процеси, що відбуваються в цій сфері. Ключова роль в регулюванні процесів на ринку праці належить державній службі зайнятості, але кожна область має свій міський центр зайнятості тому важливим є підвищення ефективності діяльності для досягнення кращих результатів та зменшення безробіття в області. Центр зайнятості завжди буде наділений увагою, тому що надання послуг, а особливо послуг пошуку роботи завдяки яким і відбувається зниження безробіття, завжди буде актуальним.

Об'єктом дослідження є Рівненський міський центр зайнятості, показники його роботи.

Метою даної роботи є вивчення і оцінка наявної системи обслуговування населення Рівненським міським центром зайнятості з питань працевлаштування та аналіз основних результатів діяльності, формулювання механізму удосконалення системи обслуговування населення в організації на засадах концепцій соціального маркетингу.

Завдання які були поставлені перед виконанням дипломної роботи спеціаліста:

- ✓ охарактеризувати сферу послуг;
- ✓ розкрити процес управління у сфері послуг та охарактеризувати якість надання послуг;
- ✓ дослідити маркетинг просування послуг та конкурентоспроможність підприємств сфери послуг;
- ✓ надати повну характеристику Рівненському міському центру зайнятості тобто основні напрямки його діяльності, організаційну структуру, проаналізувати показники його роботи;
- ✓ здійснити аналіз управління процесом надання послуг та охарактеризувати процес прийому громадян;

- ✓ проаналізувати охорону праці в центрі зайнятості;
- ✓ запропонувати шляхи вдосконалення управління процесом обслуговування;
- ✓ зробити висновки за результатами.

Методи дослідження бібліографічно-описовий, аналітичний, метод порівняння, метод узагальнення, тощо.

Обсяг роботи складає 110 сторінок друкованого тексту, містить чотири розділи, вступ, висновки та список використаних джерел, а також додатки А,Б,В,Г. В тексті приведено 4 рисунки, 14 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДАННЯ ПОСЛУГ

1.1. Передумови і тенденції розвитку сфери послуг

Розвиток сфери послуг є необхідною умовою успішного розвитку всієї економіки держави. Враховуючи важливість сфери послуг та її вплив на сучасне суспільство, період з 1990 по 2000 рр. ООН назвала десятиліттям розвитку сфери послуг, як вид суспільно корисної діяльності послуги існують давно, незважаючи на це, дати визначення послуги виявилось нелегким завданням. Жваві дискусії з цього приводу розгорнулися в кінці 60-х - початку 70-х рр.. XX століття, коли сфера послуг розвинених країн стала приносити у ВВП приблизно стільки ж, скільки промисловий і аграрний сектори економіки разом узяті.

Передумови проникнення послуг в структуру виробництва «обумовлене такими чинниками:

- наявність в системі виробничих сил інфраструктурних елементів, функціонування яких створює загальні умови виробництва і являється потужним динамічним фактором організації виробничого процесу;

- розвиток об'єктивного процесу зростання взаємопов'язаності і взаємозалежності в економічній системі, зміни на цій основі рольових функцій і відповідальності обслуговуючих виробництв;

- поява і включення в господарський обіг невідомих або малозначущих раніше ресурсів, до числа яких по праву входить нематеріальний ресурс- послуга (інформація і знання);

- перетворення галузевої організації виробництва в мережеву з переважанням концентричного принципу організації, при якому навколо власного виробництва (промислового ядра) формується система потужної інфраструктури;

- впровадження процесу нематеріального виробництва в сферу виробництва матеріального обумовлене складним економічним середовищем і необхідністю пристосування до нього господарюючих суб'єктів з метою зниження прямих і непрямих витрат» [6, с.65].

Таким чином, індустріальна економіка перетворилася на сервісну: сьогодні в розвинених країнах до 80% валового національного продукту створюється у сфері послуг, де працює 4 / 5 всього економічно активного населення. Основна особливість сервісної економіки полягає в тому, що вона передбачає надання послуг, а отже, безпосередній контакт між працівником і споживачем. Докорінно змінюються умови виробничої діяльності більшості співробітників, вимоги до них, а відповідно і методи організації праці та управління.

Більшість сервісних працівників за характером своєї виробничої діяльності змушені приймати самостійні рішення в нестандартних ситуаціях, в цьому полягає їх головна відмінність від співробітників традиційної організації. За той час, що сфера послуг стала домінуючим сектором в економіці, в ній самій відбулися фундаментальні зміни. Стрімко зростає число фінансистів, фахівців з обслуговування устаткування, консультантів, наукових працівників, зайнятих прикладними дослідженнями, менеджерів проектів. Всі ці люди відносяться до категорії найманих працівників, яких з легкої руки класика управлінської науки Пітера Дракера стали «називати *knowledge workers* (буквально - озброєні знаннями працівники)» [18, с.93]. Якщо на початку ХХ століття тільки 17% посад в економіці США вимагали праці таких працівників, то тепер таких робочих місць - 60%. Основна особливість полягає в їх здатності створювати нову цінність за рахунок власних знань, а не матеріальних ресурсів. Основою професійної діяльності юриста, психотерапевта, менеджера є знання про свій предмет, їх поведінкові навички, а все інше (персональні комп'ютери, кабінети) грає лише допоміжну роль, представляючи собою без людських знань мертвий капітал. У результаті цього докорінно змінюються відносини між співробітником і

організацією, на зміну абсолютної залежності першого від останньої приходять відносини рівноправних партнерів, доля яких в однаковій мірі залежить від кожної зі сторін.

У силу того, що основою продуктивності більшості сучасних співробітників є їх власні знання та навички, а не розроблені кимось технології і виробничі методи, результати їх праці можуть різко відрізнитися за схожих організаційних умовах. З одного боку, ця риса сучасної економіки дозволяє компаніям досягати колосальних успіхів у конкурентній боротьбі, створюючи додаткову цінність для своїх клієнтів, з іншого - потрібно визнання індивідуальних відмінностей у системах управління співробітниками, що суперечить філософії традиційної системи.

Відомий теоретик маркетингу Т. Левітт стверджує: «Кожна галузь в більшій чи меншій мірі надає послуги». Його думку продовжує Ф. Котлер: «У кінцевому підсумку все повинно зводитися до сфери послуг клієнт, що придбає товар, насправді купує послуги, які цей товар йому пропонує». В.Є. Ніколайчук вважає, що кожна галузь виробляє послуги, але не кожна галузь виробляє матеріальні товари (банки, транспорт, консалтинг і т.д.) Тут доречно зазначити, що потреба у багатьох видах послуг веде до створення такої ж великої групи товарів, які окремо від послуг, самі по собі, були б не потрібні. Про це переконливо пишуть Стен Репп і Томас Л. Коллінз: «У міру того як усі ми далі й глибше просуваємося у добу інформації та економіки сервісу, ми виявляємо, що багато хто з нових товарів, що наповнюють ринок, не є товарами в звичайному розумінні цього слова. Швидше, вони являють собою інформацію та послуги, прив'язані до будь-якого з фізичних продуктів» [19, с. 96-98].

Крім того, роздуми змушують зробити висновок, що і будь-які внутрішні відносини також представляють собою низку послуг, а управління виробництвом - комплекс інтелектуальних організаційно-економічних послуг виробництву.

З вище сказаного можна зробити висновок, що виробництво послуг поширене ширше, ніж виробництво матеріальних товарів.

Відповідно до положень Світової організації торгівлі (СОТ) всі послуги поділяють на 12 секторів:

- послуги для бізнесу;
- будівельні послуги;
- послуги зв'язку (інформаційні: поштові, кур'єрські та телекомунікаційні);
- дистрибуційні послуги (послуги торгових агентів, маркетинг, роздрібна та оптова торгівля, франчайзинг);
- транспортні послуги;
- фінансові послуги;
- освітні послуги;
- послуги охорони здоров'я;
- туристичні послуги;
- рекреаційні послуги;
- послуги з охорони навколишнього середовища;
- послуги, в іншому місці не класифіковані.

При цьому найбільш неоднорідним є сектор «послуг для бізнесу, який включає безліч послуг, які заслуговують на самостійності. Точно так само фінансові, транспортні послуги - це величезні блоки самостійних видів діяльності» [28, с. 128].

Таким чином, провівши певні дослідження літературних джерел можна зробити висновок що в кінці ХХ спостерігалось помітне зростання частки сфери послуг у валовому внутрішньому продукті економічно розвинених країн. Крім того, необхідно підкреслити, що в промислово розвинених країнах спостерігається зсув цієї сфери в бік складних і наукомістких видів послуг, розвиток послуг організаціям.

1.2 Сутність і характеристика послуг

Щоб дати чітке і повне визначення послуги, необхідно почати з самих витоків тлумачення цього терміна. Звернення до лінгвістичного тлумачення послуги навряд чи можна визнати цілком плідним для з'ясування її природи в сучасних відносинах.

Визначення послуги зводиться до двох пов'язаних між собою елементів: мети, якої послуга служить (допомога, користь), і засобу досягнення цієї мети (вчинення дії тим, хто робить послугу). Об'єднання цих двох елементів є основою для спільного мовного поняття послуги.

Далі розглянемо різні підходи до визначення економічної сутності послуги та визначити її відмінність від товару. К. Гренроос вважає, «що тільки в 1990-х економісти зупинилися на одному з визначень послуги». На думку К. Гренроос, «послуга - це процес, що включає серію (або декілька) невловимих дій, які за необхідності відбуваються при взаємодії між покупцями та обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системами підприємства постачальника послуг» [21, с. 103]. Даний процес спрямований на рішення проблем покупця послуги. Це визначення досить описує суть послуги, проте деякі послуги (косметичні, перукарні тощо) можуть бути відчутними.

Сьогодні в економічній літературі можна знайти й інші визначення послуги. Цікаво визначення Р. Малера: «Послуги - нематеріальні активи, що виробляються для цілей збуту» [19, с. 108]. За визначенням, нематеріальні активи (чи нематеріальні цінності) - це цінності, які не є фізичними, речовими об'єктами, але мають вартісну, грошову оцінку. Послуга - це процес, ряд дій. Ці дії можуть бути інструментом для виробництва цінності, але самі не є самостійною цінністю.

Досить часто можна зустріти визначення послуги як корисної дії, справ, вчинків або ж дій взагалі. Очевидно, що це визначення має надто

загальний характер. Послугами іноді називають діяльність, в результаті якої не створюються самостійний продукт, матеріальний об'єкт або матеріальні цінності.

Однак у вітчизняній економічній літературі по сфері послуг побутові послуги населенню класифікують на виробничі (виробляють продукцію) і невиробничі, матеріальні та нематеріальні. Отже, і це визначення має суттєві обмеження.

У методологічному відношенні допускається певна неточність щодо сутності товару та послуги. Подібне тлумачення зазначених понять має місце у працях відомого фахівця-маркетолога Ф. Котлера. Виходячи з визначення маркетингу як діяльності щодо задоволення потреб і потреб обміну, Ф. Котлер констатує наступне: «Товар - все те, що може задовольнити потребу і потребу і пропонується ринку з метою залучення уваги, придбання, використання або споживання. Це можуть бути фізичні об'єкти, послуги, місця, організації та ідеї» [17, с. 463].

В методологічному плані необхідно відзначити, що послуга - товар специфічний. На відміну від матеріальних товарів послуги виробляються і споживаються в основному це й не підлягають зберіганню. Тому відбувається певне відокремлення послуг від уречевлених товарів, реалізація яких зазвичай пов'язана з посередництвом і можливостями зберігання.

Так, при проведенні семінарів, конференцій, «круглих столів» та інших заходів присутніх задають питання і тут же отримують відповіді консультантів з певної професійної тематики, тобто фактично користуються консультаційними послугами фахівців. Наведені вище визначення поняття «послуга» можна доповнити таким висловом Ф. Котлера: «Послуга - будь-який захід або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невловимі і не приводять до заволодіння чим-небудь. Виробництво послуг може бути і може не бути пов'язане з товаром в його матеріальному вигляді» [17, с. 38].

Аналіз поняття «послуга» дозволяє стверджувати, що послуга з урахуванням умов господарювання в ринковій економіці являє собою, з одного боку, специфічну споживчу вартість і специфічні економічні відносини. З іншого боку, як вираження такого роду відносини послуга є економічна категорія, сутність якої полягає в наступному: послуга виражає економічні відносини суспільного товарного, але не матеріального обміну, об'єктом якого є безпосередній працю як специфічної діяльності. Погоджуючись з тим, що послуга в ринковій економіці є продуктом обміну, можна навести ще одне визначення поняття «послуга». Послуга - діяльність, що надається споживачеві в обмін на його ресурси: гроші, час, когнітивні ресурси. Послуга характеризується такими властивостями, як «неявність і нестабільність властивостей, невіддільність від постачальника і незбереження в часі» [25, с. 39]. Дане визначення розкриває основну суть послуг, але в ньому не проводиться розмежування між реалізацією матеріальних товарів та послуг.

Ось, наприклад, як характеризуються «властивості послуги

1. Послуги представляють собою поєднання процесу надання та споживання результату послуги, які можуть збігатися за часом.
2. Послуги, залежно від об'єкта і результату, діляться на матеріальні і нематеріальні.
3. У сфері послуг суб'єктом виступає індивідуальний підприємець чи мале сервісне підприємство.
4. У багатьох випадках споживач не тільки є об'єктом надання послуги, але й безпосередньо бере участь у процесі її надання.
5. Як правило, послуга має індивідуальний характер надання та споживання.
6. У сервісі послуг висока частка ручної праці, якість якого залежить від майстерності персоналу.
7. Виконавець послуги не є власником результату послуги.

8. Послуги локальні, нетранспортабельними, можуть мати регіональний характер і можуть бути не зберігання» [30, с. 100].

Специфіка послуг - наявність, невіддільність від постачальника, нестабільність і незбережуваність в часі - зумовлює особливості управління функціонуванням і розвитком підприємства сфери послуг. Наявність послуги означає, що послугу не можна або практично неможливо побачити, спробувати, почути або помацати до покупки. До купівлі послуг навчання або туристичних послуг споживач не може достовірно оцінити їх якість і побачити результати споживання. Тому для зниження невизначеності споживач шукає сигнали, що відображають якість послуги, - ліцензію і сертифікати, свідчення інших споживачів, оформлення інтер'єрів, ввічливість персоналу, буклети та інформацію на Інтернет-сайті постачальника. Невіддільність послуги від постачальника означає, що людина, що надає послугу, - частина цієї послуги. Оскільки споживач нерідко присутній при наданні послуг, для їхнього успіху важлива взаємодія - споживач, так як і постачальник, впливають на якість і результат послуг. Нестабільність якості послуги зумовлена його залежністю від того, хто, де і коли надає послугу. Не випадково споживачі схильні, за наявності можливості, вибирати лікаря, місце для навчання дітей, перукаря, телеканал і турфірму для подорожей.

Незбереженість послуги робить проблемним її запас. Послуги не можуть зберігатися для подальшого продажу чи використання, як продукт у матеріальній формі. Порожні кімнати готелю не оплачуються відвідувачами, так само як і порожні місця в театральному залі або в літаку, але знаходяться в стані готовності надати послугу.

У теорії та практиці вже давно використовуються різні підходи до класифікації послуг. Найбільш поширеним є умовний «розподіл сфери послуг по областях їх функціонування:

- Послуги в галузях матеріального виробництва (транспорт, зв'язок, побутове обслуговування тощо);

- Послуги в сферах духовного життя (освіта, фізична культура, наука, мистецтво і т.д.);

- Послуги в областях соціальної сфери (торгівля, житлово-комунальне обслуговування, охорона здоров'я тощо)» [11, с.63].

У сучасній економічній літературі представлено декілька різних варіантів класифікацій послуг. Найбільш представницький з них наведено в документах Світової організації торгівлі (СОТ), відповідно до положень якої всі послуги поділяються на «такі сектори:

- Транспортні послуги;
- Туристичні послуги;
- Послуги зв'язку - поштові, кур'єрські та телекомунікаційні;
- Фінансові послуги;
- Комп'ютерні та інформаційні;
- Ліцензійні послуги;
- Інші ділові послуги;
- Персональні, культурні та рекреаційні послуги;
- Державні.
- Телекомунікаційні послуги, у свою чергу, складаються з послуг:

документальної, міжміського та міжнародного телефонного, місцевого телефонного зв'язку, проводового мовлення, радіозв'язку, радіомовлення, телебачення, супутникового зв'язку, радіопошуку, системи радіального дії і стільникових послуг. До послуг документального зв'язку відносяться телеграми, оренда каналів абонентського телеграфування та інші» [20, с. 64].

Послуги можна класифікувати і за такими ознаками, як типи постачальників, характер джерела послуги, цілі споживачів, канали надання послуги, складність послуги, характер споживання послуги, участь споживача в процесі послуги.

Постачальниками послуг є державні організації, приватні неприбуткові організації, бізнес-організації та окремі люди. Державні організації надають

послуги служб зайнятості, судів, охорони здоров'я, освіти, оборони. Бізнес-організації надають послуги авіаперевезень, банківські, готельно-туристичні, торгівлі, досліджень ринку, реклами та бізнес-освіти, консалтингу.

За характером джерела надання послуги поділяються на ті, в яких домінують або люди, або машини. Послуги, в яких домінує обладнання, - авіаперевезення, телекомунікаційні, банкомати - мають менше проблем нестійкості якості та маркетингу. Наприклад, ігрові автомати надають послугу розваги споживачам і не вимагають участі людини - постачальника послуги, за винятком настроювання й ремонту. У послугах у яких домінує людина - у консультуванні, навчанні, охороні здоров'я, в театральних постановках і концертах шоу-бізнесу - люди і персонал є значимим чинником якості послуги.

Отже, можна зробити висновок що поняття «послуга» має багато визначень, кожне з яких по своєму вірне. В наш час сфера послуг набуває все більших масштабів і цим забезпечує багато робочих місць, хороших фахівців та задоволення потреб споживачів.

1.3 Складові процесу управління в сфері послуг

Послуги відрізняють за якістю у відповідності з параметрами такими як швидкість, компетентність, чемність, турботливість, індивідуалізація підходу до клієнта. Дуже важливою є відповідність стандарту надання однієї і тієї ж послуги різним клієнтам. Але саме в цьому складність управління процесом надання послуг. Це пояснюється тим, що послуги створюють, в основному, люди, а не машини.

Як і з товаром, сприйнятлива цінність послуг визначається довгостроковим утриманням певної частки ринку і прибутком підприємства. А в зв'язку з тим, що споживчі вимоги в сучасних умовах до стандартів обслуговування зростають, то і підвищуються вимоги до якості послуг. Це пов'язано з наступним:

по-перше, в наслідок невідчутності послуг до них не можливо застосувати фізичні стандарти якості (колір, відповідність);

по-друге, різнорідність послуг утруднює розробку відповідних стандартів;

по-третє, в наслідок неподільності надання послуг та їх споживання участь споживачів в процесі обслуговування ускладнює управління якістю;

по-четверте, невід'ємність надання послуг призведе до того, що якість з погляду покупця залежить не тільки від результату, але і від самого процесу обслуговування.

Чинниками, що характеризують якість послуг є:

- надійність;
- доступність;
- репутація;
- безпека;
- розуміння потреб;
- чуйність персоналу;
- компетенція персоналу;
- чемність персоналу;
- комунікації, тобто зрозумілість послуг;

Критерієм міркування споживача про якість послуг є їх відповідність очікуванням. Очікування споживачів формується їх досвідом, відповідністю відгукам інших покупців та рекламі.

Причинами невідповідності очікуваних результатів до реальних можуть бути:

- помилкова оцінка менеджментом очікувань споживачів;
- невірне уявлення про якість послуг, тобто передбачувана концепція;
- низька якість обслуговування може бути через низьку мотивацію персоналу і недостатні ресурси;
- неправдива реклама.

Для позбавлення таких недоліків потрібно:

- вірно визначити цільовий ринок і найбільш цінні для споживачів характеристики послуг;
- керівництво повинно додержуватись високих стандартів сервісу;
- заходи по підвищенню якості послуг перш за все вимагають навчання і відповідної мотивації персоналу, а також ефективною системи контролю.

Як видно з наведених причин, для забезпечення високої якості послуг необхідно максимально точно визначити, що очікує споживач і намагатись повніше задовольнити потребу. При цьому потрібно пам'ятати, що клієнт оцінює не тільки отриманий результат, але і враховує свій попередній досвід участі в обслуговуванні.

Тому при оцінці результату обслуговування слід враховувати наступні критерії:

- Міра доступності як в місці надання послуги, так і в часі.
- Надійність постійного якісного отримання послуги.
- Репутація підприємства щодо довіри клієнтів до якісної роботи персоналу.
- Безпечність, яка не пов'язує надання послуги з певним ризиком для клієнта.
- Турбота про клієнта в розумінні персоналом очікувань клієнта.
- Оперативність в швидкості реагування на прохання (примхи) клієнта.
- Ввічливість в обходженні персоналу з клієнтом.
- Компетентність обслуговуючого персоналу, його кваліфікація в наданні послуг високої якості.
- Рівень комунікації, що забезпечує точну і зрозумілу інформацію про надану послугу.
- Матеріальні чинники, що повинні впевнити клієнта про високий рівень фірми зовнішнім видом персоналу та інтер'єром приміщення.

Такий самоаналіз дозволяє підприємству виявити елементи, що потребують вдосконалення. Найбільш надійним підходом до оцінки якості наданих послуг є проведення маркетингових досліджень, ціллю яких є оцінка продуктивності роботи фірми в порівнянні з конкурентами. Управління продуктивністю дуже важлива справа, бо в сфері послуг продуктивність дуже низька. Рівень продуктивності в сфері послуг залежить від факторів, які обумовлюють:

- значне залучення споживача в процес обслуговування, що утруднює його стандартизацію і автоматизацію;
- продуктивність надання послуги будь-коли залежить від інтенсивності праці персоналу;
- незбереженість послуг веде до використання надмірних потужностей.

Вочевидь набір таких факторів свідчить про те, що між підвищенням продуктивності праці в сфері послуг і підвищенням їх якості може виникати протиріччя. Наприклад, інститут, збільшуючи розміри студентських груп ризикує знизити якість навчання. Тому повинні максимально оптимізуватись дії виробників і маркетологів в справі задоволення потреб клієнтів.

Це досягається:

- розробкою нових технологій;
- зростанням ролі споживача в обслуговуванні;
- збалансованістю попиту і пропозиції послуг;
- розподілом діяльності в міру контакту із споживачем;
- конвеєрний підхід до обслуговування при застосуванні жорстких і м'яких технологій.

Жорсткі технології — це автоматизація процесів, а м'які ведуть до більш продуктивної організації праці.

Способи підвищення продуктивності праці без зниження якості послуг пов'язані:

- 1) з розподілом діяльності за мірою контакту із споживачем (медичні або поштові послуги);

2) з конвеєрним підходом до обслуговування в умовах жорстких та зберігаючих технологій.

В першому випадку «потрібна автоматизація, а в другому скорочення персоналу.

- з зростанням міри участі клієнта в процесі обслуговування за рахунок переводу клієнтів на часткове самообслуговування (електронні картки);
- з встановленням рівноваги попиту і пропозиції при зниженні пікового попиту і збільшенні гнучкості пропозицій» [9, с. 125-130].

Управління обслуговуючим персоналом це створення потрібних відносин персоналу із споживачем. Для багатьох організацій сфери послуг характерні тісні і відносно тривалі контакти обслуговуючого персоналу із споживачами. В цьому випадку важливі особисті відносини обслуговуючого персоналу з клієнтом. Як правило, незадоволеність клієнтів закладами, що надають послуги пов'язано з байдужністю та неввічливістю персоналу при їх обслуговуванні.

Процес управління обслуговуючим персоналом складається:

- з правильного підбору штату працівників;
- з ознайомлення працівників з вимогами і корпоративною культурою на підприємстві;
- з системи мотивації персоналу;
- з оцінки якості послуг.

При підборі працівників потрібно не тільки визначити характери роботи, але і скласти перелік особистих характеристик, які повинен мати працівник, виконуючи певну роботу. Після прийняття в штат людина повинна ознайомитись як з вимогами, та і з корпоративною культурою на підприємстві. Тобто не тільки зрозуміти політику підприємства, але і підготуватись до роботи в колективі, тобто засвоїти поведінкові норми, можливості прояву творчої ініціативи, тощо. Освоєння внутрішніх стандартів поведінки в значній мірі пов'язана з мотивацією персоналу на фірмі. В даному випадку застосовуються всі форми, які пов'язані з мотивацією

персоналу. Це визначення «досягнення службовця, точне визначення його завдань, можливості кар'єрного зростання, зацікавленість в роботі, матеріальне винагородження, а також призначення більш складних, але виконуваних завдань» [20, с. 115-118].

Отже, дуже важливою є постійна оцінка якості надання послуг. Для забезпечення високих стандартів якості послуг необхідний тісний зворотній зв'язок із споживачем. Службовці повинні постійно інформувати керівництво про наслідки опитування думки споживачів, з тим, щоб потреби і нестатки клієнтів задовольнялись як можна швидше та якісніше.

1.4 Процес надання послуг у системі управління якістю

Керівництво має розподілити конкретні обов'язки між усім персоналом, що задіяний у процесі надання послуг, у т. ч. передбачити отримання оцінок з боку постачальника і споживача.

Надання послуги споживачам передбачає:

- дотримання заданих технічних умов на надання послуги;
- контроль за дотриманням технічних умов на послугу;
- коригування процесу при виявленні відхилень.

Управління якістю має стати невід'ємною частиною процесу надання послуги. Воно включає:

- вимірювання і перевірку ключових видів діяльності в рамках процесу надання послуги з метою уникнення небажаних тенденцій і незадоволення споживачів;
- самоконтроль залученого до надання послуги персоналу як невід'ємну частину вимірювання параметрів процесу;
- остаточне, при безпосередній взаємодії зі споживачем, оцінювання постачальником послуги, що надається, з метою визначення перспектив стосовно її якості.

Надана споживачем оцінка послуги — це остаточна міра її якості. Реакція споживача може бути негайною, може з'явитися за певний час або

заднім числом. Часто, оцінюючи надану послугу, споживач виходить лише з власної суб'єктивної думки. Споживачі рідко із власної ініціативи повідомляють організацію, яка надає послуги, про свою оцінку наданої їм послуги. У разі свого незадоволення послугами споживачі швидше за все припинять користуватися ними чи купувати їх, не повідомляючи про це організацію, яка надає послуги, тобто не надаючи їй змоги виконати відповідні коригувальні дії. Враження про задоволеність споживача, сформоване на підставі відсутності претензій, може призвести до помилкових висновків.

Організація, яка надає послуги, має провадити практику постійного оцінювання і визначення ступеня задоволеності потреб споживача. Ступінь задоволеності має відповідати професійним та етичним нормам організації, яка надає послуги. При такому оцінюванні виявляються як позитивні, так і негативні відгуки та їхній ймовірний вплив на майбутню діяльність організації.

Оцінюючи ступінь задоволеності споживача, основну увагу слід приділити тому, наскільки короткий опис послуги, технічні умови на неї і на її надання, а також процес надання послуги відповідає потребам споживача. Організація, яка надає послуги, часто вважає, що послуга, яка нею надається, є належного рівня, проте споживач може з цим не погоджуватись, визначаючи неадекватність технічних умов, процесів чи критеріїв.

Оцінку наданої послуги, яку дає споживач, слід порівнювати з уявленням та оцінкою самого постачальника з метою визначення того, чи збігаються ці два критерії якості і чи є необхідність вжиття заходів щодо підвищення якості.

Для визначення ступеня дотримання технічних умов на послугу і задоволення потреб споживача має реєструватися статус робіт, які виконуються на кожному етапі процесу надання послуги.

Виявлення випадків невідповідності послуг поставленим до них вимогам та інформування про це є завданням і обов'язком кожного

працівника організації, яка надає послуги. Слід робити все можливе «для виявлення потенційних невідповідностей послуги до того, як вони проявляються у споживача» [37].

У системі якості мають бути передбачені обов'язки і відповідальність за виконання коригувальних дій.

При виявленні невідповідності її слід зареєструвати, проаналізувати і усунути. Коригувальні дії часто виконують у два етапи, перший з яких полягає в негайних заходах щодо задоволення потреб споживача, а другий — в оцінюванні основної причини невідповідності та плануванні будь-яких необхідних довготермінових коригувальних дій, що дозволяють запобігати повторному проявові виявленого недоліку.

Довготермінові коригувальні дії мають бути пропорційними величині та впливу виявленого недоліку. Під час проведення коригувальних дій слід контролювати їхню ефективність.

Необхідно впроваджувати впроваджені методики контролю та супроводу системи вимірювання параметрів послуги. До засобів управління належать: відповідна кваліфікація персоналу, методики вимірювання параметрів і будь-які аналітичні моделі програмного забезпечення, що застосовується для проведення вимірювань та випробувань. Вся діяльність стосовно проведення вимірювань і випробувань, в тому числі проведення опитувань і анкетування споживачів, мають пройти випробування на дієвість та надійність.

Отже, застосування, калібрування і утримання всього вимірювального і випробувального обладнання, що використовується для виконання послуг чи оцінювання їхньої якості мають перебувати під контролем, що забезпечувало б упевненість у рішеннях, котрі приймаються, чи в діях, які вживаються на підставі знятих показників. Похибку вимірювань слід зіставити із закладеною відповідно до вимог, і при виявленні відхилень від вимоги до точності чи допусків слід вживати необхідних заходів.

Необхідно практикувати постійне оцінювання функціонування процесів виконання послуг, що дає змогу виявляти резерви поліпшення якості послуг і активно їх реалізовувати. Для проведення такого оцінювання керівництву слід створити і підтримувати в робочому стані інформаційну систему зі збирання і поширення даних з усіх відповідних джерел. Керівництво має призначити відповідальних за ведення інформаційної системи і за поліпшення якості послуг.

Дані про показники виконання послуги отримують на підставі:

- оцінки з боку постачальника (з урахуванням управління якістю);
- оцінки з боку споживача (з урахуванням реакції споживача, його претензій та інформації зворотного зв'язку, яка ним вимагається);
- перевірок якості.

Аналіз цих даних дасть можливість визначити ступінь виконання вимог до послуг і виявити резерви поліпшення якості послуги, а також результативності та ефективності її надання.

Для досягнення результативності й ефективності збирання та аналіз даних слід проводити цілеспрямовано, упорядковано і за планом, не допускаючи безладдя.

Основна мета аналізу даних має полягати у виявленні причин систематичних помилок та їх попередження. Причина, що лежить в основі помилки, не завжди очевидна, проте слід намагатися виявити її. Це стосується і причин помилок, які як правило, викликаються конкретними причинами. Дуже часто помилки, які приписуються на рахунок персоналу чи споживачів, насправді пояснюються недоліками функціонування послуги, зумовлені складністю операції чи неадекватності методик, робочих умов, підготовки персоналу, інструкцій чи ресурсів.

Для більшості аспектів збирання і використання даних можна використовувати статистичні методи незалежно від того, чи то мається на увазі досягнення глибшого розуміння потреб споживачів — для управління

процесом, вивчення можливостей, прогнозування чи вимірювання якості для полегшення прийняття рішень.

Обов'язково має бути «програма постійного поліпшення якості послуг, а також ефективності і результативності всього циклу виконання послуги, включаючи заходи з визначення:

- характеристики, поліпшення якої є найбільш вигідним з погляду як споживача, так і організації, яка надає послуги;
- будь-яких змін у потребах ринку, що можуть вимагати зміни класу послуг, які надаються;
- будь-яких відхилень від установлених параметрів якості послуги внаслідок неефективності чи недостатності закладених у систему якості засобів контролю;
- резервів зниження витрат при збереженні та поліпшенні якості послуг, що надаються.

Діяльність щодо поліпшення рівня якості має бути направлена на досягнення як термінових, так і перспективних завдань поліпшення якості, і має включати:

- визначення того, які дані підлягають збиранню;
- аналіз даних і приділення першочергової уваги видам діяльності, які чинять найбільш негативний вплив на якість послуг;
- передачу результатів аналізу за допомогою зворотного зв'язку оперативному керівництву з рекомендаціями щодо невідкладного поліпшення якості;
- періодичне інформування вищого керівництва для аналізу рекомендацій щодо перспектив поліпшення якості» [34, с.210].

Отже, співробітники різних підрозділів організації, яка надає послуги, що працюють разом, здатні висувати плідні ідеї щодо поліпшення якості і зниження витрат. Керівництву слід заохочувати персонал всіх ланок робити свій внесок у програми поліпшення якості, відзначаючи їхні зусилля і участь.

1.5. Особливості комплексу маркетингу послуг

Просування послуг на ринок значно відрізняється від просування матеріальних товарів. Значною мірою це пояснюється нематеріальним характером послуги як товару. Відповідно, розробка комплексу маркетингу в цілому, для послуг значно складніше порівняно, з товарами. По суті, перед маркетингологом стоїть завдання реклами «повітря», так як оцінити послугу можна лише після її споживання.

Послуга, щоб відповідати вимогам ринку, повинна являти собою нерозривну єдність власне послуги / товару і відповідних їй додатків у формі супутніх послуг, що і складає так званий пакет.

По відношенню до ціни, що становить одну з найважливіших характеристик послуги як товару, підприємство також формує певну цінову політику, відзначимо, що ціна повинна відповідати і витратам на надання послуги (перевищувати її), і здібностям покупців оплатити надану послугу за такою ціною. З метою утримання покупців (формування їх постійного контингенту) слід застосовувати гнучку систему знижок до ціни, спонукаючи їх до повторних покупок. Ці питання мають становити особливі об'єкти уваги при формуванні товарної політики фірми.

Послуга - це будь - яка діяльність чи благо, яку одна сторона може запропонувати іншій. Послуга по суті своєї є невловимою і не приводить до передачі власності. Оренда готельного номера, зберігання грошей у банку (депозит), перельоти на літаку, візит до лікаря, стрижка в перукарні, відвідування спортивних змагань, перегляд кінофільму, ремонт автомобіля, консультація в адвоката - всі ці щоденні операції пов'язані з придбанням послуги. Однак необхідно відзначити, що, поряд з виробництвом товарів, багато промислових підприємств також надають цілий ряд послуг, серед яких - доставка товару, ремонт і технічне обслуговування устаткування, навчальні програми по його експлуатації, технічні консультації. Більш того, багато постачальників послуг, поряд зі своїм основним видом діяльності, продають і фізичні товари. Наприклад, авіакомпанії пропонують широкий асортимент

страв, напоїв, газет, які є невід'ємною частиною основної послуги - авіаперевезення. Досить «рідко можна зустріти організацію, що надає товар або послугу в чистому вигляді» [29, с. 39].

Відмінні характеристики послуги:

1) Невідчутність послуг: Послуги неможливо помацати, взяти в руки, почути, побачити або спробувати на смак до моменту придбання.

Проблема невідчутності послуг є нагальною для потенційних покупців, оскільки складно, а часом і неможливо оцінити якість наданих послуг.

У зв'язку з цим ступінь невизначеності придбання послуги тільки збільшується. Покупці змушені шукати передумови якості послуги виходячи з ціни, персоналу, обладнання, засоби надання послуги, іміджу продавця. Тобто з усього того, що споживач може побачити й оцінити. Тому що функціонує в сфері послуг організації, для зміцнення довіри з боку клієнтів, вкрай доцільно підвищувати ступінь відчутності послуги, додатково підкреслювати її значущість, демонструвати користь і вигоду, які отримає споживач з її використанням. У цьому полягає одна з основних задач маркетингу послуг.

2) Невіддільність, нерозривність виробництва і споживання послуги: Послуги надаються і споживаються одночасно тобто можуть бути надані тільки при надходженні замовлення.

Послуги на відміну від матеріальних товарів (які виробляються, зберігаються на складах, реалізуються і, в результаті, споживаються), на початку продають, а лише потім виробляють і споживають, причому, відбувається це одночасно. Невіддільність послуг передбачає, що послуги не можна відокремити від їхнього джерела, незалежно від того, хто цю послугу надає. Людина буде вважатися частиною послуги, якщо він цю послугу надає.

Виходячи з цього, маркетинг послуг покликаний приділяти особливу увагу взаємодії продавця і споживача послуги. Якість послуги буде залежати як від виробника, так і від споживача. Чим серйозніше поставиться до

аудиторської перевірки клієнт аудиторської фірми (в належний термін запросить аудиторів, своєчасно підготує всі необхідні для аудиту документи і т.д.), тим якісніше буде проведено для нього аудит.

При нерозривному взаємозв'язку виробництва і споживання послуг ступінь контакту між продавцем і клієнтом може бути різною. Деякі послуги можуть надаватися без присутності покупця (ремонт автомобілів, хімічне чищення одягу, ремонт взуття). Інші можуть здійснюватися за допомогою письмових комунікацій або технічних засобів (видача грошей через банкомати). Крім того, багато послуг невіддільні від того, хто їх надає. Наприклад, надання банківських послуг неможливо без банківських службовців, аудиторських послуг - без атестованих аудиторів і т.д.

Оскільки покупець включений в безперервний процес виробництва і споживання послуги, то продавець повинен знати, що і як продавати. Цей момент особливо важливий, адже від того, які взаємини складуться у персоналу підприємства з покупцями і залежатиме ймовірність повторного придбання послуги: чи захочуть клієнти повторно мати справу із цією компанією, чи ні.

3) Непостійність якості, мінливість:

Якість послуг може суттєво змінюватися, залежно від того, коли, ким і за яких умов вони були надані.

Непостійність якості в послугах, що надаються проявляється набагато гостріше, ніж у матеріально відчутних товарах. З точки зору якості матеріальні товари можуть бути хорошими і поганими, проте при сучасному виробництві їх якість буде, за великим рахунком, постійним. Для виробника послуги дуже часто мінливість або мінливість якості послуг пов'язане з невідповідністю особистих рис характеру службовця, його кваліфікацією, з не достатком інформації та комунікації, з відсутністю конкуренції, слабкою тренуванням і навчанням.

Вплив на якість послуги з боку покупця надає сам покупець, його унікальність.

Незалежно від того, якого характеру послуги надають підприємства, всі вони прагнуть зменшити мінливість їх якості шляхом навчання персоналу, розробки стандартів обслуговування, зниження трудомісткості

4) Недовговічність, нездатність послуг до зберігання: Послуги не можуть бути збережені для подальшого продажу або використання.

При стійкому попиті на послуги, їх недовговічність не викликає серйозних проблем, якщо ж попит підданий коливанням, то виробники послуг стикаються з певними складнощами.

5) Відсутність володіння: Споживач послуги, як правило, користується їй протягом обмеженого кількості часу.

На відміну від товарів, що мають матеріальну форму, послуги не є чиеюсь власністю. У більшості випадків, наданою послугою можна користуватися дуже великий проміжок часу. Зрештою, вона або застаріває, або стає неактуальною. Будь спектакль, футбольний матч, відпочинок на море по путівці, рано чи пізно закінчуються.

Компанії що пропонують послуги, повинні докладати особливих зусиль для зміцнення іміджу і привабливості своєї марки, шляхом створення членських клубів, асоціацій з метою посилення почуття власності. Особливу увагу приділяється створенню і підтримці бренду.

Дуже дієвий спосіб введення системи знижок і заохочень споживачів до повторного придбання послуги.

б) Взаємозамінність послуг товарами, що мають матеріальну форму: Здатність товарів замінювати ті послуги, які задовольняють однакові або аналогічні потреби.

Ця особливість послуг також може з'являтися і в протилежному напрямку: послуги можуть замінювати товари.

В результаті, між матеріальними товарами та послугами виникають конкурентні відносини. Таким чином, можна говорити про так звану міжродової конкуренції, оскільки належать до різних родів: до роду товарів,

що мають матеріальну форму і до роду послуг, тобто товарів, що не володіють речовими характеристиками.

Маркетинг послуг «специфічний настільки, наскільки послуги відрізняються від матеріально - речових продуктів, а ринок товарів - від ринку послуг» [33. с, 95].

Проблеми для маркетингової політики продиктовані особливостями послуги як товару:

Споживач не до кінця усвідомлює зміст послуги, яку він планує отримати та змушений спочатку зробити вибір і оплатити, а лише потім розуміє що він купив;

Пред'явити рекламацию у сфері послуг набагато важче ніж на товарному ринку (як довести і документально підтвердити що послуга була надана неякісно?)

Мінливість якості послуг, оскільки при її наданні існує суб'єктивний чинник

Незрозумілість потреби – споживач повинен вирішити чи потрібна ця послуга саме зараз. В принципі «цілісність послуги для споживача існує, але прийняття рішення може бути відкладене» [24, с.162].

Просування послуг суттєво дорожче ніж просування товарів, оскільки вони рекламують самі себе(товарна марка, фірмовий стиль, тощо)

Характерними ознаками маркетингу послуг є наступні:

- багато видів послуг невіддільні від того, хто їх надає. Тому контакт з споживачами часто розглядається як невід'ємна частина надання послуги;
- в маркетингу послуг в пропозиції превалюють послуги, а товари доповнюють його;
- однакові базові послуги можуть пропонуватися різних ринкових сегментах, що ускладнює процес вибору сегмента ринку фірми;
- чим менш відчутні послуги, тим менше маркетинг послуг нагадує маркетинг товарів;

- маркетинг послуг може, як орієнтуватися на прибуток так і на діяльність у неприбутковій сфері. Наприклад, маркетинг некомерційних послуг може здійснюватися як державними органами, так і приватними фірмами;

- маркетинг послуг варіюється за ступенем регулювання. Найбільш регульовані некомерційні послуги та послуги природних монополій;

- нерідко трудомісткість послуг стає найважливішим фактором при виборі форм обслуговування. Як правило, чим вище трудомісткість послуг, тим більше схильність споживачів до самообслуговування;

- чим тісніше контакти зі споживачами послуг, тим вище значення соціальної компоненти маркетингу послуг.

Тому серед п'яти основних концепцій маркетингу (виробничої, товарної, збутової, маркетингової та соціальної) у сфері послуг повинна домінувати концепція соціального маркетингу: «вона стверджує, що підприємство повинно визначати потреби, бажання та інтереси свого цільового ринку і задовольняти їх більш ефективно, ніж конкуренти, причому так, щоб підтримувати або підвищувати рівень добробуту споживачів і суспільства в цілому». Затвердженню концепції маркетингу послуг у суспільній свідомості сприяють наступні чинники:

- ускладнення виробництва і розширення потреб, що найчастіше пред'являє попит на товари з підкріпленням і / або чисті послуги;

- розвиток кооперації і міжнародного поділу праці, що вимагає адекватного розвитку комунікаційних послуг;

- поглиблення спеціалізації і посилення тенденцій до інтеграції, що більшою мірою перетворює виробництво послуг в специфічний вид діяльності;

- підвищення рівня добробуту все більшої частини населення, що веде до постійного плекання їх потреб, у задоволенні яких послуги грають значну і все зростаючу роль;

- загострення конкурентної боротьби між товаровиробниками, що підштовхує їх до пропозиції послуг для підвищення конкурентоспроможності продукції;

- прискорення темпів науково-технічного прогресу, що дозволяє запропонувати більш досконалі способи задоволення потреб, де послуги грають далеко не останню роль.

Сутнісна «характеристика маркетингу послуг визначається через цілі, принципи, завдання та функції» [2. с,58].

Основними цілями маркетингу послуг є:

- постійне розширення асортименту послуг, що дозволяє підвищувати ринкову владу виробника послуг;
- безперервне підвищення якості обслуговування, що сприяє зростанню конкурентоспроможності фірми;
- забезпечення стійкої тенденції зростання рентабельності виробництва послуг, що робить економічно вигідним даний вид підприємницької діяльності.

З боку попиту:

- Встановлення диференційованих цін, що дозволяє змістити частину попиту з пікового часу на періоди затишку;
- Усвідомлене культивування попиту на послуги в періоди його спаду;
- Пропозиція додаткових послуг в періоди максимального попиту, що може служити альтернативою для клієнтів;
- Введення системи попередніх замовлень на послуги.

З боку пропозиції:

- Залучення тимчасових працівників у періоди максимального попиту на послуги;
- Встановлення особливого порядку роботи підприємства послуг у період пікового завантаження;

- Розробка програм надання послуг спільними силами кількох підприємств сфери обслуговування;
- Збільшення виробничих потужностей за рахунок додаткових інвестицій у сферу послуг.

Найважливішими принципами маркетингу послуг є:

- комплексний підхід до вирішення маркетингових проблем. При цьому категорія «комплексний» включає розробку комплексу маркетингу послуг, комплексне обслуговування споживачів, комплексне вирішення маркетингових проблем, що стоять перед виробником послуг;
- концентрація зусиль на вирішення вузлових маркетингових проблем, включаючи концентрацію ресурсів на реалізацію стратегії і тактики маркетингу послуг;
- спеціалізація і кооперація в обслуговуванні клієнтів, що дозволяє завойовувати і утримувати ринки на основі активного використання конкурентних переваг у сфері послуг.

Завдання маркетингу послуг зазвичай похідні від маркетингових цілей підприємства сфери послуг і є їх конкретизацією. Якщо відволіктися від приватних маркетингових проблем, що виникають у сфері послуг, то можна виділити три групи завдань маркетингу послуг:

- підвищення надійності послуг, що надаються споживачам, за часом, місцем, якістю, ціною та іншим, найбільш істотним для споживачів властивостями послуг;
- зростання конкурентоспроможності підприємства - виробника послуг - на основі послідовного втілення в життя планів маркетингу послуг;
- безпеку обслуговування клієнтів, що передбачає забезпечення не тільки фізичної безпеки в процесі задоволення попиту на послуги, але й безпеку економічну, соціальну, екологічну, морально-етичну.

Формально функції маркетингу товарів і маркетингу послуг збігаються, тобто вони включають маркетингові дослідження ринку, маркетингове планування та організацію маркетингу, в тому числі маркетинговий контроль

і аудит. Відмінності виявляються при змістовному наповненні кожної з перерахованих функцій, бо послуга як предмет маркетингових зусиль досить специфічна, що добре видно з загальної моделі процесу маркетингу послуг.

Просування послуг на ринок значно відрізняється від просування товарів матеріальної форми. Значною мірою це пояснюється нематеріальним характером послуги як товару. Відповідно, розробка комплексу маркетингу в цілому, для послуг значно складніше порівняно, з товарами. По суті, перед маркетингологом стоїть завдання реклами «повітря», так як оцінити послугу можна лише після її споживання.

Послуга, щоб відповідати вимогам ринку, «повинна являти собою нерозривну єдність власне послуги / товару і відповідної їй додатків у формі супутніх послуг, що і складає так званий пакет» [6, с. 109].

По відношенню до ціни, що становить одну з найважливіших характеристик послуги як товару, підприємство також формує певну цінову політику. Для певного прошарку споживачів саме ціна є цінністю, престижем. У цих випадках вона є інструментом демонстративного, статусного споживання. У генштальт-підході «ціна – істотна ознака, характеристика послуги, що впливає на сприйняття послуги в цілому. Тому ціна може нести символічний сенс як атрибут соціальної групи, наприклад в групі престижних послуг» [32, с.20].

Відзначимо, що ціна повинна відповідати і витрат на надання послуги (перевищувати її), і здібностям покупців оплатити надану послугу за такою ціною. З метою утримання покупців (формування їх постійного контингенту) слід застосовувати гнучку систему знижок до ціни, спонукаючи їх до повторних покупок. Ці питання мають становити особливі об'єкти уваги при формуванні товарної політики фірми.

1.6 Конкурентоспроможність підприємств сфери послуг

Рівень конкурентоспроможності підприємств за умов реалізації ними однакових за конкурентоспроможністю товарів залежить від дії сукупності економічних факторів, які впливають на формування результатів діяльності підприємств.

Визначення рівня конкурентоспроможності підприємств є складною проблемою, для вирішення якої рядом вітчизняних та зарубіжних авторів застосовуються різні методичні підходи: індикативний, метод ієрархій, різниць, метод конкурентних переваг, експертних оцінок, таксономії тощо.

Сутністю індикативного методу є сукупність характеристик, які дозволяють описати стан того чи іншого об'єкту, який досліджують, і на основі характеристик обґрунтувати рекомендації по підвищенню ефективності його функціонування. До цих характеристик належать показники обсягу реалізації, прибутку, витрат обігу тощо. У свою чергу кожний індикатор розпадається на ряд показників, які відображають стан уже окремих елементів досліджуваного об'єкта. Наприклад, загальний обсяг реалізації деталізується за рахунок структурних елементів асортименту товарів. Однак для оцінки конкурентоспроможності підприємства, потрібна систематизація інформації про рівень конкурентної боротьби, залежно від якого застосовуються ті чи інші значення індикаторів. Таких рівнів, залежно від цілей дослідження, може бути декілька. Це рівень світового лідерства (показники, які виражають конкурентні значення індикаторів конкурентоспроможності для світових провідних фірм), народногосподарського лідерства, галузевого лідерства. Кожному рівню має відповідати певний набір індикаторів у вигляді окремих показників, на основі яких можна створити систему комплексної оцінки конкурентоспроможного підприємства, де відображаються відносні величини обраних показників і їх вираження у процентах і балах.

Одним із часто застосовуваних для визначення конкурентоспроможності підприємств є метод аналізу ієрархій, який було

розроблено видатним американським математиком Т. Сааті. Метод аналізу ієрархій характеризується систематизованою процедурою подання елементів, які визначають сутність проблеми. Метод полягає в розкладанні проблеми на складові частини і подальшої їх обробки шляхом порівнянь. На першому етапі структурується проблема у вигляді ієрархії, яка схематично має вигляд піраміди. Вершиною цієї піраміди є мета, яка через проміжні рівні (критерії) пов'язується з рівнями фундаменту, що виступає як перелік альтернатив. Існує декілька видів ієрархій: домінантні ієрархії, схема яких подібна до перевернутого дерева, повні і неповні ієрархії. Ієрархія вважається повною, якщо кожний елемент заданого рівня функціонує як критерій для всіх елементів нижнього рівня. В протилежному випадку ієрархія - неповна. Застосування методу ієрархії для визначення проблеми конкурентоспроможності підприємств сфери послуг зводиться до того, щоб вибрати з групи досліджуваних об'єктів найбільш конкурентоспроможний об'єкт. Тоді на першому рівні ієрархії буде знаходитись фокус проблеми - конкурентоспроможність підприємств сфери послуг. На другому рівні будуть знаходитись критерії, які уточнюють ціль. Для підприємства сфери послуг такими критеріями можуть бути: ефективність фінансової діяльності, ефективність комерційної діяльності, ефективність використання трудових ресурсів тощо. На третьому рівні ієрархії будуть розміщені підприємства, діяльність яких має бути оцінена відносно до критеріїв другого рівня. Закон ієрархічної безперервності вимагає, щоб елементи нижнього рівня порівнювались попарно відносно до елементів більш високого рівня і так далі, аж до вершини ієрархії. Для проведення «попарного порівняння критеріїв використовують матричну форму, яка допомагає визначити, який з наведених критеріїв вносить в проблему найбільш вагомий внесок. Для цього знову використовують бальну оцінку вагомості того чи іншого критерію в загальній проблемі» [21, с. 34-37].

Рівень конкурентоспроможності окремі автори визначають за методом різниць, в основу якого закладено порівняння показників ряду підприємств,

що характеризують різні аспекти їх діяльності і виступають як переваги чи недоліки (залежно від знака різниці між відповідними показниками).

Застосування методу рангів дає змогу оцінити конкурентоспроможність підприємства шляхом виявлення слабких і сильних його сторін порівняно з аналогічними підприємствами-конкурентами, і на цій основі визначити його місце (ранг) у конкурентній боротьбі. Ранги підприємств визначаються за цілим рядом показників діяльності, таких як: обсяг товарообороту, активи підприємства, прибуток, валовий доход, витрати обігу. Це дає можливість виявити, за якими показниками дане підприємство відстає чи має переваги порівняно з конкурентами. Разом з тим одержання обґрунтованих висновків за цим методом ускладнюється через відсутність чітких критеріїв належності даного підприємства і його конкурентів до однієї порівняльної групи. На наш погляд, лише забезпечення умов порівняльності дає можливість одержати достатньо коректні оцінки рангів за конкурентоспроможністю.

В середині 70-х років маркетингова фірма "Бостон консалтинг груп" розробила методикку оцінки конкурентоспроможність різних товарів. Основним інструментом досліджень виступає «матриця, побудована на основі двох показників: по вертикалі показують темпи зростання обсягу ринку конкретного товару в лінійному масштабі, а по горизонталі - частка підприємства на ринку в логарифмічному масштабі. За цим методом найбільш конкурентоспроможним вважається підприємство, яке посідає найбільшу частку на ринку» [14, с. 62-67]

Окремі автори в основу оцінки рівня конкурентоспроможності фірм закладають розрахунок узагальнюючого показника, в якому мають знайти відображення екзогенні та ендогенні фактори, що впливають на різні сторони діяльності фірми. Для цього використовуються показники рівня конкурентних переваг, конкурентного статусу фірми. Оскільки конкурентні переваги визначаються за рівнем ефективності використання ресурсів у порівнянні з іншими суб'єктами ринку, велике значення за цими методами

набуває визначення базової фірми, фірми-лідера. При цьому робляться спроби врахувати ідентичність не лише конкретних "фізичних" показників (потужність, кількість робочих місць, площа виробничих приміщень, структура продукції тощо), але й ідентичність фаз життєвих циклів фірми, що порівнюється, і базової фірми. Важливість ідентичності фаз життєвого циклу в цьому випадку пов'язана з тим, що на кожній фазі підприємства ставлять перед собою різну мету і вирішують різні завдання, чим обумовлюються їх становище і поведінка на ринку. За умов врахування всіх вимог для ідентичності рівень конкурентоспроможності (конкурентних переваг) даної фірми за цим методом визначається як відношення рентабельності виробництва цієї фірми до аналогічного показника базової фірми, розрахованого за тривалий період (стратегічну перспективу).

Стратегічна перспектива розглядається авторами цього методу теж як необхідна умова, бо через постійне коливання ринкової ситуації конкурентні переваги фірми не можуть утримуватись на постійному рівні. Для того, щоб не втратити досягнутих позицій на ринку, фірма повинна постійно аналізувати макро- і мікросередовище з метою досягнення конкурентного статусу, тобто такого стану (позиції) на ринку, який забезпечує тривале процвітання фірми.

Вказані методичні підходи до визначення конкурентних переваг і конкурентного статусу фірми дають можливість теоретичного обґрунтування стратегічних напрямків діяльності великих фірм чи їх об'єднань та шляхів досягнення успіху у конкурентній боротьбі. Разом з тим реалізація цих підходів на мікрорівні нашоюхується на недостатність статистичної інформації, невідпрацьованість методів врахування фаз життєвого циклу підприємства, впливу багатьох екзогенних факторів на становище підприємства на ринку.

Таким чином, аналіз ряду існуючих методичних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств дає змогу зробити висновок, що всі вони мають за основу принцип порівняльності з відповідною базою

(еталоном чи лідером). Разом з тим, за рівнем конкретності оцінок серед цих підходів можна виділити групу таких, що надають можливість одержати конкретну, чисельно визначену, оцінку рівня конкурентоспроможності, і групу таких, де ці оцінки не мають конкретного визначення. У першій групі «чисельна визначеність рівня конкурентоспроможності ґрунтується на застосуванні конкретних характеристик використання ресурсів, у другій - відсутність чисельної визначеності пов'язана з використанням бальних та інших експертних оцінок» [27, с. 60-62].

Не відкидаючи доцільність використання різних методичних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності, слід підкреслити, що на мікрорівні, на рівні окремих підприємств більш прийнятними є такі методи, що дають змогу отримати чисельно визначений показник на основі використання конкретних даних статистичної звітності.

Оцінка конкурентоспроможності конкретного підприємства сфери послуг передбачає проведення визначених етапів.

І етап - визначення кола підприємств-конкурентів.

Як вже було зазначено вище, конкурентоспроможність підприємства є показником порівняльним. Конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена тільки шляхом порівняння умов, ресурсів та результатів діяльності конкретного підприємства сфери послуг з певною групою підприємств, які визнані його конкурентами.

Формування групи підприємств-конкурентів є дуже важливим етапом роботи, оскільки підприємство може бути конкурентоздатним в межах певного сегменту ринку, а в межах іншого - бути не конкурентоздатним.

Підприємства, що визначаються конкурентами певного підприємства, повинні відповідати наступним ознакам:

- єдиний регіональний ринок діяльності або його певний сегмент - район діяльності, визначений в межах міста, району або області;

- відповідність асортиментної структури товарообороту, широта та глибина асортименту товарів та послуг, що пропонується;
- співставлюваність фаз життєвого циклу підприємства та основних стратегічних цілей розвитку;
- застосування однакових каналів розповсюдження товарів;
- наявність доступу та рівність можливостей щодо формування ресурсного потенціалу підприємства (перш за все, на ринку закупівлі товарних ресурсів, ринку інвестицій та інновацій).

Перші дві ознаки є визначальними для початку конкурентної взаємодії. Невідповідність підприємств за трьома іншими ознаками допускає їх конкуренцію, але визначає нерівність стартових умов конкурентної боротьби.

II етап - збір інформації про діяльність підприємств-конкурентів. Інформація, необхідна для оцінки конкурентоспроможності підприємства, може бути добута декількома шляхами:

1. шляхом отримання об'єктивної кількісної інформації про основні результати господарсько-фінансової діяльності підприємств конкурентів. Джерелом її отримання можуть бути форми бухгалтерської, статистичної або податкової звітності; кон'юнктурні огляди регіонального споживчого ринку, виконані відповідними маркетинговими фірмами; матеріали галузевої та спеціальної преси, спеціально замовлені дослідження.

2. шляхом збору якісної інформації про діяльність підприємств - конкурентів, стратегію та тактику їх діяльності. Така інформація може бути отримана шляхом проведення соціологічних опитувань, вибірових спостережень, залучення експертів тощо.

3. неповнота, а іноді й відсутність доступу до інформації про діяльність фірм-конкурентів нерідко обумовлює необ'єктивну оптимістичну оцінку стосовно переваги підприємства над його конкурентами.

Повнота збору інформації та широта використаних джерел є запорукою об'єктивності висновків, які будуть отримані на стадії її обробки.

III етап - формування системи оціночних показників.

Виходячи з теоретичних основ оцінки конкурентоспроможності підприємства та враховуючи наявну інформацію, формують перелік основних критеріїв та показників оцінки конкурентоспроможності.

Основні критерії та напрямки оцінки конкурентоспроможності підприємства сфери послуг:

1. Торговельно-виробнича діяльність
2. Фінансова діяльність
3. Кадрова робота
4. Комерційна діяльність
5. Організація та управлінська діяльність

IV етап - формування системи оціночних показників.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства може проводитися різними методами. Основними з них є:

I. Метод різниць. Його суть полягає у визначенні переваг та недоліків підприємства за окремими показниками, що порівнюються (об'єктами оцінки).

При застосуванні даного методу підприємство, що оцінюється, порівнюється тільки з одним підприємством-конкурентом. За кожним з показників, що порівнюються, визначається не тільки позиція оцінюваного підприємства, а й кількісний розрив у досягнутих значеннях

II. Метод рангів. Він визначає загальні положення, сильні та слабкі сторони підприємства, що оцінюється, в боротьбі з конкурентами.

Застосування даного методу ґрунтується на визначенні місця підприємств конкурентів за кожним об'єктом оцінки шляхом ранжування досягнутих значень показників. Проведення такої роботи дозволяє визначити, за якими порівняльними критеріями оцінки підприємство випереджає конкурентів, а за якими - відстає (кількісна оцінка відставання (випередження) в цьому разі не проводиться).

Підсумовування місць (рангів) окремих підприємств за всіма показниками оцінки дозволяє виявити найбільш конкурентоспроможне підприємство за критерієм мінімуму набраних рангів (якщо найкращий стан показника оцінки визначається як мінімальний ранг) або за критерієм максимуму набраних рангів (якщо найкращий стан оцінюється максимальним рангом). Обраний принцип оцінювання повинен дотримуватися стосовно всіх показників оцінки.

Порівняння суми рангів, отриманих підприємством, що оцінюється за найкращими показниками дозволяє визначити місце підприємства та його основного конкурента в конкурентній боротьбі.

Перевагою даного методу є його простота, можливість застосування для оцінок як кількісних, так і якісних показників. В той же час даний метод дає тільки посередній результат, не дозволяє оцінити ступінь відставання підприємства від його основного конкурента.

III. Метод балів. Його застосування дозволяє визначити узагальнюючу кількісну оцінку становища підприємства в конкурентній боротьбі при наявності декількох конкурентів.

Застосування даного методу передбачає:

1. Складання матриці оціночних показників для порівняння підприємства з його конкурентами.

2. Виділення найкращого значення окремого оціночного показника з даної сукупності підприємств та присвоєння йому визначеного бального значення (за самостійно встановленою шкалою оцінювання) – B_{max} .

3. Розрахунок балів, отриманих іншими підприємствами за даним оціночним показником шляхом порівняння їх фактичних значень з найкращими в даній сукупності

4. Встановлення значущості (вкладу) конкретного показника оцінки в загальну оцінку конкурентоспроможності підприємства.

Рівень значущості окремих оціночних показників задається експертно з урахуванням уявлення про роль даного показника в формуванні загального висновку про ступінь конкурентоспроможності підприємства.

5. Отримання узагальненої бальної оцінки конкурентоспроможності.

Застосування цього методу дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце, в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється (за критерієм максимуму набраних балів), а й оцінити ступінь його наближення до найбільш конкурентоспроможного підприємства.

IV. Метод "еталону" (графічний метод). Цей метод використовується для наочного відображення зон конкурентних переваг та недоліків підприємства.

Для «застосування методу необхідно:

1. Визначити напрямки (зони) оцінки конкурентоспроможності. Для наочності отриманого результату рекомендовано обмежитись 5-6 напрямками (зонами) оцінки.

2. Встановити максимальну (еталонну) кількість балів оцінювання, однакову за кожним напрямком.

3. Визначити кількість балів, набраних підприємством, що оцінюється, в порівнянні з еталонним значенням.

4. Здійснити побудову графічної ілюстрації стану конкурентоспроможності підприємства» [27, с. 63-68].

Отже, конкурентоспроможність є одним з вагомих показників стану господарської системи, який визначає перспективи його подальшого розвитку, можливості досягнення стратегічних цілей та завдань. Погоджуючись із думкою більшості українських і зарубіжних вчених, зазначимо, що нині відсутня загальноприйнята методика визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства. Проте науковцями розроблена досить велика кількість різноманітних та надзвичайно цікавих методичних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємств.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДАННЯ ПОСЛУГ В РІВНЕНЬСЬКОМУ МІСЬКОМУ ЦЕНТРІ ЗАЙНЯТОСТІ

2.1. Загальна характеристика Рівненського міського центру зайнятості

У 1991 на вулиці Базарна розташувалася Рівненська міська служба зайнятості. Усього лише 12 спеціалістів, під керівництвом директора Юрія Кобелева, з чистого аркуша писали новітню історію розвитку нещодавно створеної структури на місцевому рівні. Вони працевлаштовували, виплачували допомогу, займалися підготовкою та перепідготовкою кадрів. Аналізували ринок праці, розробляли програми зайнятості та трудової міграції. Зараз навіть важко уявити, що дванадцять фахівців виконували той обсяг робіт, яким сьогодні займаються спеціалісти Рівненського міського центру зайнятості з допомогою новітньої техніки та технологій.

У грудні 1997 року, міський центр зайнятості змінив прописку: відтоді і дотепер він знаходиться на вулиці Кавказька.

У 1998 – 2000 роках у міському центрі зайнятості вже обліковувалося 32 тисячі осіб, а рівень зареєстрованого безробіття сягав 14 відсотків. Майже кожен другий безробітний був звільнений за власним бажанням, кожен п'ятий – у зв'язку зі скороченням, кожен сьомий – був випускником школи, ПТУ чи вишу. Наявна кількість вакансій не дозволяла ефективно вирішувати проблеми зайнятості безробітних. І на кінець 1999 року на одне вільне робоче місце претендувало аж 39 громадян. П'ять років (1995 – 2000) колектив центру працював з місією європейської економічної спільноти TACIS, а центр став пілотним у впровадженні проекту «Підтримка активної політики зайнятості в Україні».

Протягом 2008 – 2009 років приміщення міського центру повністю реконструювали та оновили, тут з'явилися нові центри з роботи з інвалідами та інформаційний центр для школярів і молоді. Особливою категорією громадян, які перебувають на обліку, є інваліди. Для їх обслуговування

створили спеціальний центр, в якому забезпечені усі належні умови прийому. Однак, робота з працевлаштування інвалідів вимагає покращення. І хоча тут вишукують усі можливі вакансії, придатні для інвалідів, їх надто мало і рівень працевлаштування цієї категорії громадян недостатній.

У 2008 році було відновлено роботу комісії з питань стягнення заборгованості перед Фондом загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття. Щоквартально спеціалісти фінансового відділу вивчають причини заборгованості підприємств, проводять індивідуальну роботу. На комісію запрошуються ті роботодавці, у кого виникла така заборгованість та погоджуються шляхи її погашення.

Міський центр зайнятості є місцевим органом державної виконавчої влади та місцевим органом державної служби зайнятості і підпорядковується Державному центру зайнятості Міністерства праці та соціальної політики України.

Міський центр зайнятості утворюється Державним центром зайнятості Міністерства праці та соціальної політики України і забезпечує комплексне вирішення питань регулювання зайнятості населення, професійної орієнтації, професійного навчання, працевлаштування, та соціальної підтримки тимчасово непрацюючих громадян.

Центр зайнятості у своїй діяльності керується Конституцією України, Законами України, постановами Верховної Ради України, указами і розпорядженнями Президента України, декретами, і розпорядженнями Кабінету Міністрів України, наказами і розпорядженнями Міністерства праці та соціальної політики України, наказами і розпорядженнями Державного центру зайнятості, рішеннями голови обласних державних адміністрацій та обласних рад народних депутатів, прийнятими у межах їх повноважень, Положенням про державну службу.

Рівненський міський центр зайнятості є органом державної служби зайнятості, на який покладаються функції робочого органу виконавчої дирекції Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування

України у м. Рівне. Центр підпорядковується та підзвітний обласному центру зайнятості.

Послуги, пов'язані із забезпеченням зайнятості населення, його соціальним захистом від безробіття, надаються службою зайнятості безкоштовно. Центр зайнятості несе відповідальність за: - своєчасне і якісне надання кожному громадянину, який звернувся до державної служби зайнятості, безплатних послуг по працевлаштуванню, професійній орієнтації та підготовці;- обґрунтованість призначення і виплати допомоги по безробіттю, матеріальної допомоги по безробіттю, надання одноразової матеріальної допомоги безробітному та членам сім'ї, які перебувають на його утриманні, матеріальної допомоги громадянам, які проходять підготовку, перепідготовку або підвищення кваліфікації за направленням державної служби зайнятості, надання безпроцентної позики безробітним для зайняття, підприємницькою діяльністю;- збереження у таємниці соціальних даних кожного громадянина, який користується послугами служби зайнятості;- об'єктивність при наданні послуг щодо консультування та працевлаштування громадян, які звернулися до місцевої служби зайнятості;- раціональне використання коштів державного фонду сприяння зайнятості населення, що знаходяться в їх розпорядженні. Державна служба зайнятості має право:- одержувати від підприємств, установ і організацій усіх форм власності, статистичні дані про наявність вільних робочих місць і вакантних посад, характер і умови праці на них, про всіх вивільнюваних, прийнятих працівників та інформацію про передбачувані зміни в організації виробництва і праці, інші заходи, що можуть призвести до вивільнення працівників;- укладати за дорученням підприємств, установ і організацій усіх форм власності, договори з громадянами при їх працевлаштуванні з попередньою (при необхідності) професійною підготовкою, оплатою вартості проїзду, добових, а також подавати допомогу при переїзді на нове місце проживання та роботи за рахунок коштів цих підприємств, установ і організацій;- розпоряджатися в установленому порядку коштами державного

фонду сприяння зайнятості населення за напрямками, визначеними державними і територіальними програмами зайнятості населення, та кошторисами на утримання органів державної служби зайнятості- укладати договори з професійно-технічними, іншими навчальними закладами, зокрема вузами, на професійну підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку громадян, які зареєстровані у службі зайнятості і потребують одержання нової професії (спеціальності) або підвищення кваліфікації, та оплачувати вартість їх професійного навчання, підвищення кваліфікації та перенавчання;- відвідувати підприємства, установи і організації для контролю за дотриманням законодавства про зайнятість населення і вирішення питань, пов'язаних із соціальним захистом громадян

2.2 Аналіз результатів діяльності Рівненського міського центру зайнятості

Для характеристики ефективності діяльності, здійснити перевірку правильності та обґрунтованості планових показників, стану норм та нормативів, що їх регулюють, потрібно провести аналіз фінансово-господарської діяльності. Крім того, він також є необхідним для об'єктивної оцінки фактичних результатів діяльності, виявлення відхилень від планів та їх причин. Кінцева мета аналізу - це пошук резервів подальшого покращення діяльності установ та організацій, котрі перебувають на фінансуванні з державного та місцевих бюджетів. Отже, фінансово-господарський аналіз є одним із важливих інструментів управління і повинен широко застосовуватись в господарській практиці. Місце та роль економічного аналізу в управлінні обумовили формування самостійної галузі економічної науки – аналізу господарської діяльності.

Економічний аналіз діяльності необхідно проводити на всіх етапах бюджетного планування - від кошторису відокремленої установи до бюджету держави в цілому. Він є невід'ємною частиною процесу прийняття рішень у системі управління бюджетною установою.

Мета фінансово-господарської діяльності центру зайнятості у виконанні визначених державою соціальних заходів в галузі забезпечення населення робочими місцями. Характерним при цьому є те, що предметом споживання в даному випадку виступають не речі, а сам процес надання послуг. Він забезпечує задоволення духовних потреб людини чи зміну соціальних умов, в яких здійснюється її життєдіяльність.

Діяльність центру зайнятості характеризується низкою особливостей, які впливають на методику та організацію аналізу:

- функціонує на засадах державної форми власності й не може, бути приватизованим, стати банкрутом, самоліквідуватися;
- належить до неприбуткових організацій. Метою діяльності є не отримання прибутку, а надання нематеріальних послуг;
- нематеріальні послуги (продукція), що надаються центром зайнятості, на відміну від будь-якої готової продукції, не є носіями матеріальної субстанції та не оприбутковуються на склад;
- відсутнє поняття «виробничий брак», здійснені витрати не порівнюються з отриманими результатами. Негативний результат також розглядається як результат. Соціально-культурні потреби суспільства в нематеріальних послугах не мають межі задоволеності й відіграють важливу роль у саморегуляції кожної людини;
- не наділяється оборотними коштами, їхній фінансовий стан визначається своєчасністю та повнотою надходження асигнувань з відповідних бюджетів;
- центр зайнятості є складовою бюджетної системи країни і бере участь у виконанні як дохідної, так і видаткової частин бюджету, виконуючи кошторис доходів і видатків - плановий документ, що підтверджує повноваження кожної установи стосовно отримання доходів і здійснення видатків, визначає обсяг і напрями витрачання коштів.

Економічний аналіз забезпечує вибір необхідної для прийняття управлінських рішень інформації та перехід від фіксації стану господарських

операцій та процесів до рівня їх розуміння. Це дозволяє з різномірних даних про окремі економічні явища та факти господарської діяльності скласти цілісну картину господарського процесу, виявити притаманні лише йому в конкретних умовах тенденції, розробити варіанти управлінських рішень та вибрати з поміж них найбільш оптимальний.

Особливістю фінансово-господарської діяльності Рівненського міського центру зайнятості є те, що процеси надання певного виду послуг та їх споживання взаємопов'язані. У зв'язку з цим в якості об'єкта аналізу виступає сфера обслуговування. Для центру зайнятості вона характеризується контингентом – сукупністю людей, що утворюють однорідну в будь-якому відношенні групу. Під контингентом також розуміється певна норма обслуговування. Це чисельність населення яке звернеться за допомогою в службу зайнятості.

Для того щоб аналізувати фінансово-господарську діяльність центру зайнятості спочатку розглянемо детально його організаційну структуру.

Рівненський центр зайнятості за своїм штатним розписом невеликий там працює близько 70 працівників. Розглянемо організаційну структуру центру зайнятості *Рис.2.1*. Центр очолює директор, який призначається на посаду і звільняється з неї директором обласного центру зайнятості за погодженням з Державним центром зайнятості

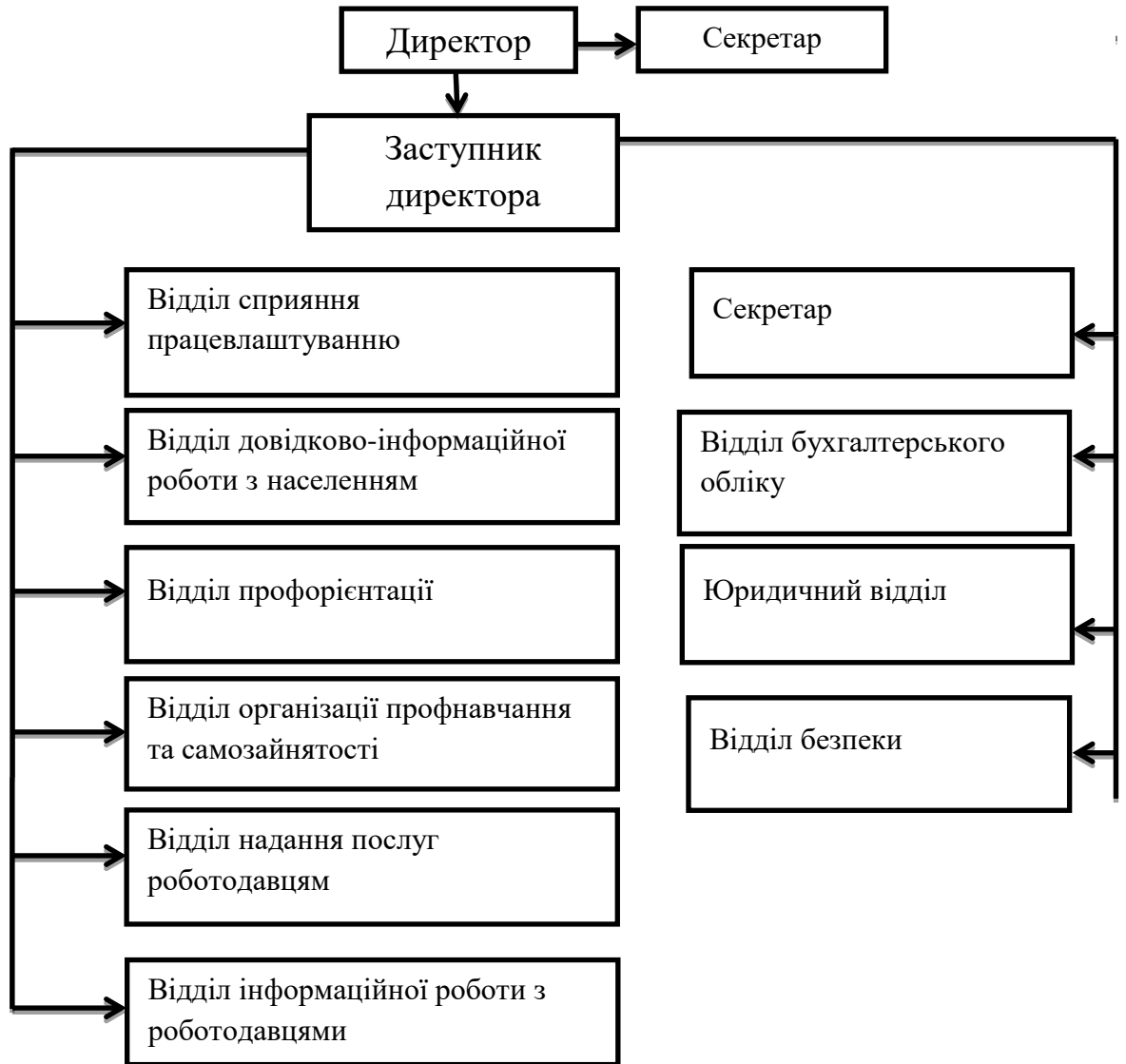


Рис. 2.1. Організаційна структура Рівненського міського центру зайнятості

Таблиця 2.1. Аналіз організаційної структури управління Рівненського міського центру зайнятості

Показники	Вищий орган правління	Управлінський персонал			
		Керівники		Спеціалісти	Службовці
		Рівень 1	Рівень 2		
1. Тип структури управління	Лінійно - функціональна				
2. Чисельність управлінського персоналу, осіб (кількість органів управління, од.)	1	2	9	3	3
3. Склад управлінського персоналу	Державний центр зайнятості	Директор, Заст.. директора,	1)нач. Відділу сприяння працевлаштуванню, 2) нач. Відділу довідково-інформаційної роботи з населенням, 3) нач. Відділу профорієнтації, 4) нач. Відділу організації профнавчання та самозайнятості, 5) нач. Відділу надання послуг роботодавцям, 6) нач. Відділу інформаційної роботи з роботодавцями, 7) гол. бухгалтер 8) нач. Юридичного відділу, 9) нач. Відділу безпеки	1)Бухгалтер (2 особи), 2) Менеджер з залучення роботодавців(3 особи), 3) Юрист	Секретар (3 особи)
4. Кількість лінійних зв'язків	1	10	8		

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6
5.Лінійні зв'язки підпорядкувані	Державний центр зайнятості	1)Директор – заст.. директора 2) заст.. директора - нач. Відділу сприяння працевлаштуванню, 3) заст.. директора - нач. Відділу довідково-інформаційної роботи з населенням 4) заст.. директора - нач. Відділу профорієнтації, 5) заст.. директора - нач. Відділу організації профнавчання та самозайнятості, 6) заст.. директора - нач. Відділу надання послуг роботодавцям, 7) заст.. директора - нач. Відділу інформаційної роботи з	1) нач. Відділу довідково-інформаційної роботи з населенням – консультант з надання послуг центру зайнятості (4 особи), фахівець з надання практичної допомоги (4 особи) 2) нач. Відділу профорієнтації – фахівці з профорієнтації (6 осіб) 3)нач. відділу організації профнавчання та самозайнятості, - спеціалісти з самозайнятості (5 осіб), фахівці з організації профнавчання (4 особи), 4)) нач. Відділу надання послуг роботодавцям – фахівець з підбору послуг (4 особи)менеджер з залучення роботодавців(3 особи), 5)) нач. Відділу інформаційної роботи з роботодавцями - консультант з надання потрібної інформації (4 особи), фахівець з обробки		

Продовження таблиці 2.1

		роботодавцями, 8) заст.. директора - гол. бухгалтер 9) заст.. директора - нач. Юридичного відділу, 10) заст.. директора - нач. Відділу безпеки	інформації для роботодавців (5 особи), менеджер організації співпраці з роботодавцями (2 особи), 6) гол. Бухгалтер – бухгалтер (2 особи) 7) Нач. Юридичного відділу – юрист, секретар - консультант з юридичних питань, 8) нач. Відділу безпеки – охоронці (3 особи).		
6.Кількість працівників у лінійному підпорядкуванні, осіб	1	10	16		
7. Середнє навантаження на одного лінійного керівника, осіб	1/1=1	10/2=5	16/9= 1,8		
8. Функціональні зв'язки підпорядкування			1)нач. Відділу надання послуг роботодавцям - менеджер організації співпраці з роботодавцями (2 особи), 2) нач. Відділу надання послуг роботодавцям - консультант з надання послуг центру зайнятості (4 особи).		

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6
9. Кількість горизонтальних зв'язків			4		
10. Горизонтальні (міжфункціональні зв'язки)			1)нач. Відділу сприяння працевлаштуванню - нач. Відділу організації профнавчання та само зайнятості, 2) нач. Відділу організації профнавчання та само зайнятості - нач. Відділу профорієнтації, 3) нач. Відділу надання послуг роботодавцям - нач. Відділу інформаційної роботи з роботодавцями, 4) нач. Відділу надання послуг роботодавцям - нач. Відділу сприяння працевлаштуванню		

Штат працівників Рівненського міського центру зайнятості складається із 70 працівників, має 9 відділів які у процесі роботи взаємопов'язані між собою. Тип структури управління лінійно – функціональна.

Провівши аналіз організаційної структури підприємства переходимо до аналізу фінансових результатів діяльності Рівненського міського центру зайнятості. Проведемо аналіз доходів і видатків центру зайнятості, на основі звіту про надходження та використання коштів загального фонду за 2016 – 2019 рр.

Таблиця. 2.2 Аналіз структури і динаміки затверджених кошторисом поточних видатків загального фонду

Показники	Роки				Приріст, %
	2016	2017	2018	2019	
1. Оплата праці і нарахування на заробітну плату, тис. грн.	4 774 517	4 926 959	5 124 800	5 026 466	1,05
2. Використання товарів та послуг, тис. грн. в т. ч:	2 631 708	1 758 534	1 689 985	1 624 878	0,62
2.1 Предмети, матеріали, обладнання та інвентар, тис.,грн.	289 904	336 980	271 801	232 600	0,80
2.2 Оплата послуг (крім комунальних), тис. грн..	942 400	752 701	723 261	625 121	0,66
2.3 Видатки на відрядження, тис. грн.	23 246	19 765	11 500	10 900	0,47
2.4 Оплата комунальних послуг та енергоносіїв, тис. грн...	331 600	321 100	333 395	280 457	0,85
3. Дослідження і розробки, окремі заходи розвитку по реалізації державних (регіональних) програм, тис. грн.	1 044 558	327 988	350 028	475 800	0,46
Поточні видатки всього, тис. грн..	58 330 804	47 203 032	49 374 468	47 833 117	0,82

Показник «Оплата праці і нарахування на заробітну плату» включає оплату праці в грошовій формі всіх працівників за встановленими посадовими окладами, ставками або розцінками. Видатки за цією категорією мають найбільшу питому вагу у видатках установи і є захищеною бюджетом статтею. Також відносяться внески до страхових фондів, що нараховані від фактичних видатків на оплату праці, з 2011р. діє Єдиний соціальний внесок 22%.

Показник «Використання товарів та послуг» включає плату за оренду приміщень та обладнання, транспортні послуги (в тому числі капітальний і поточний ремонт транспортних засобів), послуги зв'язку, поліграфічні послуги, поточний ремонт будівель, споруд, приміщень, обладнання та

інвентаря, професійних послуг; оплати інших поточних видатків, а також видатки на позавідомчу охорону, утримання приміщень, заходи з охорони праці та техніки безпеки, представницькі видатки тощо.

Показник «Предмети, матеріали, обладнання та інвентар» включає видатки на придбання канцелярського, креслярського, письмового приладдя та матеріалів, виготовлення і придбання бухгалтерських і статистичних книг, бланків, відомостей.

Показник «Видатки на відрядження» належать видатки на оплату проїзду, добових, квартирних під час службових відряджень; оплату підйомних, проїзду і добових при переміщенні працівників, наради та конференції, тобто всі видатки на відрядження, що сплачуються за рахунок бюджетних коштів.

Показник «Оплата комунальних послуг та енергоносіїв» включає платежі з оплати бюджетними установами комунальних послуг та енергоносіїв. До них належать видатки на оплату тепло- і водопостачання, водовідведення, на оплату електроенергії, природного газу, інших видів енергії, інших комунальних послуг.

Дана номенклатура видатків є єдиною для планування та обліку касових і фактичних видатків у бюджетних установах.

У процесі своєї статутної діяльності бюджетні установи здійснюють різноманітні видатки: як оплачувані (тобто такі, що обмінюються на товар чи послугу), так і неоплачувані. Характерною особливістю обліку видатків бюджетних установ є їх поділ на касові та фактичні, проведемо їх аналіз

Таблиця. 2.3 Аналіз касових і фактичних видатків за 2016 рік

Показники	2016 рік			
	Касові видатки	Фактичні видатки	Перевищення	
			КВ/ФВ	ФВ/КВ
1.Поточні видатки всього, тис.грн., в т. ч:	45 551 377,14	43 838 136,05	1,1	0,96
1.1 Оплата праці і нарахування на заробітну плату	4 772 209,12	4 772 209,12	1,0	1,0
1.2 Використання товарів та послуг, тис. грн..	1 769 246,88	1 568 432,35	1,1	0,9

Продовження таблиці 2.3

1.3 Дослідження і розробки, окремі заходи розвитку по реалізації державних (регіональних) програм, тис. грн.	365 158,24	268 189,74	1,4	0,7
2. Капітальні видатки, тис. грн..	115 892,73	115 892,73		
3. Видатки всього, тис. грн..	45 667 269,87	43 954 028,78	1,1	0,96

Таблиця. 2.4 Аналіз касових і фактичних видатків за 2017 рік

Позначення	2017 рік			
	Касові видатки	Фактичні видатки	Перевищення	
			КВ/ВФ	ФВ/КВ
1. Поточні видатки всього, тис. грн., в т. ч:	41 337 915,29	43 034 852,69	0,96	1,1
1.1 Оплата праці і нарахування на заробітну плату, тис. грн..	4 925 487,81	4 925 487,81	1,0	1,0
1.2 Використання товарів та послуг, тис. грн..	1 277 821,03	1 405 784,98	0,9	1,1
1.3 Дослідження і розробки, окремі заходи розвитку по реалізації державних (регіональних) програм, тис. грн.	244 315,44	275 218,38	0,9	1,1
2. Капітальні видатки, тис. грн..	70 109,94	98 058,50	0,7	1,4
3. Видатки всього, тис. грн..	41 408 025,23	43 132 911,19	0,96	1,1

Таблиця. 2.5 Аналіз касових і фактичних видатків за 2018 рік

Позначення	2018 рік			
	Касові видатки	Фактичні видатки	Перевищення	
			КВ/ФВ	ФВ/КВ
1. Поточні видатки всього, тис. грн., в т. ч:	48 278 658,74	46 836 721,42	1,1	0,97
1.1 Оплата праці і нарахування на заробітну плату	5 123 309,91	5 123 309,91	1,0	1,0
1.2 Використання товарів та послуг, тис. грн..	1 651 819,17	1 543 055,97	1,1	0,9
1.3 Дослідження і розробки, окремі заходи розвитку по реалізації державних (регіональних) програм, тис. грн.	328 611,94	297 351,74	1,1	0,9
2. Капітальні видатки, тис. грн..	47 850,50	19 900,00	2,4	0,4
3. Видатки всього, тис. грн..	48 326 509,24	46 856 621,42	1,1	0,97

Таблиця 2.6 Аналіз касових і фактичних видатків за 2019 рік

Позначення	2019 рік			
	Касові видатки	Фактичні видатки	Перевищення	
			КВ/ФВ	ФВ/КВ
1.Поточні видатки всього, тис.,грн. в т. ч:	47 100 988,24	47 168 137,85	0,99	1,1
1.1 Оплата праці і нарахування на заробітну плату	5 026 465,33	5 026 465,33	1,0	1,0
1.2 Використання товарів та послуг, тис.грн..	1 501 640,86	1 616 874,72	0,93	1,1
1.3 Дослідження і розробки, окремі заходи розвитку по реалізації державних (регіональних) програм, тис. грн.	429 679,32	423 704,60	1,1	0,99
2. Капітальні видатки, тис. грн..	204 580	204 580	1,0	1,0
3.Видатки всього, тис. грн..	47 305 268,24	47 372 717,85	0,99	1,1

Касовими видатками вважають всі суми, отримані установою з поточних бюджетних рахунків у банку чи реєстраційних рахунків у відповідних органах Касові видатки – це не видача грошей з каси установи, а касове виконання бюджету (видача грошей з бюджетних рахунків). Прикладом касових видатків може бути отримання готівки в касу на видачу зарплати, перерахування коштів за матеріали, продукти харчування, обладнання, у фонди на соціальні заходи тощо.

Фактичні видатки, на відміну від касових, це дійсні видатки установи для виконання кошторису, що підтверджені відповідними первинними документами.

Касові та фактичні видатки на практиці найчастіше не збігаються, оскільки в їх основу покладено різні принципи запису бухгалтерських операцій: для касових видатків – це касовий метод, при якому запис доходів і видатків здійснюється в момент отримання коштів, незалежно від періоду, до якого вони належать; для фактичних видатків — це метод нарахувань, за яким запис операцій здійснюється в момент їх визначення (нарахування), а не в момент фактичного витрачання (виплати) коштів. Якщо фактичні витрати перевищують касові – це свідчить про погашення дебіторської

заборгованості, яка значилася на початок звітнього періоду, або про створення через отримання послуг без попередньої оплати кредиторської заборгованості на кінець звітнього періоду. Крім того, за статтями витрат на ремонт перевищення фактичних видатків над касовими може бути наслідком списання у звітному періоді майна, яке було придбано раніше

Якщо фактичні витрати менше касових - це свідчить про погашення кредиторської заборгованості, яка значилася на початок звітнього періоду. Касові та фактичні витрати взаємопов'язані і нерозривно пов'язані між собою. Такий поділ і одночасно взаємозв'язок дозволяють при аналізі витрат мати більш чітку картину використання бюджетних коштів, контролю за їх цільовим. Проведемо структурно динамічний аналіз активу та пасиву балансу проаналізувавши баланс Рівненського міського центру зайнятості (додаток Б).

Таблиця. 2.7 Аналіз структури і динаміки активу балансу Рівненського міського центру зайнятості

Показники	Роки				Приріст, %
	2016	2017	2018	2019	
Необоротні активи, в т. ч:					
Основні засоби, тис. грн.	18 836 974	27 279 166	19 056 914	27 567 406	1,46
Інші необоротні матеріальні активи, тис. грн..	1 199 232	1 195 200	1 191 992	1 199 337,7	1,1
Оборотні активи, в т. ч:					
Матеріали і продукти харчування, тис. грн.	163 538	220 543,67	139 338,58	146 839,01	0,99
Інші кошти, тис. грн.	27 287	31 230,40	30 209,10	26 360	0,96

Таблиця. 2.8 Аналіз структури і динаміки пасиву балансу Рівненського міського центру зайнятості

Показники	Роки				Приріст, %
	2016	2017	2018	2019	
Власний капітал, в т. ч:					
Фонд у необоротних активах, тис. грн..	7 092 295	10 799 915	6 879 336	10 793 360	1,52
Зобов'язання, в т. ч:					
Кредиторська заборгованість, тис. грн..	2 665 374	2 803 315,7	982 563,8	1 275 389,2	0,45

Баланс Рівненського міського центру зайнятості - це відображення його фінансового стану на конкретний момент часу. Баланс являє собою зіставлення активів і пасивів підприємства. В управлінні підприємством баланс виступає найважливішим інструментом вивчення і діагностики фінансового рівноваги, спостереження за потенційними факторами його можливого порушення. При аналізі структури активів балансу спочатку розраховується питома вага кожної статті активу балансу до валюти балансу. На основі цього розрахунку аналізують ті активи, які займають в структурі балансу найбільш значну величину.

Проаналізуємо використання коштів на матеріальне забезпечення та соціальні послуги за 2016 – 2019рр. (додаток В)

Таблиця. 2.9 Використання коштів на матеріальне забезпечення та соціальні послуги

Назва показників	Роки				Приріст, %
	2016	2017	2018	2019	
Використання коштів на матеріальне забезпечення та соціальні послуги, всього(тис. грн.) з них:	38 909,8	35 076,4	41 538,9	40 944	1,05
На допомогу по безробіттю	30 338,6	31 973,6	36 843,6	38 805,5	1,28
На поховання	2,2	2,4	6,0	11,1	5,04
На одноразову виплату допомоги по безробіттю	1 397,2	1 932,5	2 940,2	774,3	0,56
Професійна підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації – стипендії та оплата проїзду	14,5	2,6	34,3	134,7	9,29
На організацію громадських робіт	134,6	130,7	203,6	295	2,19
На працевлаштування шляхом надання дотацій роботодавцям	6 715,3	48,8	9,6	7,5	0,001
Професійна підготовка та оплата проживання за договорами з навчальними закладами	230,6	113,6	125,0		0,54

Продобження табл. 2.9

Відшкодування по ваучерам	217,7	159,7	186,6	98	0,45
Компенсація єдиного внеску роботодавцям	64,3	721,5	1 190,0	159	2,47

З метою забезпечення фінансової стабільності утворюється резерв коштів, який не може перевищувати суму, необхідну для виплати допомоги із безробіття в розрахунку на 5 календарних днів.

Резерв коштів зберігається на спеціальному рахунку в уповноваженому банку України й використовується за цільовим призначенням за рішенням правління. Але як видно з тал. 2,9 майже з кожним роком використання коштів на матеріальне забезпечення та соціальні послуги збільшується, це означає що клієнтів у центрі зайнятості стає більше, вони користуються різними видами послуг, які підходять саме їм. Це свідчить про стабільну роботу центру зайнятості.

Допомога з безробіття (проводиться з 8-го дня після реєстрації протягом не більш як 360 календарних днів за два роки (для осіб перед пенсійного віку - не більше 720 днів), у тому числі одноразова її виплата для організації безробітним підприємницької діяльності (виплачується за бажанням безробітного у розмірі допомоги з безробіття в розрахунку за рік)

Допомога з часткового безробіття (майже не проводиться).

Часткове безробіття - вимушене тимчасове скорочення нормальної або встановленої законодавством України тривалості робочого часу, перерва в одержанні заробітку або скорочення його розміру через тимчасове припинення виробництва без припинення трудових відносин з причин економічного, технологічного, структурного характеру;

Матеріальна допомога у період професійної підготовки, перепідготовки або підвищення кваліфікації безробітного (виплата здійснюється з першого дня навчання за направленням служби зайнятості. Тривалість такої виплати зараховується до загальної тривалості виплати допомоги і не може її перевищувати).

Починаючи з 2001 р., в Україні було запроваджено працевлаштування на додаткові робочі місця, що створені за рахунок дотацій роботодавцям, здійснення одноразової виплати допомоги з безробіття для організації безробітними підприємницької діяльності. Проте, працевлаштування безробітних шляхом надання дотації роботодавцям відбувалося в основному на низькооплачувані місця, що не сприяло закріпленню працівників на підприємствах.

Таблиця 2.10 Порівняльні дані по основних показниках роботи Рівненського міського центру зайнятості

Назва показників	Роки				Приріст, %
	2016	2017	2018	2019	
Всього на обліку в центрі зайнятості громадян незайнятих трудовою діяльністю перебувало, осіб	14 430	15 391	15 700	15 108	1,05
В статусі зареєстрованого безробітного	9 062	8 555	3 220	6 613	0,73
Серед зареєстрованих безробітних було працевлаштовано з початку року, осіб	6 677	6 812	6 519	7 561	1,13
На оплачувані громадські роботи та роботи тимчасового характеру було направлено, осіб	453	663	693	634	1,41
Серед зареєстрованих безробітних охоплено професійним навчанням, осіб	1 502	1 516	1 296	1 031	0,69
Загальна кількість вакансій у звітному періоді (з початку року), осіб	9 132	9 297	10 377	10 143	1,12
Навантаження на 1 вакантне місце, осіб	8,2	16,5	31,6	10	1,22

За останніми даними Рівненського центру зайнятості рівень безробіття населення в Рівному та Рівненській області з кожним роком зростає, як ми бачимо з 2016 році було зареєстровано 14 430 осіб, у 2017 році їх кількість збільшилася до 15 391 осіб, у 2018 році 15 700 осіб, а у 2019 році кількість осіб зменшилася до 15 108. Значне збільшення безробітних громадян було помічено з кінця 2016 року причини якого складна політична ситуація в країні, зміна влади, відбуваються воєнні дії багато людей втратили домівки

та місце роботи, а також основних годувальників сім'ї. Всі ці фактори і не тільки вплинули на підвищення рівня безробіття та на виплати матеріального та соціального забезпечення в Україні в цілому і в нашій області. Також було надано досить багато вакантних місць, але конкуренція на одне місце все одно була і з кожним роком змінювалася у 2016 році 8,2 особи, у 2017 році 16,5 осіб, у 2018 році 31,6 особи порівняно з минулим роком претендували на одну вакантну посаду, у 2019 році 10 осіб це набагато менше у порівнянні з попереднім роком.

Отже, для реалізації державної політики зайнятості населення, професійної орієнтації, підготовки і перепідготовки, працевлаштування та соціальної підтримки громадян, які тимчасово не працюють у порядку, який визначається Кабінетом Міністрів України, функціонує Рівненський міський центр зайнятості. Проаналізувавши фінансово-господарську діяльність, показники роботи, чисельність зареєстрованих як безробітні та працевлаштованих можна зробити висновок, що даний центр зайнятості активно працює та виконує покладені на нього обов'язки.

2.3 Аналіз управління процесом надання послуг у Рівненському міському центрі зайнятості

Центр зайнятості покликаний задовольняти постійно зростаючі потреби людей в якісному та швидкому забезпеченні їх роботою, що максимально відповідає їх особистим та професійним якостям.

Таблиця 2.11 Основні послуги які надаються громадянам та роботодавцям

Перелік соціальних послуг служби зайнятості, які надаються громадянам	Перелік соціальних послуг служби зайнятості, які надаються роботодавцям
1. допомога по безробіттю, у тому числі одноразова її виплата для організації безробітними підприємницької діяльності;	1. інформування про стан, основні тенденції та процеси на локальному ринку праці (зокрема, про професійно-кваліфікаційний стан

<p>2.допомога на поховання у разі смерті безробітного або особи, яка перебувала на його утриманні;</p> <p>3.професійна підготовка або перепідготовка, підвищення кваліфікації у професійно-технічних та вищих навчальних закладах, у тому числі в навчальних закладах державної служби зайнятості, на підприємствах, в установах, організаціях;</p> <p>4.профорієнтація;</p> <p>5.пошук підходящої роботи та сприяння у працевлаштуванні, у тому числі шляхом організації громадських робіт для безробітних у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;</p> <p>6.інформаційні та консультаційні послуги, пов'язані з працевлаштуванням;</p> <p>7.надання ваучера для підтримання конкурентоспроможності деяких категорій громадян шляхом перепідготовки, спеціалізації, підвищення кваліфікації за професіями та спеціальностями та спеціальностями для пріоритетних видів економічної діяльності;</p>	<p>робочої сили, її очікування щодо заробітної плати, режиму та організації праці й відпочинку);</p> <p>2.інформування роботодавців, відповідно до профілю підприємств про професійно-кваліфікаційний склад осіб, які зареєстровані в центрі зайнятості, в тому числі про осіб, які шукають роботу і мають унікальні (рідкісні) професії, спеціальності або особисті якості;</p> <p>3.професійне навчання безробітних на замовлення роботодавців для конкретних робочих місць як у навчальних закладах, так і безпосередньо на виробництві;</p> <p>4.задоволення потреб роботодавців у тимчасових працівниках для виконання певних видів робіт (громадських та інших робіт тимчасового характеру);</p> <p>5.здійснення комплексу спеціальних заходів у разі запланованого вивільнення працівників (здійснюється службою зайнятості спільно з органами влади, роботодавцями і профспілковими організаціями щодо осіб, які підлягають вивільненню, з метою формування у них поведінки, адекватної стану ринку праці, їх спрямуванню на необхідність активізації зусиль у пошуку свого місця в існуючих реаліях, не очікуючи звільнення);</p> <p>6.проведення семінарів з керівниками підприємств та представниками кадрових служб для інформування про їх права, обов'язки, відповідальність у сферах праці та зайнятості, визначення спільних дій з метою прискорення працевлаштування шукачів роботи;</p>
--	---

	<p>7.сприяння у проведенні роботодавцями співбесід із кандидатами на робочі місця та організація зустрічей з шукачами роботи, у тому числі у центрах зайнятості;</p> <p>8. компенсації роботодавцям витрат у розмірі єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування при працевлаштуванні громадян, які недостатньо конкурентоспроможні на ринку праці, на новостворені робочі місця;</p>
--	--

Основні послуги що надаються роботодавцям та населенню:

Професійна підготовка і перепідготовка незайнятих громадян.

Професійна підготовка, підвищення кваліфікації і перепідготовка осіб, зареєстрованих у службі зайнятості як такі, що шукають роботу, безробітних може провадитись у випадках: неможливості підібрати підхожу роботу через брак у громадянина необхідної професійної кваліфікації; необхідності змінити кваліфікацію у зв'язку з відсутністю роботи, яка відповідає професійним навикам громадянина; втрати здатності виконання роботи за попередньою професією; пошуку роботи вперше і відсутності професії (спеціальності).

Надання компенсацій і допомог

Держава створює умови незайнятим громадянам у поновленні їх трудової діяльності та забезпечує їм такі види компенсацій:

- надання особливих гарантій працівникам, вивільнюваним з підприємств, установ, організацій;
- виплата матеріальної допомоги в період професійної підготовки, перепідготовки або підвищення кваліфікації;

- виплата в установленому порядку допомоги з безробіття, матеріальної допомоги з безробіття;
- надання додаткової матеріальної допомоги безробітному громадянину і членам його сім'ї з урахуванням наявності осіб похилого віку і неповнолітніх дітей, які перебувають на його утриманні.

Надання матеріальної допомоги в період професійної підготовки та перепідготовки.

Громадянам, зареєстрованим у службі зайнятості як такі, що шукають роботу і безробітні, в період професійної підготовки і перепідготовки виплачується матеріальна допомога обсягом 75 % їх середньої заробітної плати за останнім місцем роботи, але не більше середньої заробітної плати, що склалася в народному господарстві відповідної галузі за минулий місяць, і не нижче встановленої законодавством величини мінімальної заробітної плати. Громадянам, які звільнилися з підприємств, установ і організацій з інших причин або які вперше шукають роботу, або тривалий час (понад шість місяців) не працюють, або закінчили навчання у професійно-технічних і вищих закладах освіти чи звільнилися зі строкової військової або альтернативної (невійськової) служби, зареєстрованим службі зайнятості як такі, що шукають роботу, і безробітні, у період професійної підготовки і перепідготовки виплачується матеріальна допомога у розмірі допомоги з безробіття, передбаченої для цієї категорії громадян.

Виплати допомоги з безробіття громадянам, зареєстрованим на загальних підставах.

У службі зайнятості громадяни реєструються на загальних підставах як такі, що шукають роботу. Право на допомогу з безробіття мають незайняті (непрацюючі) громадяни, визнані у встановленому порядку безробітними. Допомога з безробіття виплачується з восьмого дня після реєстрації громадянина у Державній службі зайнятості до працевлаштування, але не більше 360 календарних днів протягом двох років; для осіб передпенсійного віку — до 720 календарних днів, а громадянам, які бажають відновити

трудова діяльність після тривалої (більше шести місяців) перерви, та громадянам, які вперше шукають роботу, допомога з безробіття виплачується не більше 180 календарних днів. У період пошуку роботи та безробіття громадянин зобов'язаний сприяти своєму працевлаштуванню відповідно до рекомендацій працівників Державної служби зайнятості.

Матеріальна допомога з безробіття.

Безробітні після закінчення строку виплати допомоги з безробіття можуть одержувати протягом 180 календарних днів матеріальну допомогу з безробіття в обсязі до 75 % встановленої законодавством мінімальної заробітної плати за умови, що середньомісячний сукупний дохід на члена сім'ї не перевищує встановленого законодавством неоподаткованого мінімуму доходів громадян. У разі смерті безробітного або особи, яка перебувала на його утриманні, членам сім'ї безробітного або особи, яка здійснювала поховання, виплачується допомога на поховання у розмірі, встановленому законодавством. Кожному з членів сім'ї, які перебувають на утриманні безробітного, а також громадянам, у яких закінчився строк виплати допомоги з безробіття, матеріальної допомоги з безробіття, надається одноразова матеріальна допомога у розмірі 50 % установленої законодавством мінімальної заробітної плати.

Добровільне соціальне страхування зайнятості.

Громадяни можуть укладати з органами державного страхування договір на випадок втрати роботи. Порядок, періодичність та умови страхування визначаються законодавством України. Громадяни, які уклали такі договори, не втрачають права на одержання допомоги з безробіття або матеріальної допомоги в період професійної підготовки і перепідготовки.

Законодавством України можуть передбачатися за рахунок бюджету держави додаткові гарантії громадянам, вивільнюваним з підприємств, що підлягають ліквідації у зв'язку зі здійсненням заходів щодо поліпшення екологічної обстановки або внаслідок стихійного лиха [12].

У разі закінчення встановленого строку виплати допомоги з безробіття громадянин має переважне право на здобуття іншої професії (спеціальності) і участь в оплачуваних громадських роботах на період — до забезпечення його підходящою роботою. Оплата праці осіб, зайнятих на громадських роботах, здійснюється за фактично виконану роботу і не може бути меншою мінімальної величини заробітної плати, встановленої законодавством України, при якісному виконанні норм праці. На осіб, зайнятих на громадських роботах, поширюються соціальні гарантії, включаючи право на пенсійне забезпечення, виплату допомоги з тимчасової непрацездатності. За безробітними громадянами, які беруть участь у таких роботах, зберігається виплата допомоги з безробіття у розмірах і в строки, встановлені відповідно до закону. Фінансування громадських робіт провадиться за рахунок місцевого бюджету із залученням коштів Державного фонду сприяння зайнятості населення (щодо організації таких робіт для безробітних) і підприємств, установ та організацій, для яких ця робота виконується за договорами.

Служба зайнятості повинна забезпечувати зайнятість населення, передусім осіб, зареєстрованих як безробітні, організують проведення оплачуваних громадських робіт на підприємствах, в установах і організаціях комунальної власності і за договорами — на інших підприємствах, в установах і організаціях. З особами, які бажають брати участь у громадських роботах, укладається строковий трудовий договір з правом його продовження за погодженням сторін до вирішення питання про їх працевлаштування на підходящу роботу. Переважним правом укладання договорів користуються громадяни, зареєстровані як безробітні.

Пропонує послуги з відповідними особливостями. Послуги забезпечення клієнтів робочими місцями є досить актуальним бо на сьогодні, в силу багатьох складних факторів, велика частина населення не може, з тих чи інших причин, отримати роботу. Послуги розраховані на широку аудиторію. Загалом це працездатне населення (куди також слід входять

люди з обмеженою працездатність), яке має певну професійну підготовку або немає такої і має бажання отримати роботу. Головною мотивацією, для придбання послуг, які пропонуються є прагнення людей до праці та прибутку.

Для того щоб дізнатися які послуги користуються найбільшою популярністю, а які є менш використовуваними серед зареєстрованих у центрі зайнятості, проведемо АВС аналіз послуг (табл. 2.12) які надаються у Рівненському міському центрі зайнятості (Додаток В)

АВС - аналіз полягає у виявленні послуг які є найціннішими та мають найбільший попит. Ділиться на три групи:

група А – послуги, які користуються найбільшою популярністю;

група В – послуги, якими громадяни користуються менше;

група С – послуги, які є найменш популярними

Таблиця 2.12 АВС - аналіз послуг центру зайнятості

№	Послуга	Кількість осіб	% відношення	Накопичена сума	Група
1.	Профорієнтаційні послуги	21 354	53,79	53,79	А
2.	Кількість безробітних охоплених семінарами	7 849	19,77	73,56	В
3.	Активні форми зайнятості населення	8 508	21,43	94,99	В
4.	Охоплено професійним навчанням	1 296	3,26	98,25	С
5.	Направлено на оплачувані громадські роботи тимчасового характеру	693	1,75	100	С
Всього	-	39 700	100	-	-

Отже, проаналізувавши ABC - аналіз бачимо що до групи А належить профорієнтаційні послуги, вони є найпопулярнішими тому що вони надаються різним категоріям населення, в них входить надання індивідуальних профконсультацій із застосуванням профдіагностики та відбувається постійне оновлення та функціонування, за принципом адресності та спрямованості на конкретну категорію клієнтів служби зайнятості, також багато уваги приділяється учнівській молоді для допомоги їм у виборі майбутньої професії.

До категорії В входять дві послуги семінари, які надаються для безробітних та активні форми зайнятості населення.

Активні форми зайнятості користуються популярністю громадян, їх направляють на громадські роботи та залучають до професійного навчання. Ще одним із вагомих чинників, що зменшує соціальну напругу на ринку праці Рівненської області, сприяє соціально-економічному розвитку регіону організація та проведення централізованих семінарів. На сьогодні, в умовах існуючого обмеженого попиту на робочу силу, для безробітних громадян, які шукають роботу, участь в семінарах, особливо з техніки пошуку роботи є реальною нагодою ознайомитися з основними джерелами інформації про вакансії, їх перевагами та недоліками, ознайомитися з правилами підготовки до співбесіди, питаннями, які обговорюються з роботодавцем, формами та методами самопрезентації та сформувати навички написання резюме та ефективно його використовувати під час пошуку роботи.

Людина, яка звертається до центру зайнятості в пошуках роботи, перебуває в стресовому стані, який зумовлений втратою суспільного та професійного статусу. Семінари з техніки пошуку роботи на разі є ефективним засобом реалізації активної політики зайнятості, що сприяє мотивації до праці та трудовій адаптації безробітних.

Саме участь в семінарах з техніки пошуку роботи дає можливість шукачеві роботи відновити віру в себе, підвищити власну мотивацію до

праці, а також продемонструвати потенційному роботодавцю власні професійні якості.

До групи С відносяться такі послуги як професійне навчання та направлення на оплачувані громадські роботи.

Організуються громадські роботи з метою додаткового стимулювання мотивації до праці й матеріальної підтримки безробітних та інших категорій осіб і виконуються ними на добровільних засадах. Профнавчання включає в себе професійну підготовку безробітних громадян, котрі не мають професії; професійну перепідготовку робітників та спеціалістів за новими професіями і спеціальностями; підвищення кваліфікації робітників та спеціалістів. Професійна підготовка безробітних громадян, котрі не мають професії, спрямовується на оволодіння спеціальними знаннями, вміннями та навичками та професіями, користуються попитом на регіональному ринку праці, або ж розраховані на отримання знань з напрямів, що дозволяють безробітному відкрити свою власну справу. Професійна перепідготовка робітників та спеціалістів здійснюється з метою оволодіння спеціальними знаннями, вміннями та навичками за новою професією, якщо їм не може бути запропонована підходяща робота за наявною професією, спеціальністю. Підвищення кваліфікації робітників та спеціалістів спрямовується на розширення і поглиблення їх знань, вмінь та навичок за раніше набутими професіями, спеціальностями відповідно сучасним вимогам науки та техніки, а також на опанування спеціальними знаннями, що сприятиме зайнятості громадян.

Вище була наведена організаційна структура Рівненського міського центру зайнятості, тепер опишемо яку діяльність здійснюють відділи:

Відділ сприяння працевлаштуванню

- працевлаштування клієнтів центру зайнятості всіх категорій, кожного прошарку шукачів роботи, кожної особистості, котрі звертаються у пошуку роботи, в тому числі на громадські роботи, сезонні та місця, створені шляхом надання дотації працедавцям;

- надання соціальних послуг всім категоріям населення (особи з обмеженою працездатністю, жінкам, молоді, довготривалі безробітні, особи, котрі працюють і бажають змінити місце роботи, або шукають додаткову зайнятість, особи котрі навчаються і бажають працювати);

- скерування безробітних на семінари, профорієнтаційні заходи, профнавчання перепідготовку та підвищення кваліфікації з метою підвищення їх конкурентоспроможності на ринку праці, громадські та сезонні роботи;

- сприяння інтеграції осіб з обмеженою працездатністю у суспільство шляхом запровадження ефективних форм роботи та індивідуальних підходів у вирішенні питання їх працевлаштування.

Відділ довідково-інформаційної роботи з населенням

- консультування відвідувачів центру зайнятості з питань надання послуг центром зайнятості;

- організація та забезпечення роботи сектору самостійного пошуку роботи, постійно діючого ярмарку вакансій та Інтернет–центру;

- надання практичної допомоги клієнтам служби зайнятості в використанні можливостей пошуку роботи через інтернет, забезпечує контроль за роботою інтернет-центру.

Відділ профорієнтації

- забезпечення організації та надання профорієнтаційних послуг різним категоріям населення;

- дотримання логічної послідовності у наданні клієнтам центру зайнятості профорієнтаційних послуг - від заходів загального інформаційного спрямування до поглиблених профконсультаційних та надання індивідуальних профконсультацій, в тому числі із застосуванням профдіагностики;

- забезпечення належного рівня виконання, постійного оновлення та функціонування, за принципом адресності та спрямованості на конкретну категорію клієнтів служби зайнятості, профінформаційного сектору,

профорієнтаційного сектору, кабінету само тестування, інформаційного центру для учнівської молоді.

Відділ організації профнавчання та самозайнятості

- забезпечення реалізації програми зайнятості населення в частині професійного навчання безробітних громадян, зареєстрованих в центрі зайнятості;

- підготовка проекту договорів з підприємствами, установами та організаціями щодо проведення на їх базі індивідуального професійного навчання та стажування безробітних громадян та подає їх у установленому порядку на затвердження директору центру зайнятості;

- погодження з підприємствами, організаціями та установами навчально-програмну документацію та кошториси витрат на проведення професійного навчання;

- здійснення постійного контролю за виконанням договорів між центром зайнятості та підприємствами, установами, організаціями, навчальних планів і програм, відвідування слухачами занять.

Відділ надання послуг роботодавцям

- забезпечення щоденного збору оперативних вакансій та наповнення цієї інформацією сектора самостійного пошуку вакансій;

- надання допомоги в оперативному підборі необхідних кадрів шляхом представлення вакансій для потенційних працівників під час проведення ярмарок вакансій, міні-ярмарок, тощо;

- організація роботи щодо подання пропозицій підприємствам, установам та організаціям з встановленням на них квоти та бронювання робочих місць для соціально незахищених категорій безробітних, в тому числі адресного бронювання, з попереднім погодженням з роботодавцями в розрізі категорій незайнятого населення;

- укладення договорів з підприємствами, установами та організаціями про спільну діяльність з організації оплачуваних громадських та сезонних робіт;

- реєстрація та зняття з реєстрації трудових договорів, укладених між фізичними особами-підприємцями та найманими працівниками, ознайомлення з порядком реєстрації та зняття з реєстрації трудового договору, внесення відповідних записів до трудової книжки працівника та її зберігання, в разі виявлення порушення термінів їх реєстрації-повідомлення
- залучення роботодавців до семінарів, тренінгів, нарад, «круглих столів», ярмарків вакансій, інших масових заходів;
- надання працедавцям кваліфікованих консультацій щодо дотримання норм законодавства про працю і зайнятість, у тому числі під час вивільнення або звільнення працівників, укладання трудових договорів, реєстрації угод з найманими працівниками;
- організація заходів щодо надання роботодавцю дотації на створення додаткових робочих місць для працевлаштування безробітних.

Відділ інформаційної роботи з роботодавцями

- планування, організація та проведення масових інформаційних заходів;
- оформлення відповідних стендів, планшетів, плакатів з інформацією про перелік послуг, які надає роботодавцям центр зайнятості;
- інформування засоби масової інформації про наявність вільних робочих місць та вакантних посад, надання роботодавцям допомоги у підготовці текстів оголошень про вакансії і пошук кадрів для їх розміщення у засобах масової інформації;
- надання допомоги роботодавцям в оперативному підборі необхідних кадрів шляхом проведення постійно діючих міні-ярмарків вакансій тощо;

Центр зайнятості забезпечує реалізацію завдань щодо:

- соціального захисту населення від безробіття;

Зареєстровані безробітні мають право на:

- одержання від державної служби зайнятості інформації про свої права

та обов'язки у статусі безробітного, обов'язки державних органів щодо зайнятості та соціального захисту від безробіття;

- одержання від державної служби зайнятості консультаційних, інформаційних та профорієнтаційних послуг з метою вибору професії та працевлаштування;

- одержання від державної служби зайнятості інформації щодо відомостей про себе, які містяться в банку даних державної служби зайнятості, забезпечення їх конфіденційності, якщо особа вважає їх такими;

- одержання від державної служби зайнятості консультаційної допомоги щодо самостійного пошуку роботи;

- одержання від державної служби зайнятості послуг з пошук підходящої роботи та сприяння у працевлаштуванні;

- участь в оплачуваних громадських роботах;

- безоплатну професійну підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації;

- матеріальне забезпечення на випадок безробіття.

- регулювання рівня зайнятості населення;

Механізм регулювання зайнятості населення включає сукупність правових, адміністративних та економічних важелів для досягнення цілей, визначених державними програмами зайнятості.

Держава може проводити активну і пасивну політику зайнятості. Активна політика зайнятості - це сукупність правових, організаційних та економічних заходів, які проводить держава з метою зниження рівня безробіття: профорієнтація, професійна підготовка та перепідготовка населення, організація громадських робіт, сприяння у пошуках роботи, кредитування малого підприємства, фінансова підтримка підприємств у збереженні (або створенні) робочих місць, розвиток системи органів служби зайнятості тощо. Пасивна політика зайнятості - це сукупність заходів, які направлені на згладжування негативних наслідків безробіття: грошова допомога безробітним і членам їх сімей, пільги.

- сприяння працевлаштуванню населення;

Аналізує і прогнозує попит і пропозицію на робочу силу, інформує населення і державні органи управління про стан ринку праці; консультує громадян, власників підприємств, установ і організацій або уповноважені ними органи, які звертаються до служби зайнятості, про можливість одержання роботи і забезпечення робочою силою, вимоги, що ставляться до професії, та з інших питань, що є корисними для сприяння зайнятості населення; подає допомогу громадянам у підборі підходящої роботи і власникам підприємств, установ і організацій або уповноваженим ними органам у підборі необхідних працівників; реєструє безробітних і подає їм у межах своєї компетенції допомогу, в т. ч. і матеріальну; бере участь у підготовці перспективних і поточних державних і територіальних програм зайнятості і заходів щодо соціального захисту різних груп населення від безробіття.

- активізація зусиль клієнтів для влаштування свого життя;

Полягає в підвищенні відповідальності людини перед собою, своєю сім'єю і суспільством. Ефективним засобом активізації клієнтів служб зайнятості є розробка за допомогою центру зайнятості спеціальних планів самостійного пошуку роботи. Такі плани допомагають клієнтам систематизувати свої зусилля з пошуку роботи, а спеціалістам — більш цілеспрямовано сприяти громадянину. У центрі створюється спеціальна комісія, яка з певною періодичністю (наприклад, через 3—6 місяців після реєстрації клієнта) на основі аналізу проведеної роботи, ретельного вивчення виконання плану самостійного пошуку роботи, причин відсутності результатів з працевлаштування, оцінює правильність обраних клієнтом і спеціалістом методів пошуку роботи. Потім комісія спільно з клієнтом і спеціалістом намічає подальші дії, які на її думку, можуть прискорити працевлаштування, а в разі необхідності приймає рішення про заміну спеціаліста.

- професійної орієнтації;

Це процес, за допомогою якого консультант із професійної орієнтації допомагає клієнтові центру зайнятості краще зрозуміти самого себе стосовно світу професій з метою прийняття реалістичного рішення щодо вибору або зміни професії або з метою успішної професійної адаптації.

Метою професійної орієнтації є допомога кожному клієнтові пройти через процес професійної адаптації на всіх рівнях: соціальному, економічному та кваліфікаційному. Консультування з професійної орієнтації також має допомогти, людині краще зрозуміти свої інтереси, здібності, характер роботи та прийняти власні рішення щодо професійних завдань та конкретних кроків для реалізації поставленої мети:

- професійного навчання, перенавчання та підвищення кваліфікації;
- служба зайнятості направляє на професійне навчання осіб, які зареєстровані такими, що шукають роботу за їх згодою у таких випадках:
 - коли немає можливості підібрати підходящу роботу через відсутність у безробітного необхідної професійної кваліфікації;
 - якщо є необхідність змінити кваліфікацію у зв'язку з відсутності роботи, яка відповідає професійним навичкам безробітного;
 - коли втрачена здатність виконувати роботу за попередньою професією (спеціальністю);
 - соціальної підтримки тимчасово безробітних через сприяння їх самозайнятості та участі в оплачуваних громадських роботах.

Однією формою працевлаштування безробітних громадян є проведення оплачуваних суспільних робіт в організаціях, і за договорами - за іншими організаціях з метою забезпечення тимчасової зайнятості. Ця форма працевлаштування служить матеріальною підтримкою, але нерідко допомагає знайти місце роботи. Право щодо участі у суспільних роботах мають громадяни, зареєстровані у органах служби зайнятості з метою пошуку підходящої роботи, безробітні громадяни. Перевагу щодо участі у суспільних роботах користуються безробітні громадяни, не отримують

допомоги за безробіттям, безробітні громадяни, котрі перебувають обліку органів служби зайнятості понад шість місяців.

- надання матеріального забезпечення у випадку безробіття.

Кошти на випадок безробіття використовуються на виплату матеріального забезпечення та надання соціальних послуг.

Безробітним надаються такі види матеріального забезпечення:

допомога у зв'язку з безробіттям, у тому числі одноразова її виплата для організації безробітним підприємницької діяльності;

- допомога по частковому безробіттю;
- матеріальна допомога у період професійної підготовки, перепідготовки або підвищення кваліфікації безробітного;
- матеріальна допомога по безробіттю, одноразова матеріальна допомога безробітному та непрацевдатним особам, які перебувають на його утриманні;
- допомога на поховання у разі смерті безробітного або особи, яка перебувала на його утриманні.

Допомога у зв'язку з безробіттям виплачується з восьмого дня після реєстрації особи в установленому порядку в службі зайнятості. Загальна тривалість виплати допомоги через безробіття не може перевищувати 360 календарних днів протягом двох років.

Тепер що б дізнатися більш детально які категорії громадян найчастіше звертаються і найбільше їх зареєстровано протягом року у Рівненському міському центрі зайнятості зробимо таку гістограму за даними 2016 – 2019 рр. (додаток В)

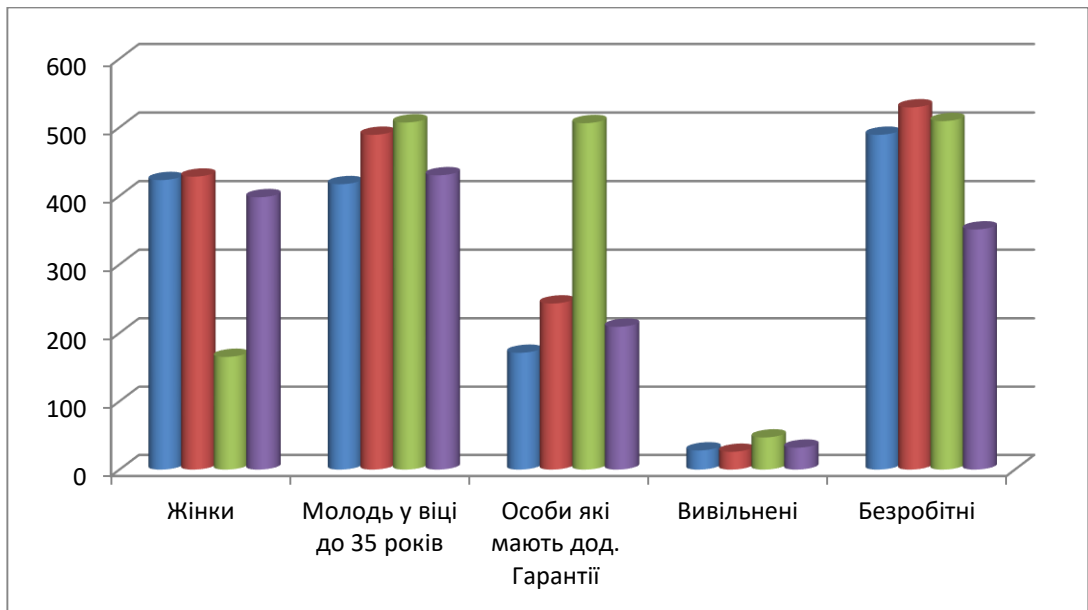


Рис. 2.2 Зареєстровано громадян протягом 2016-2019 років

Порівнюючи дані за 2016 – 2019 рр., можна сказати що, переважають категорії безробітні та молодь у віці до 35 років, у категорію безробітні також входять і інші категорії з цього списку. У 2018 році було зареєстровано досить багато осіб які мають додаткові гарантії, це спричинено тим що багато громадян повернувшись з воєнних дій стають на облік у центр зайнятості, а вони мають різні пільги за рахунок того що перебували в зоні бойових дій.

Проаналізувавши кого найбільше було зареєстровано в центрі зайнятості зробимо гістограму працевлаштовано з початку року з 2016 по 2019рр.

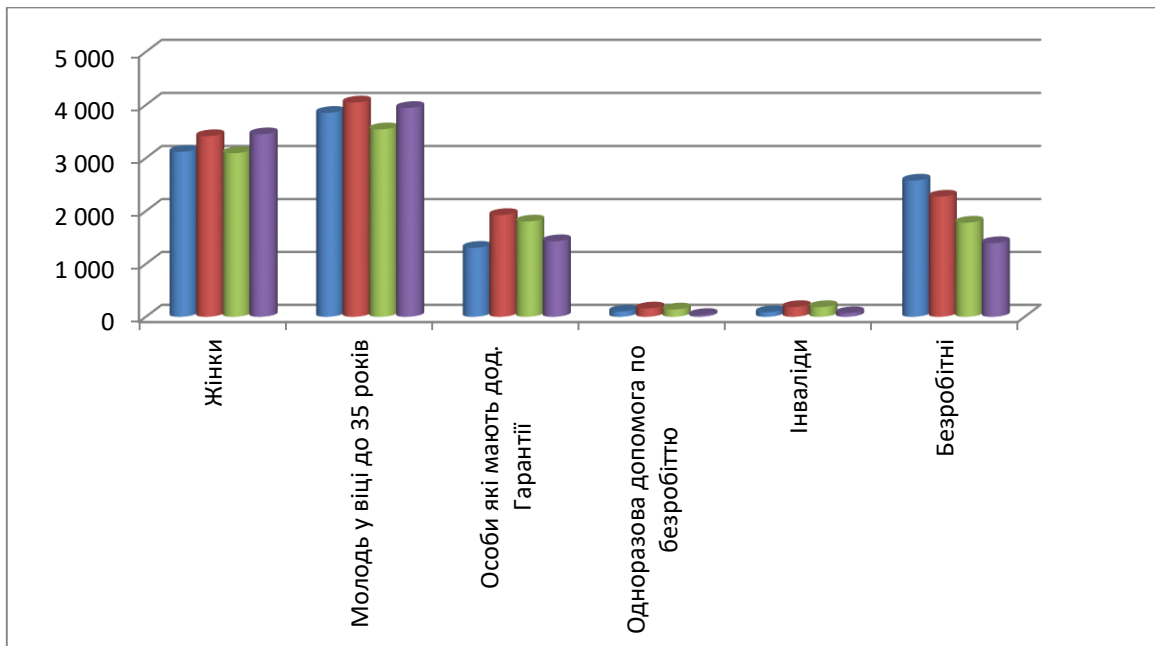


Рис. 2.3 Працевлаштовано з початку року 2016 – 2019рр.

Отже, бачимо що працевлаштовано за аналізований період найбільше категорію молодь у віці до 35 років, це так і є тому що на даний час в нас випускається багато спеціалістів з навчальних закладів які не мають роботи і звертаються в службу зайнятості, тому що молодому спеціалісту знайти хорошу роботу ще й без досвіду роботи зараз дуже важко, в цю категорію входять й інші категорії з цього списку.

Важливою засадою є поділ клієнтів центру зайнятості на певні категорії:

- Працездатні громадяни працездатного віку, які не мають роботи і вперше звернулися до центру зайнятості або перебували на обліку і були зняті з обліку у зв'язку з працевлаштуванням та повторно звернулися до центру зайнятості.
- Громадяни, які зареєстровані як такі, що шукають роботу, і звернулися до центру зайнятості в призначений день.
- Громадяни, які раніше перебували на обліку в центрі зайнятості як безробітні, були зняті з обліку за власною заявою або у зв'язку з невідвідуванням центру зайнятості більше одного місяця, не працевлаштувалися і повторно звернулися до центру зайнятості протягом двох років з моменту першої реєстрації.

- Громадяни, які зареєстровані як безробітні і звернулися до центру зайнятості в призначений час.
- Громадяни, які працюють і бажають змінити місце роботи або шукають додаткову зайнятість (додатковий заробіток).
- Інваліди, які бажають працевлаштуватися.
- Громадяни, які звернулися до центру зайнятості за довідками.
- Керівники, які звернулися до центру зайнятості з метою реєстрації підприємств як платників внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття.
- Керівники та працівники кадрових служб підприємств, які звернулися до центру зайнятості по допомогу в підборі персоналу.
- Роботодавці, які не мають прав юридичної особи та звернулися до центру зайнятості щодо реєстрації трудових договорів між працівником та фізичною особою.

Знаючи всі категорії клієнтів які звертаються в центр зайнятості працівникам буде набагато легше просувати свої послуги, пропонувати більш точну і потрібну для клієнтів інформацію.

Також центр зайнятості має мати 8 функціональних секторів, з яких основними є перші п'ять:

- довідково-консультаційний сектор;
- сектор самостійного пошуку вакансій;
- профорієнтаційний сектор;
- реєстраційно-приймальний сектор;
- сектор активної підтримки безробітних;
- сектор взаємодії з роботодавцями;
- сектор навчання та психологічного розвантаження персоналу;
- адміністративно-господарський сектор [15].

Організаційна структура центру зайнятості повинна забезпечити якісне надання послуг і повне виконання технології. В одних випадках певні функції в рамках технології виконує один спеціаліст, в інших — підрозділах,

а в деяких центрах зайнятості один спеціаліст може виконувати кілька функцій. Розміщення функціональних секторів у центрі зайнятості дає змогу наблизити послуги до клієнта. Таким чином, клієнтові надається пакет послуг з перших хвилин відвідування ним центру зайнятості.

2.4 Порядок прийому клієнтів спеціалістами центру зайнятості

Державним центром зайнятості затверджено у 2000 р. Єдину технологію обслуговування населення в центрах зайнятості (ЄТОН) — це система способів надання клієнтам державної служби зайнятості соціальних послуг на основі раціонального поділу і спеціалізації праці персоналу служби на скоординовані між собою стандартні процедури. В основі ЄТОН містить 6 цільових блоків: формування функціональних секторів; посилення взаємодії з роботодавцями; активізація власних зусиль клієнтів для влаштування свого життя, підвищенню відповідальності людини перед собою, своєю сім'єю і суспільством; диспетчеризація прийому клієнтів; раціоналізація документообігу в забезпеченні спеціалістів необхідними документами клієнтів перед початком роботи з ними, регламентації маршрутів руху персональних справ клієнтів (ПС) і персональних карток (ПК); створення умов для високооплачуваної праці.

Спеціаліст, який здійснює диспетчерсько-консультаційні функції, призначає клієнтам прийом спеціалістами ЦЗ і видає талон, де зазначається: номер талона, номер кабінету, номер робочого місця, час прийому. Якщо до спеціаліста, який здійснює диспетчерсько-консультаційні функції, звернувся клієнт, який прийшов у непризначений час, то спеціаліст-диспетчер пояснює необхідність суворого дотримання призначеного часу прийому і видає клієнту талон, на якому зазначено номер талона, номер кабінету, номер робочого місця спеціаліста, з яким він співпрацює, але без зазначення часу прийому. Диспетчер робить зауваження і попереджає клієнта, що він буде запрошений до спеціаліста, який з ним співпрацює, у звичайному порядку і тільки у разі нез'явлення або запізнення призначених раніше клієнтів до

цього спеціаліста. У разі звернення клієнта, який загубив або забув талон і не пам'ятає його номера, прізвище фахівця, ознаку робочого місця, диспетчер знаходить прізвище клієнта в одному з планів-графіків спеціалістів і видає новий талон з необхідними відомостями. У ході співбесіди будь-якого спеціаліста ЦЗ з клієнтами виникає потреба у консультуванні або співпраці зі спеціалістами ЦЗ іншого профілю. У такому разі профільний спеціаліст подає диспетчеру повідомлення про призначення прийому. На його підставі з загальним макетом-графіком прийому призначається прийом до відповідного спеціаліста.

Таким чином, логічна схема порядку прийому клієнтів центрів зайнятості така:

- з'ясовується мета звернення до центру зайнятості;
- визначається категорія клієнтів ЦЗ і відповідно до цього здійснюються такі операції;

Для громадян, які потребують соціальних послуг, обирається один із таких варіантів:

- обслуговування працездатних громадян, які не мають роботи і вперше звернулися до центру зайнятості або перебували на обліку і були зняті з обліку у зв'язку з працевлаштуванням та повторно звернулися до центру зайнятості;
- обслуговування громадян, які зареєстровані як такі, що шукають роботу, і звернулися до центру зайнятості в призначений день;
- обслуговування громадян, які раніше перебували на обліку в центр зайнятості як безробітні, були зняті з обліку за власною заявою або у зв'язку з невідвідуванням центру зайнятості більше одного місяця, не працевлаштувалися і повторно звернулися до центру зайнятості протягом двох років з моменту першої реєстрації;
- обслуговування громадян, які зареєстровані як безробітні і звернулися до центру зайнятості в призначений час;

- обслуговування громадян, які працюють і бажають змінити місце роботи або шукають додаткову зайнятість (додатковий заробіток);
- обслуговування інвалідів, які бажають працевлаштуватися;
- обслуговування громадян, які звернулися до центру зайнятості за довідками.

Для роботодавців обирається одна з таких схем:

- обслуговування керівників, які звернулися до центру зайнятості з метою реєстрації підприємств як платників внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття;
- обслуговування керівників та працівників кадрових служб підприємств, які звернулися до центру зайнятості по допомогу в підборі персоналу;
- обслуговування роботодавців, які не мають прав юридичної особи та звернулися до центру зайнятості щодо реєстрації трудових договорів між працівником та фізичною особою.

ЄТОН зумовлює наявність у кожному центрі зайнятості спеціальної посадової особи — спеціаліста з організації документообігу, створення особових картотек і архівів. Картотека формується на стелажах (у шафах, на полицях) відповідно до робочих місць спеціалістів, які здійснюють функції працевлаштування. Архіви створюються двох типів: оперативні (знаходяться у центрах зайнятості базового рівня) і довгострокові (знаходяться в центрах регіонального рівня для клієнтів, які зняті з обліку два чи більше років тому). Для оптимізації документообігу використовується обладнання робочих місць спеціалістів уніфікованими контейнерами для вхідних і вихідних документів клієнтів.

РОЗДІЛ 3.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДАННЯ ПОСЛУГ РІВНЕНСЬКОГО МІСЬКОГО ЦЕНТРУ ЗАЙНЯТОСТІ

3.1. Шляхи удосконалення процесу надання послуг

Центр зайнятості є соціальною сферою, і забезпечує для м. Рівне і Рівненські області реалізацію гарантованою державою для громадян право на захист від безробіття, надання державних послуг для населення й роботодавцям у сфері сприяння зайнятості, трудову міграцію.

Факт працевлаштування клієнта служби зайнятості – це не проста фіксація певних подій, як, наприклад, припинення отримання особою допомоги по безробіттю та припинення її реєстрації як безробітної, укомплектування вакансій. Кожний факт працевлаштування – це перш за все факт включення особи у суспільне виробництво, який є дуже важливим як для конкретної особи, так загалом для держави та суспільства. Важливість цієї події визначається в економічній і соціальній площинах. Тому питання працевлаштування кожного безробітного, який звернувся до центру зайнятості, має розглядатися із позиції використання всіх можливих ресурсів служби зайнятості, які можуть принести позитивний результат у конкретній ситуації.

Якщо особа активна і цілеспрямована у пошуку роботи, то і результат не заставить себе довго чекати. У цьому безробітних, окрім спеціалістів центру зайнятості, постійно переконує слоган, розміщений у кожному центрі зайнятості: “Робота існує для тих, хто її шукає”. Варто зазначити, що він добре виконує свою функцію, особливо якщо постійно перебуває у полі зору відвідувачів.

Є незначні недоліки, яких можна уникнути завдяки запропонованим нижче заходам:

- тривале обслуговування одного клієнта центру зайнятості;
- великі черги в центрі зайнятості;
- низька пропускна можливість служби зайнятості;

У зв'язку з бурхливим розвитком автоматизації, інформатизації і комп'ютеризації та широким використанням Інтернету у всіх сферах людської діяльності *пропонуються такі шляхи удосконалення діяльності Рівненського міського центру зайнятості:*

1. Оновити офіційний сайт Рівненського міського центру зайнятості.

Це дасть можливість громадянам Рівного та області дізнаватися детальніше про послуги, вакансії, новини центру зайнятості.

Сайт повинен володіти такими основними властивостями:

- вільний доступ до наявних вакансій;
- розсилка на електронну поштову скриньку та на мобільний телефон SMS-повідомлень про актуальні вакансії;
- психологічні та профорієнтаційні тести для самовизначення професії.

Тоді людям буде цікаво і корисно для себе заходити на сайт, можна буде дізнатися потрібну для себе інформацію швидко та в зручний час.

2. Запровадження системи подання заявок роботодавців в електронному вигляді.

Запровадження системи подання звітності в електронному вигляді сприяє удосконаленню процедури подання звітів від роботодавців, забезпечує можливість їх подання у зручний час, запобігає непродуктивному витрачання робочого часу при очікуванні прийому під час відвідування центру зайнятості. Також система електронної звітності дозволить роботодавцям самостійно створювати, зберігати, обробляти, використовувати, та подавати звіти у електронному вигляді, одержувати квитанції про подання звітів.

Відповідно до інструкції про порядок обчислення і сплати внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття та обліку їх надходження до Фонду в електронному вигляді до центрів зайнятості можна подавати статистичні звіти:

- розрахункову відомість про нарахування і перерахування страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття;

- № 3-ПН «Звіт про наявність вакансій»;
- № 4-ПН (план) «Звіт про заплановане вивільнення працівників»;
- № 4-ПН (факт) «Звіт про фактичне вивільнення працівників»;
- № 5-ПН «Звіт про прийнятих працівників».

Обов'язковим реквізитом електронного документа є електронно-цифровий підпис, який використовується для ідентифікації роботодавця, та є аналогом підпису паперового документа.

Накладанням електронного підпису завершується створення електронного документа.

Електронний підпис - це дані в електронній формі, які додаються до інших електронних даних або логічно з ними пов'язані та призначені для ідентифікації власника цих даних.

Електронний цифровий підпис (ЕЦП) - це вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати Роботодавця. Електронний цифровий підпис накладається за допомогою особистого ключа.

Наведені шляхи удосконалення системи обслуговування в Рівненського центру зайнятості забезпечать покращення продуктивності, зростання ефективності надання соціальних послуг безробітним, а, отже, й підвищиться рівень працевлаштування, скорочуватиметься період укомплектування вакансій, зменшуватиметься тривалість безробіття.

Впровадження більш результативних форми співпраці з роботодавцями з метою підвищення ефективності працевлаштування безробітних громадян, для розуміння їх потреб та можливості ефективної перепідготовки безробітних:

- Відвідування директором центру зайнятості та відповідними спеціалістами відділів по взаємодії з роботодавцями ринкоутворюючих підприємств, від яких залежить політика зайнятості в місті, районі, відповідно до складених графіків.

- Залучення роботодавців до участі в масових заходах центрів зайнятості: круглих столах, конференціях, Днях інформації для роботодавців, Днях центрів зайнятості.

- Вивчення потреб підприємств, організацій, установ через розповсюдження карток співпраці з роботодавцями. Потрібно завести паспорт підприємства, установи, організації або приватного підприємця - суб'єкта підприємницької діяльності з правом найму робочої сили в базових центрах зайнятості мають картку співпраці служби зайнятості з ними, в якій відображена кожна соціальна послуга, яка надається.

- Інформування роботодавців про послуги служби зайнятості через ЗМІ.

- Інформування про потребу підприємств у кадрах через Web-сайт, радіо, телебачення, газети.

- Проведення багатоступеневих Ярмарок вакансій, зорієнтованих на задоволення потреб конкретних роботодавців у фахівцях певних професій, із застосуванням професійного відбору. Продуктивною формою зарекомендував себе розроблений механізм багатоступеневих Ярмарків вакансій. Як свідчать результати досліджень, їх ефективність перевищує звичайну майже на 50 %. Спеціалісти центру зайнятості постійно відстежують ситуацію на промислових підприємствах, зокрема ринкоутворюючих. Це дозволяє оперативно вживати попереджувальних заходів щодо вивільнення працівників. Після отримання від роботодавців статистичних звітів про скорочення чисельності працівників проводиться Ярмарок вакансій безпосередньо на підприємстві.

- Проведення запобіжних заходів при звільненні працівників

на підставі аналізу статистичних форм 4-ПН. З цією метою здійснюються превентивні та адаптаційні міри, спрямовані на підбір роботи, профнавчання, залучення до самозайнятості громадян, які підпадають під вивільнення, консультування щодо змісту їх прав і державних гарантій, психологічна адаптація працівників до початку їх фактичного звільнення. Одразу, як тільки надходить інформація про наступне вивільнення працівників з того чи іншого підприємства регіону, відпрацьовується питання щодо можливості працевлаштування цих громадян на інших підприємствах, установах, в залежності від їх професійного складу..

- Створення анкет шукачів роботи, в якій міститься інформація про професійні якості особи, висновки проведеного тестування, фото.

- Проведення за участю роботодавців профорієнтаційної роботи з направлення учнів загальноосвітніх шкіл до закладів професійної освіти за напрямками робочих професій, у яких є потреба.

- Проведення семінарів для керівників підприємств, бухгалтерів, представників кадрових служб за участю представників райдержадміністрацій та інших служб.

- Створення в профінформаційних секторах базових центрів зайнятості секцій: “Кращі роботодавці запрошують” - паспорти підприємств, установ, організацій, які ведуть активну господарську діяльність, мають постійну потребу в робочій силі;

“ Підприємства, які мають нагальну потребу в кадрах”;

“Отримай професію! Працевлаштуйся!” - описи професій та підприємств, установ, організацій, на яких гарантовано працевлаштування за умови проходження професійного навчання.

Вагомий чинник, який впливає на результат діяльності всього центру зайнятості – його імідж серед громадян. Добра репутація напрацьовується щоденною працею і ставленням до кожної людини, і така інформація швидко поширюється. Тому лінія поведінки фахівців центру зайнятості щодо клієнтів повинна вибудовуватись на розумінні їхніх проблем і бажанні їх вирішити,

засадах людяності, поваги до особи. Процес цей постійний, весь час потребує самоконтролю від спеціалістів, а також системної роботи з боку керівництва.

Визнаний шлях постійного вдосконалення роботи центру зайнятості – постійний розвиток і зміцнення співпраці з роботодавцями. Якоїсь визначеної межі обсягів цієї співпраці не існує, а тому щоденна робота на результат повинна бути нормою. Саме ця робота дасть збільшення кількості вакансій, розширить можливості для працевлаштування клієнтів. Завдання спеціалістів центру зайнятості – ретельне опрацювання кожної вакансії, підготовка до співбесіди з безробітним, особливо із числа неконкурентоспроможних категорій громадян.

Також для ефективного управління процесом надання послуг потрібно підібрати індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Більшість людей, які втрачають роботу, відразу звертаються до центру зайнятості. Першим стимулом для цього є можливість отримання матеріальної підтримки у період безробіття, яка гарантується законом. Наступним по важливості для особи чинником для звернення до центру зайнятості є надія вирішити за допомогою служби зайнятості питання працевлаштування. завдання служби зайнятості – цю надію виправдати. Звичайно, не всі безробітні швидко працевлаштовуються, свою роль тут відіграє перший чинник – отримання допомоги по безробіттю. І це зрозуміло: поки виплачується допомога, із працевлаштуванням можна почекати. Добре, якщо у цей період очікування людина, наприклад, пішла на курси професійної перепідготовки чи підвищення кваліфікації, погодилась працювати на громадських чи тимчасових роботах. Значно гірше, коли вона скоригувала свої витрати відповідно до суми отримуваної допомоги по безробіттю і відклала для себе своє працевлаштування “у довгий ящик”. Ще гірше, коли пошукач роботи погоджується працювати у нелегальному секторі. Фахівці центру зайнятості повинні із самого першого відвідування клієнтом ЦЗ, із самого початку знайомства з ним унеможливити такий розвиток подій і зробити все, щоб людина якнайшвидше включилася у

суспільне виробництво. І основне завдання – це налагодити із нею конструктивні, ділові стосунки та спрямувати їх у чітко сплановане русло, суть якого зводиться до працевлаштування.

Індивідуальну роботу з клієнтом необхідно розуміти як щоденну, безперервну, системну працю фахівця базового центру зайнятості. Вакансія підходящої для нього роботи може надійти у період між його відвідуваннями, і спеціаліст має негайно зв'язатись з людиною, пізніше улагодити питання зустрічі із роботодавцем. Часто безробітному для працевлаштування необхідно змінити свій фах, а для деякого із них доцільним є вирішення питання зайнятості через організацію власної підприємницької діяльності. Головний чинник впливу працівника центру зайнятості на подібну ситуацію – професійне володіння технікою ведення співбесіди з клієнтом. Співбесіда є головною формою взаємодії спеціаліста центру зайнятості з шукачем роботи в процесі надання послуг. Типова структура співбесіди розроблена у Рекомендаціях щодо обслуговування населення та роботодавців фахівцями служби зайнятості, але кожна людина – особистість. Тому завдання спеціалістів центру зайнятості оперативно корегувати, деталізувати розвиток співбесіди з клієнтом. Професіонал робить це на підсвідомому рівні: невимушено, планомірно, коректно. Як результат, він поступово набуває впевненості у своїх силах і активно включається в роботу. Від того, наскільки правильно вибудує особистий консультант свою співпрацю із безробітним, залежить подальше просування клієнта до кінцевої мети – працевлаштування.

3.2 Оцінка запропонованих заходів

Для того щоб реалізувати вищенаведені пропозиції щодо покращення роботи у Рівненському міському центрі зайнятості потрібно:

1. Відкрити вакансію ІТ спеціаліста.
2. Підібрати відповідно підготовлену особу з наступними навиками:

- знання HNML, CMS платформи, Google Analytics, C++, навички SEO оптимізації, Google AdWords.

3. Придбати персональний ком'ютер для роботи ІТ спеціаліста.

4. Обладнати робоче місце.

5. Маркетинг.

У зв'язку з цим підприємство понесе витрати по перше на оплату праці прийнятого працівника (5 000 грн. в місяць). Також для покупки ПК, який повинен бути потужним володіти всіма необхідними властивостями для роботи ІТ спеціаліста, потрібно понести витрати в сумі 15 000 грн.

Рівненський міський центр зайнятості буде рекламувати свій сайт та подання заявок роботодавців в електронному вигляді використовуючи банерну рекламу. Крім цього, буде просувати свій інтернет-ресурс традиційними методами: публікувати адресу свого сайту в журналах і газетах, розміщувати його у своїх рекламних буклетах. Дані витрати оцінюються в 2 500 грн. Але в подальшому якщо буде успішним нововведення, люди почнуть більше користуватися інтернет - послугами центру зайнятості то це може привести до скорочення персоналу який займався прийомом людей. Тоді це покриє витрати, які були використані раніше.

Сайт підприємства це веб-сайт, на якому розміщується інформація про підприємство та його діяльність. Він служить джерелом даних про підприємство в мережі і засобом зворотного зв'язку для клієнтів. Сайт організації потрібен з метою представити в Інтернеті види послуг організації, та зробити їх більш доступними для населення. Це кращий спосіб ефектною і систематичною презентації своєї справи в мережі.

Правильно розроблений і оптимізований сайт з кожним днем буде залучати все більше клієнтів. Розглянемо більш детально, які переваги сайт дає центру зайнятості:

- Швидка доступ населення до всієї інформації про Рівненський міський центр зайнятості.

- Онлайн реєстрація безробітних.
- Презентація послуг та наявних вакансій.
- Реєстрація вакансій роботодавцями.
- Допомога в пошуку персоналу.

Мною було проведено опитування різних вікових категорій населення на рахунок користування веб сайтом. І ось такі результати :

60% будуть користуватися виключно за допомогою інтернету;

30% будуть як відвідувати особисто ЦЗ так і користуватися веб сайтом;

10% за старі методи роботи.



Рис. 3.1 Результати опитування населення

Таким чином, свій сайт допоможе населенню мати швидкий доступ до потрібної їм інформації не виходячи із дому і буде постійно розширювати її.

Відповідно до закону України «Про електронні документи та електронний документообіг», при поданні роботодавцями звітів у електронному вигляді оригіналом електронного документа вважається електронний примірник документа з обов'язковими реквізитами, у тому числі з електронно-цифровим підписом роботодавця, яким підписано електронний

документ. Юридична сила електронного документа не може бути заперечена виключно через те, що він має електронну форму.

Подання звітів у електронному вигляді роботодавцями здійснюється через телекомунікаційні мережі загального користування (наприклад, мережа Інтернет)

Звіт в електронному вигляді вважається поданим у відповідності до вимог, що визначені законодавством України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття та зайнятість населення, якщо Роботодавець отримав відповідь про прийняття електронного звіту.

З метою забезпечення подання звітів в електронному вигляді роботодавцями застосовуються сучасні методи формування та подання звітності у електронному вигляді за допомогою інформаційного порталу www.iforma.com.ua.

Звіти в електронному вигляді подаються роботодавцями у терміни подання, встановлені законодавством для відповідних звітів у паперовій формі. Подання роботодавцем звітів здійснюється у відповідності до вимог Тимчасового порядку подання електронних звітів в електронному вигляді, затвердженого наказом Державного центру зайнятості від 12.03.2009 р. № 17 та чинного законодавства. Подання електронного звіту у відповідності до Тимчасового порядку надає роботодавцю право не подавати відповідні звіти на паперових носіях.

Переваги подання звітності в електронному вигляді:

- економія робочого часу працівників, а також їхніх коштів на придбання бланків звітних документів;
- відсутність дублювання на паперових носіях та зберігання паперових копій звітності, надісланої до центру зайнятості електронною поштою;

- уникнення витрачання часу у чергах при поданні заявок, оскільки достатньо її лише сформувати в електронному вигляді за допомогою спеціальних програм;
- гарантія автоматичної перевірки підготовлених документів на наявність арифметичних помилок;
- можливість оперативного оновлення форматів подання документів в електронному;
- підтвердження отримання заявки зворотним повідомленням;
- конфіденційність інформації;
- оперативність обробки отриманої інформації в Рівненському міському центрі зайнятості;

Такий спосіб подання заявок істотно відрізняється від традиційного способу подання заявок на паперових носіях і має низку переваг.

Відмінність електронної заявки від паперової полягає насамперед у формі представлення та в способі підпису документів, які входять до її складу. Саме ці відмінності електронної заявки зумовлюють її переваги перед паперовою.

Питання індивідуалізації роботи з клієнтом – постійний процес. На момент звернення до служби зайнятості у особи можуть бути одні орієнтири, а через деякий час перебування на обліку вони можуть змінюватися. Спочатку безробітний може не погоджуватися, приміром, на участь у громадських чи тимчасових роботах, але з часом і сам запитує, яким чином у них можна взяти участь. Індивідуальний підхід до кожного у цьому сенсі полягає у постійному відслідковуванні фахівцем центру зайнятості його намірів, побажань та надання своєчасної підтримки у їх реалізації. Не варто забувати, що це є заходи активної підтримки безробітних, і саме вони мотивують людину до більш активної поведінки на ринку праці.

3.3 Охорона праці у Рівненському міському центрі зайнятості

Для створення безпечних і здорових умов праці велике значення має законодавче регулювання питань охорони праці. Законодавчо охорона праці - це сукупність норм, які передбачають систему заходів, спрямованих безпосередньо на забезпечення безпечних і здорових умов праці, які мають впроваджуватися у виробничу сферу. Закон України "Про охорону праці" був прийнятий Верховною Радою 14-го жовтня 1992 року, тобто невдовзі після набуття Україною незалежності. Потім він був переглянутий і затверджений Президентом України в новій редакції 21 листопада 2002 р. В ньому наводяться визначення понять охорони праці, роботодавця, працівника; наголошується, що основними принципами державної політики в галузі охорони праці є пріоритет життя та здоров'я людини перед будь-якими результатами виробничої діяльності, її соціальний захист та відшкодування шкоди, заподіяної здоров'ю, повної відповідальності роботодавця за створення безпечних і здорових умов праці шляхом суцільного контролю та ін. У Законі є, між іншим, статті про охорону праці жінок, неповнолітніх, інвалідів. Окрім того, в Україні почали створюватися та діяти вже з 1993 року державні стандарти України в галузі охорони праці та близьких до неї сфер, що містять вимоги, норми і правила, спрямовані зокрема на забезпечення безпеки праці, збереження здоров'я і працездатності людини в процесі її трудової діяльності. Охорона праці спрямована на вирішення завдань створення на робочому місці безпечних умов праці. Тому, оформлення спеціально обладнаних приміщень для роботи державного працівника припускає облік особливих контингентів громадян, забезпечення сприятливого психологічного впливу елементів дизайну, створення невимушеної обстановки, затишку й комфорту. Для того щоб працювати на підприємстві було нормально і в хороших умовах потрібно щоб все відповідає санітарно-гігієнічним умовам.

Поліпшення санітарно-гігієнічних умов праці передбачає вдосконалення техніки і технології роботи з метою усунення причин, що

породжують несприятливі умови, а також раціоналізацію виробничого процесу з урахуванням комплексу санітарних та ергономічних норм, стандартів і вимог.

Для створення сприятливих санітарно-гігієнічних умов праці всі елементи виробничого середовища повинні систематично піддаватися дослідженню і приводиться у відповідність з нормативами. Основні керівні документи, що регламентують ці умови:

СП - санітарні правила;

ГН - гігієнічні нормативи.

Діючі санітарно-гігієнічні нормативи розробляються за окремими факторами і в основному регламентують гранично допустимі концентрації і рівні шкідливих факторів, тобто рівні концентрації, які при щоденній роботі протягом 8:00 (40 годин на тиждень) не викликають у працюючих професійних захворювань або загальних відхилень у здоров'ї. Однак необхідно мати на увазі, що дози рівні шкідливих факторів, навіть значно менше гранично допустимих, при комбінованій дії можуть ставати небезпечними для здоров'я.

В даний час поряд з гранично допустимими за окремими факторами розроблені і оптимальні норми, на які і слід орієнтуватися при здійсненні заходів щодо вдосконалення санітарно-гігієнічних умов праці.

Техніка безпеки при роботі з комп'ютером та іншими технічними засобами дуже важлива. Адже сучасну систему важко уявити без комп'ютерних технологій

Для початку варто відзначити важливість захисту здоров'я під час роботи з електронною та обчислювальною технікою В кожному кабінеті повинен бути оформлений так званий куточок безпеки, де повинна міститися вся необхідна інформація, в тому числі і відомості про правильну роботу з комп'ютерною технікою. Кожен працівник повинен пройти спеціальний інструктаж.

Інструкція з техніки безпеки при роботі на комп'ютері

- Перше, на що варто звернути увагу – це стан проводів. Щоб уникнути коротких замикань і пошкодження ізоляції заборонено закладати шнури за водопровідні та газові труби, вішати на них що-небудь, зафарбовувати фарбою і т.д.

- Ні в якому разі не можна працювати за комп'ютером з мокрими руками.

- Не можна класти на будь-яку частину комп'ютера якісь сторонні предмети.

- Не варто торкатися до комп'ютерного екрану.

- Також заборонено працювати за електронною технікою з якими пошкодженнями, включаючи порушення цілісності, пошкодження ізоляційної системи.

Вимоги до приміщення

Площу приміщень, в яких розташовують персональні комп'ютери, визначають згідно з чинними нормативними документами з розрахунку на одне робоче місце, обладнане ПК:

- площа – не менше 6,0 кв. м;

- обсяг – не менше 20,0 куб. м, з урахуванням максимальної кількості осіб, які одночасно працюють у зміні;

- робочі місця повинні бути розташовані на відстані не менше ніж 1 м від стіни з вікном, відстань між бічними поверхнями комп'ютерів має бути не меншою за 1,2 м;

- відстань між тильною поверхнею одного комп'ютера та екраном іншого не повинна бути меншою 2,5 м;

- прохід між рядами робочих місць має бути не меншим 1 м.

Заземлені конструкції, що знаходяться в приміщеннях (батареї опалення, водопровідні труби, кабелі із заземленим відкритим екраном тощо), мають бути надійно захищені діелектричними щитками або сітками від випадкового дотику.

У приміщеннях з персональними комп'ютерами слід щоденно проводити вологе прибирання. Також в цих приміщеннях повинні бути медичні аптечки першої допомоги та система автоматичної пожежної сигналізації з димовими пожежними сповіщувачами та переносними вуглекислотними вогнегасниками з розрахунку 2 шт. на кожні 20 кв. м площі приміщення. Підходи до засобів пожежогашіння повинні бути вільними.

Вимоги до освітлення приміщення.

Відносно вікон робоче місце повинно бути розміщено так, щоб природне світло було збоку, переважно з лівого, та забезпечувався коефіцієнт природної освітленості не нижче 1,5 %. Робоче місце, обладнане ПК, повинно бути розташоване так, щоб уникнути попадання в очі прямого світла. Джерела штучного світла рекомендується розташувати з обох сторін від екрану паралельно напрямку зору. Щоб уникнути світлових блисків від екрану, клавіатури, освітлювальних пристроїв, сонця, в напрямку очей необхідно застосовувати антиблискові сітки, спеціальні фільтри для екрану, захисні козирки, жалюзі на вікнах. Вікна приміщень повинні мати регульовальні пристрої для відкривання.

Штучне освітлення приміщення має бути обладнане системою загального рівномірного освітлення. У приміщеннях, де переважають роботи з документами, допускається вживати систему комбінованого освітлення (додатково до загального освітлення встановлюються світильники місцевого освітлення). Загальне освітлення має бути виконане у вигляді суцільних або переривчатих ліній світильників, що розміщуються збоку від робочих місць (переважно зліва) паралельно лінії зору працівників.

Вимоги до вентиляції, опалення, кондиціонування, мікроклімату.

Наведені температурні показники безперечно стосуються як безпечних умов праці, так і ефективності роботи працівників. Продемонструймо їх у вигляді таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 Температурні показники для безпечної роботи в офісі

Пора року	Категорія робіт згідно з ГОСТ 12.1-005-88	Температура повітря, град. С	Відносна вологість повітря, %	Швидкість руху повітря, м/с
		оптимальна	оптимальна	оптимальна
Холодна	легка-1 а	22 – 24	40 – 60	0,1
	легка-1 б	21 – 23	40 – 60	0,1
Тепла	легка-1 а	23 – 25	40 – 60	0,1
	легка-1 б	22 – 24	40 – 60	0,2

Для підтримки допустимих значень мікроклімату та концентрації позитивних і негативних іонів необхідно передбачати установки або прилади зволоження або штучної іонізації, кондиціонування повітря.

Також в кожній організації на видному та доступному місці має розташовуватися вогнегасник. Типи вогнегасників залежать від речовин, що містяться в них. Вони можуть бути у вигляді води, піни, порошку, діоксиду вуглецю, азоту та інших хімічних інертних газів. При введенні в дію вогнегасника з нього випускається речовина, якою і гаситься вогонь. Викид вмісту відбувається під дуже великим тиском.

Види вогнегасників, застосовуваних при пожежах, залежать від характеру загоряння. Існують чотири загальноприйнятих класу пожежі, яким присвоєно відповідні символи. Перший клас (А) – горіння речовин твердих, яке супроводжується тлінням. До них належить деревина, папір, текстиль. Клас В включає себе горіння рідких речовин, що не розчиняються у воді (бензин, нафтопродукти, ефір), а також розчинних елементів (спирт, гліцерин). До класу С відноситься займання речовин газоподібних (побутовий газ, пропан). Пожежа класу D – горіння металів та їх сплавів (гідриди металів, металоорганічні сполуки). До класу Е відноситься загоряння електрообладнання.

При займанні рідких, твердих і газоподібних речовин застосовуються такі види вогнегасників, як порошкові. Струмінь порошку потрібно переміщувати в різні сторони для того, щоб збити полум'я. Охарактеризуємо основні види вогнегасників у табл. 4.2

Таблиця 4.2 Основні види вогнегасників

Тип вогнегасників	Вогнегасна речовина	Спосіб подавання вогнегасної речовини
1. Пінні		
1.1. Хімічні-пінні	Хімічна піна, одержувана сполученням водних	Під тиском газів, утворених у результаті хімічної реакції (CO ₂)
1.2. Повітряно-пінні	Повітряно-хімічна піна, одержувана з водних розчинів	Під дією робочого газу (CO ₂), що міститься в окремому балончику
1.3. Рідинні	Повітряно-механічна піна, одержувана з водних розчинів піноутворювачів	Під тиском робочого газу (стисненого повітря), що перебуває над вогнегасною речовиною
2. Газові		
2.1. Вуглекислотні	Вуглекислота (CO ₂) у вигляді газу	Під тиском заряду рідкої вуглекислоти
2.2. Аерозольні	Галоїдовані вуглеводні	Під тиском робочого газу (стисненого повітря), що міститься в окремому балончику
2.3. Вуглекислотно-брометиліві	Брометил	Під тиском робочого газу (стисненого повітря), що перебуває над вогнегасною речовиною
3. Порошкові		
3.1. Порошкові	Вогнегасні порошки загального і спеціального призначення	Під тиском стисненого газу (азоту чи повітря), що міститься в допоміжному балоні або над вогнегасною речовиною, а також внаслідок вільного надходження вогнегасної

Навчання та інструктаж працівників з питань охорони праці є складовою частиною системи управління охороною праці та проводиться з

працівниками, які приймаються на роботу та в процесі їх трудової діяльності. За характером проведення інструктажі з питань охорони праці поділяються на вступні, первинні, повторні, позапланові та цільові. Працівники допускаються до самостійної роботи після вступного інструктажу, навчання, перевірки теоретичності знань первинного інструктажу на робочому місці, стажування і набуття навичок безпеки методів праці. Посадові особи до виконання своїх обов'язків і періодично, один раз на три роки, проходять навчання і перевірку знань з питань охорони праці. Відповідальність за організацію навчання та перевірку знань з питань охорони праці в центрі зайнятості покладається на її керівника. Контроль за навчання і періодичністю перевірок знань з питань охорони праці здійснюється відповідальною особою з питань охорони праці. Центр зайнятості зобов'язується при укладанні трудового договору ознайомити працівників під розписку про умови праці та про наявність на робочому місці небезпечних та шкідливих факторів.

Працівник зобов'язується дбати про особисту безпека і здоров'я, а також про безпека і здоров'я оточуючих людей в процесі виконання будь-якої роботи виконувати вимоги нормативно-правових актів з охорони праці; проходити в установленому законодавством порядку попередній та періодичний медичний огляд.

Отже, Рівненський міський центр зайнятості є державною установою, робота в ньому не відноситься до категорії небезпечних робіт, тому для працівників потрібно знати основні положення з охорони праці такі як:

- ознайомлення з нормативними документами в сфері охорони праці;
- ознайомлення з інструкціями з охорони праці;
- ознайомлення з заходами по охороні праці в Рівненському МЦЗ та з функціями служби охорони праці.

ВИСНОВКИ

Сучасний маркетинг вимагає набагато більшого, ніж просто надання послуг, що задовольняє потреби клієнта, і забезпечити його доступність для цільових споживачів. Підприємства повинні здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами.

Просування послуг на ринок значно відрізняється від просування товарів матеріальної форми. Значною мірою це пояснюється нематеріальним характером послуги як товару. Відповідно, розробка просування послуг значно складніше порівняно, з товарами. По суті, стоїть завдання реклами «повітря», так як оцінити послугу можна лише після її споживання.

Послуги на відміну від матеріальних товарів (які виробляються, зберігаються на складах, реалізуються і, в результаті, споживаються), на початку продають, а лише потім виробляють і споживають, причому, відбувається це одночасно. Невіддільність послуг передбачає, що послуги не можна відокремити від їхнього джерела, незалежно від того, хто цю послугу надає. Якість послуги буде залежати як від виробника, так і від споживача.

В ході виконання даної роботи була наведена характеристика Рівненського міського центру зайнятості. На даний період центр зайнятості ефективно працює, незайнятих трудовою діяльністю в нашій області зафіксовано на 01.01.2017р. 14 430 осіб, на 01.01.2018 15 391 осіб, на 01.01.2019 15 700 осіб, на 01.01.2019 15 865 осіб, на 01.01.2017 15 108 осіб також було надано роботодавцями чималу кількість вакансій, центр зайнятості відправляє людей на оплачувані громадські роботи, надає змогу навчатися. Як ми бачимо переважно всі показники зростають з кожним роком зростають, але з цим зростає робота центру зайнятості. Використання коштів на матеріальне забезпечення та соціальні послуги становили у 2016 році 38 909,8 тис. грн., у 2017 році 35 076,4 тис. грн., у 2018 році 41 538,9 тис. грн., у 2019 році 40 944 тис. грн. На допомогу по безробіттю було виплачено 30 338,6 тис. грн., 31 973,6 тис. грн., та 36 843,6 тис. грн..

38 805,5 тис. грн.. відповідно до років. Бачимо що на професійну підготовку та оплату проживання за договорами з навчальними закладами та на відшкодування по ваучерам було використано чимало коштів, а це означає що ці показники активно працюють та допомагають громадянам в здобутті професії. За аналізом касових і фактичних видатків бачимо що нарахування на оплату праці та заробітну плату зростають з кожним роком, а капітальні видатки зменшуються. Поточні видатки з кожним роком змінюються, їх спад стався через нестабільне політичне становище. Було проведено АВС – аналіз в якому досліджували популярність послуг які надає центр зайнятості громадянам, було вираховано що найбільш популярними є профорієнтаційні послуги завдяки тому що вони стосуються всіх громадян які звертаються в центр зайнятості, До категорії В входять дві послуги семінари, які надаються для безробітних та активні форми зайнятості населення, До групи С відносяться такі послуги як професійне навчання та направлення на оплачувані громадські роботи.

Тому центр зайнятості активно працює аналізує і прогнозує попит та пропозицію на робочу силу, інформує населення й державні органи управління про стан ринку праці;

- консультує громадян, власників підприємств, установ і організацій або уповноважені ними органи, які звертаються до центр и зайнятості, про можливість одержання роботи і забезпечення робочою силою, вимоги, що ставляться до професії, та з інших питань, що є корисними для сприяння зайнятості населення;

- веде облік вільних робочих місць і громадян, які звертаються з питань працевлаштування; надає допомогу громадянам у підборі підхожої роботи і власникам підприємств, установ, організацій або уповноваженим ними органам у підборі необхідних працівників;

- організовує за потреби професійну підготовку і перепідготовку громадян у системі центр и зайнятості або направляє їх до інших навчальних закладів, що ведуть підготовку та перепідготовку працівників, сприяє

підприємствам у розвитку та визначенні змісту курсів навчання й перенавчання;

- надає послуги з працевлаштування та професійної орієнтації працівникам, які бажають змінити професію або місце роботи у зв'язку з пошуками високооплачуваної роботи, зміною умов і режиму праці тощо, вивільнюваним працівникам і незайнятому населенню.

Центр зайнятості сприяє у виконання важливих серед молоді питань. Багаторічна практика роботи з навчальними закладами виробила систему взаємовідносин, що включає адаптаційні заходи щодо входженню покоління фахівців у непрості умови сучасного ринку праці.

Також було досліджено які з представлених послуг найбільш популярні, а які користуються меншим попитом. Наведено було функції, завдання які має виконувати підприємство та права, які належать йому це зафіксовано у Положенні про Рівненський міський центр зайнятості (додток В). Були наведені шляхи вдосконалення роботи тому що, проблема безробіття існувала в нашій країні завжди. Особливо ця проблема загострилась в період після кризи і потребує негайного вирішення. Тому у зв'язку з цим, необхідно продовжувати подальше удосконалення системи обслуговування населення Рівненським міським центром зайнятості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирм / Азоев Г.Л., Челенков А.П. - М.: ОАО “Типография “НОВОСТИ””, 2000. – 256 с.
2. Альошина І.В. Маркетинг для менеджерів: Учеб. посібник / І.В. Альошина. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. - 456 с.
3. Барданова О. Шляхи вдосконалення діяльності органів місцевого самоврядування щодо надання послуг соціального захисту / Барданова О. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. - 2016. - № 1. - С.293-297.
4. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики / Борисенко З.М. Підручник. - К.: Таксон, 2004. – 704 с.
5. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин. Под ред. О. П. Глудкина. — М.: Горячая линия — Телеком, 2001. — 600 с
6. Гаврилюк Л. І. Економіка підприємства / Гаврилюк Л. І. Навч. посібник для самостійного вивчення дисципліни. – Житомир: ЖІТІ, 2000.
7. Грачов І. Розвиток малого підприємництва / Гроші і кредит / Грачов І. - 2010. - № 1.
8. Демидов Л.С. Сфера послуг у постіндустріальній економіці. Світова економіка і міжнародні відносини / Демидов Л.С. 1999. № 2. С. 25-26.
9. Діяльність підприємств сфери послуг. Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2011. – 160 с.
10. Дробітко Н.А. Методи діагностики стану ринкової конкуренції / Н. А. Дробітко // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України .- 2005.- №1(15).
11. Економіка виробничого підприємництва: Навчальний посібник / За ред. Й. М. Петровича. – К.: „Знання”, 2001.
12. Закон України "Про загальнообов'язкове державне соціальне

страхування на випадок безробіття" від 2 березня 2000 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — № 22.

13. Іванов В.В. Система управління розвитком малого бізнесу території [Текст] / В. В. Іванов, О. І. Михальченко / / Менеджмент у Росії і за кордоном. - 2004. - № 2. - С.140.

14. Кириченко Л. Д. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. Д. Кириченко // Вісник КНТЕУ.- 2009. №1.

15. Кодекс законів про працю України //Кодекс законів про працю України з постатейними матеріалами /Відп. ред. В. М. Вакуленко, О. П. Товстенко. — К.: Юрінком Інтер, 1997. — 1040 с.

16. Кныш М. И. Конкурентные стратегии / Кныш М. И Учеб. пособие. — СПб.: Б. и., 2000. - 284 с.

17. Котлер Ф. Основы маркетингу/ Котлер Ф. - К.: Наука, 1992. - С. 638.

18. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / Лифиц И.М. - М : Юрайт-М, 2001. – 224 с

19. Мішурова, І. В. Менеджмент професійних послуг: стратегія і тактика / І. В. Мішурова, Н. А. Лисенко [Текст]: учеб.-практ. посібник - М.; Ростов н / Д. : МарТ, 2004. - 176 с.

20. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К.: ДП «Інформаційно – видавничий центр Держстату України », 2011. – 282 с.

21. Носенко Н. А. Методи оцінки і аналізу конкурентоспроможності продукції / Н. А. Носенко, О. А. Понежда // Акціонер. – 2007.- №6/7.

22. Ніколайчук В.Є. Маркетинг і менеджмент послуг. Діловий сервіс / Ніколайчук В.Є. - СПб.: Питер, 2005. - 608 с.

23. Петрович Й. М. Організація виробництва:/ Петрович Й. М., Захарчин Г. М. Підручник. – Львів: Магнолія плюс, 2004.

24. Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: збірник тез I Міжнародної науково-практичної конференції. –

Березне, 20,-21 травня 2019 р.: громадська організація «Рівненський центр громадських досліджень». Рівне: Видавець Олег Зень, 2019 – 188 с.

25. Прохоров В. Розвиток малого бізнесу / Економіка і життя / В. Прохоров - 2002. - № 34

26. Поляков В.Г. Бізнес-консалтинг як інструмент перетворень / Поляков В.Г. // ЕКО. 2005. № 3.

27. Реутов В. Є. Конкурентоздатність підприємства: критерії, показники і методика оцінювання / В. Є. Реутов// Економіка та держава. – 2008.- №5.

28. Сідун В. А. Економіка підприємства / В. А. Сідун, Ю. В.Пономарьова. – К.: ЦНЛ, 2003. – 436 с.

29. Савчук Г.А. Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие / Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., 2017

30. Стандартизація та специфікація в сфері послуг / За ред. І.М. Білявського. - М., 2011. - С. 107.

31. Стівенсон В.Дж. Управління виробництвом / Стівенсон В.Дж - М.: БІНОМ, 2008. - С. 20-21.

32. Сучасні тенденції в управлінні соціально економічним розвитком системи: Монографія / За заг. Ред.. М. Х. Шершуна. – Рівне: Волин. Обереги, 2018. – 196 с.

33. Челенков А.П. Маркетинг послуг / Челенков А.П. - М.: Центр маркетингових досліджень та менеджменту, 2002.

34. Шаповал М.І. Менеджмент якості Навчальний посібник / Шаповал М.І. / Київ, 2007.- 471 с.

35. Шевчук П. І. Соціальна політика/ П. І. Шевчук. – [2-е вид.]. – Львів: Світ, 2018. – 400 с

36. Янченко, В. Ф. Управління якістю в сфері послуг. Системно-логічний підхід / В. Ф. Янченко. - СПб., 2009

37. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68433.doc.htm

38. Основні принципи управління якістю послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textreferat.com.ua/referat2.php?id=1526>

39. Теоретичні проблеми розвитку національної економіки послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economicvistnic.stu.cn.ua/tmppdf/100.pdf>

40. Яроша А.В.,Микитин Т.М. Використання соціального маркетингу у роботі соціальних служб// III Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців „Прикладні аспекти Інформаційного забезпечення та обґрунтування технічних і управлінських рішень” (16 травня 2019р.) –Рівне:РДГУ,2019, с.89-91.

