

Житомирська обласна Асоціація фахівців соціальної сфери

Кафедра соціальних технологій
Житомирського державного університету
імені Івана Франка

НОВИЙ ПОГЛЯД

на проблему трудової самореалізації молоді з інвалідністю



Видання здійснено за підтримки



В рамках проекту
Житомирської обласної Асоціації фахівців соціальної сфери «Через
інновації до рівних можливостей»

Затверджено на засіданні кафедри соціальних технологій Житомирського
державного університету імені Івана Франка
(протокол № 5 від 25 жовтня 2018 року)

Новий погляд на проблему трудової самореалізації молоді з
інвалідністю: Методичні рекомендації / Авт.-упоряд. С.М. Коляденко,
В.М. Мишківська. – Житомир, 2018. – 96 с.

Мета цього посібника полягає у наданні майбутнім спеціалістам, слухачам і студентам, які вивчають соціально спрямовані дисципліни, волонтерам, профспілковим активістам і роботодавцям, соціальним працівникам, психологам, членам громадських організацій, керівникам і спеціалістам центрів зайнятості можливості оволодіти необхідними знаннями та навичками роботи для допомоги молодим людям з інвалідністю у підвищенні конкурентоспроможності на ринку праці, використанні ефективних методів пошуку роботи, яка б відповідала їхнім нахилам, можливостям і бажанням, та в сприянні їхній самореалізації через соможайнятість та організацію власної справи. Авторі-укладачі посібника намагалися подати теоретико-практичний матеріал, що допоможе молодим людям із особливостями здобути навички самостійного працевлаштування або організувати власну справу. Більшість положень посібника мають універсальний характер, тому можуть ефективно використовуватися для допомоги в працевлаштуванні та організації соможайнятість не лише молоді, а й усіх груп людей з інвалідністю.

ЗМІСТ

Передмова	4
Ситуація на ринку праці України у 2018 році	7
Шляхи пошуку роботи	14
Пошук роботи через державні Центри зайнятості	29
Метод активного прямого пошуку роботи	41
Співбесіда при прийомі на роботу	46
Як уникнути шахрайства з боку роботодавця	58
Орієнтація на мале підприємництво і самозайнятість	67
Для чого потрібен бізнес-план?	70
З чого складається бізнес-план?	73
Як оформити бізнес-план?	77
Список рекомендованої літератури	88
Додатки	91



ПЕРЕДМОВА

В умовах соціально-економічної кризи в Україні попит на робочу силу за останні роки значно знизився, що призвело до збільшення чисельності безробітної молоді, яка й до цього була менш конкурентоспроможна на ринку праці, ніж інші соціально активні групи населення.

Попри те, що нині молодим людям загалом важко працевлаштуватись, молодь з інвалідністю перебуває в іще гіршому становищі, оскільки (хоча в законодавстві й передбачено низку гарантій, спрямованих на забезпечення зайнятості молоді з особливими потребами) чимало роботодавців навмисно уникають працевлаштування таких осіб.

Досягнення в Україні цілей людського розвитку, поряд із вирішенням багатьох проблем, вимагає створення умов для повноцінного суспільного життя людей з інвалідністю, тим більше, що їхня кількість, як і питома вага в загальній кількості населення, постійно зростають. Люди з інвалідністю потребують не лише посилення державного соціального забезпечення, а й створення умов для реалізації їхнього права на працю, навчання та зайнятості. Проте люди з інвалідністю, особливо молодь, все ще мають обмежений доступ до якісних послуг із професійного навчання, стикаються з труднощами при працевлаштуванні, не завжди одержують гідну зарплату за свою працю. Незважаючи на наявність гарантованих законодавством прав щодо забезпечення працевлаштування людей з інвалідністю, залучення їх до продуктивної праці є слабким місцем у вітчизняній системі соціального захисту. Одним із шляхів вирішення цього питання є навчання молоді з особливостями процесу самозайнятості та організації малого бізнесу.

Процес працевлаштування та самозайнятості молодих людей з інвалідністю в узагальненому вигляді можна уявити як такий, що складається із двох компонентів: підбір (деколи – створення) відповідного робочого місця для праці молодої людини; сприяння формуванню в особи необхідних для працевлаштування професійно-кваліфікаційних якостей, інформації про вільні робочі місця, або інноваційна форма працевлаштування через проведення конкурсів бізнес-планів (проектів) із залученням до складу журі потенційних роботодавців та інвесторів.

Розв'язати проблему продуктивної зайнятості молоді з інвалідністю неможливо зусиллями якогось окремого органу чи організації, навіть такої потужної, як державна служба зайнятості. Потрібна плідна співпраця з органами державної виконавчої влади і місцевого самоврядування, навчальними закладами і медичними установами, фондами соціального захисту інвалідів і державного соціального страхування, громадськими організаціями людей з інвалідністю, молодіжними і доброчинними організаціями, волонтерами, засобами масової інформації тощо.

16 грудня 2009 року Верховна Рада України ратифікувала Конвенцію про права інвалідів і Факультативний протокол до неї. Згідно з Конвенцією, держави-учасниці зобов'язуються забезпечувати й заохочувати повну реалізацію всіх прав людини й основоположних свобод всіма особами з інвалідністю без будь-

якої дискримінації за ознакою інвалідності. Одним із невід'ємних та природних прав людини є право на працю.

Мета цього посібника полягає у наданні майбутнім спеціалістам, слухачам і студентам, що вивчають соціально спрямовані дисципліни, волонтерам, профспілковим активістам і роботодавцям, соціальним працівникам, психологам, членам громадських організацій, керівникам і спеціалістам центрів зайнятості можливості оволодіти необхідними знаннями та навичками роботи для допомоги молодим людям з інвалідністю у підвищенні конкурентоспроможності на ринку праці, використанні ефективних методів пошуку роботи, яка б відповідала їхнім нахилам, можливостям і бажанням, у сприянні їхньому працевлаштуванню на відповідну роботу. Автори-укладачі посібника намагалися подати теоретико-практичний матеріал, що допоможе молодим людям із особливостями здобути навички самостійного працевлаштування або організувати собі робоче місце, і навіть власний бізнес. Більшість положень посібника мають універсальний характер, тому можуть ефективно використовуватися для допомоги в працевлаштуванні та в організації самозайнятості не лише молоді, а й усіх груп людей з інвалідністю.

Ми впевнені, що прийде такий час, коли і в Україні більше молодих людей з інвалідністю відчуватимуть власну корисність і матимуть змогу самореалізуватися.





У поточному році намітилися позитивні тенденції щодо зростання зайнятості та скорочення безробіття.

За даними Державної служби статистики України, чисельність зайнятого населення у I півріччі 2018 року, у порівнянні з I півріччям 2017 року, зросла на 162 тис. осіб та становила 16,3 млн осіб. За віковими групами: майже половину зайнятих громадян становили особи віком 40-59 років, 29% – від 30 до 39 років, 19% – від 15 до 29 років.

За професійними групами: 41% зайнятих становили керівники, службовці, професіонали та фахівці, 19% – особи, що займали робочі місця, які належать до класу найпростіших професій, 17% – працівники сфери торгівлі та послуг, 12% – кваліфіковані робітники з інструментом та працівники сільського господарства, 11% – робітники з обслуговування та машин. Рівень зайнятості зріс з 56,0% до 56,8%. Рівень зайнятості зріс в усіх регіонах, найбільш суттєво в Луганській (з 54,7% до 56,6%), Запорізькій (з 55,5% до 56,8%), Тернопільській (з 50,8% до 52,0%) та Черкаській (з 56,2% до 57,4%) областях.

Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Києві (62,3%), Харківській (61,5%), Київській (58,8%), Дніпропетровській (58,7%) та Миколаївській (58,1%) областях, а найнижчий – у Тернопільській (52,0%), Донецькій (49,9%) та Волинській (49,3%) областях.

Кількість зайнятих громадян у неформальному секторі скоротилася на 109 тис. осіб та становила 3,6 млн. осіб. Питома

вага зайнятих у неформальному секторі, серед усього зайнятого населення, зменшилася з 22,7% у I півріччі 2017 року до 21,8% у I півріччі 2018 року. Серед видів економічної діяльності найбільш поширеною неформальна зайнятість була у сільському, лісовому та рибному господарствах (43%), у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів (19%), а також у будівництві (15%).

Чисельність безробітного населення (за методологією МОП) у I півріччі 2018 року, у порівнянні з I півріччям 2017 року, скоротилася на 109 тис. осіб та становила 1,6 млн. осіб.

За віковими групами: серед безробітних 29% становили особи віком від 15 до 29 років, 31% – від 30 до 39 років, 22% – від 40 до 49 років.

За причинами незайнятості: серед безробітних частка осіб, які звільнилися за власним бажанням, становила 36%, звільнених із економічних причин – 22%, частка безробітних, у яких робота мала сезонний характер – 12%, частка осіб, які не змогли знайти роботу після закінчення терміну контракту – 9%, після закінчення навчальних закладів – 8%. Рівень безробіття, за методологією (МОП), скоротився з 9,6% економічно активного населення у I півріччі 2017 року до 8,9% у I півріччі 2018 року. Скорочення рівня безробіття відбулося в усіх регіонах.

Найнижчий рівень безробіття спостерігався у Харківській (5,1%), Київській (6,2%), Одеській (6,7%) областях та місті Києві (6,6%), а найвищий – у Полтавській (11,7%), Кіровоградській (11,8%), Волинській (12,2%), Донецькій (14,1%) та Луганській (15,4%) областях.

Що стосується молоді, то впродовж січня-серпня 2018 року статус безробітного мали 282,6 тис. осіб з числа молоді (36% загальної кількості безробітних), допомогу по безробіттю отримували 211,3 тис. молодих осіб.

Серед безробітних у віці до 35 років 78% до реєстрації у службі зайнятості мали професійний досвід. Із них 22% раніше працювали у торгівлі та ремонті; 20% – у сфері державного управління та обов'язкового соціального страхування; 13% – у переробній промисловості; 9% – у сільському, лісовому та рибному господарстві. Решта громадян із різних причин не були зайняті більше 1 року або належали до категорії випускників навчальних закладів різних типів і не мали професійного досвіду.

Станом на 1 вересня 2018 року кількість осіб з числа молоді, які мали статус безробітного становила 93,7 тис. осіб, що на 12,3 тис. осіб (12%) менше, ніж на відповідну дату минулого року. Допомогу по безробіттю отримували 67,5 тис. осіб, що на 9,6 тис. осіб (13%), менше ніж на відповідну дату минулого року.

Протягом січня-вересня 2018 року послуги державної служби зайнятості отримували 35,6 тис. безробітних осіб з інвалідністю.

Кількість осіб з інвалідністю, які були працевлаштовані за сприянням державної служби зайнятості, становила 9,3 тис. осіб, на нові робочі місця з компенсацією витрат роботодавцю єдиного соціального внеску працевлаштовано 242 особи з інвалідністю.

Кількість осіб з інвалідністю, залучених до громадських та інших робіт тимчасового характеру, становила 4,6 тис. осіб.

Із метою підвищення конкурентоспроможності на ринку праці осіб з інвалідністю професійне навчання за направленням центрів зайнятості у січні-вересні 2018 року проходили 3,3 тис. безробітних.

Профорієнтація є важливою умовою для професійного самовизначення осіб з інвалідністю. Спеціалісти з профорієнтації здійснюють консультування щодо вибору чи зміни професії, надають рекомендації щодо професійного вибору з урахуванням рекомендацій медико-соціальної експертизи, професійних інтересів, нахилів та здібностей. Профорієнтаційні послуги отримали 34,4 тис. безробітних осіб з інвалідністю.

Станом на 1 жовтня 2018 року кількість безробітних осіб з інвалідністю становила 14,5 тис. осіб. Кількість вакансій, на які могли бути працевлаштовані особи з інвалідністю (за інформацією роботодавців), становила 8,0 тис. одиниць, що на 25% більше, ніж на 1 жовтня 2017 року.










Ситуація на ринку праці України впродовж останніх років суттєво змінилася. Свідоме скорочення виробництва, пов'язане з приватизацією, в основному завершилося. Суттєво зріс обсяг сфери послуг. Розпочалося інвестування тих галузей промисловості, які зазнали занепаду. Це, зокрема, будівництво, інтенсивне сільське господарство, харчове та переробне виробництво і, що найбільш відрадно, у пов'язані з сучасними технологіями радіоелектроніку та комп'ютерну техніку. За рахунок частих змін стратегії розвитку держави, скорочення наборів на цілий ряд спеціальностей, особливо технічних, розвитку власного бізнесу, трудової еміграції, демографічної












кризи ми стоїмо на порозі гострої нестачі кваліфікованих фахівців певних спеціальностей, особливо тих, які потребують конкретних знань, навичок й умінь.



Чому молоді люди не можуть знайти роботу?

Тому, що...

-  ніколи не шукали роботи!
-  мають дуже аморфне поняття про ринок праці.
-  чекають, коли роботу знайдуть для них батьки, родичі або знайомі.
-  чекають, поки їх будуть шукати, нікому не пропонуючи себе.
-  шукають не роботу, а посередника, який за «винагороду» допоможе їм із працевлаштуванням.
-  шукають роботу тільки у вузькому відрізку своєї спеціальності чи спеціалізації, не звертають уваги на споріднені галузі, де також можуть бути потрібні їх знання і вміння.
-  хочуть отримати роботу з високою заробітною платою і, водночас, з низькими вимогами до кваліфікації претендента.
-  хочуть отримати роботу не більше, ніж за 100 метрів від свого дому.
-  не хочуть зрозуміти, що перша робота дає такий необхідний досвід і без першої сходитки не буває наступних.

-  не хочуть реально оцінити себе, адекватно зіставити вимоги, переваги і недоліки вакансії зі своїми знаннями, здібностями, навичками і досвідом.
-  при першій невдачі опускають руки і не йдуть вперто і наполегливо до поставленої мети.
-  не знають, не беруться аналізувати свої нахили, досягнення, переваги і не хочуть розвивати їх.
-  не хочуть осмислити свої недоліки і позбутися їх.
-  не вміють подати себе і не хочуть цьому вчитися. Тому, що не хочуть повірити в себе і працювати над собою.
-  хочуть зробити ошатним і привабливим своє резюме, висвітлити в ньому саме ту інформацію, яка важлива для роботодавця.
-  неправильно визначилися з вибором свого майбутнього фаху, який їм не подобається і не підходить психологічно.
-  не ставились належно до навчання і не отримали фахових знань та навичок необхідного рівня – не здобули освіту, а отримали диплом.
-  належно не використали можливості адаптації на виробництві під час проходження практики.
-  беруться за пошуки роботи тільки після завершення навчання, а не заздалегідь.
-  самі не знають, чого хочуть!

**Якщо ви не маєте роботи,
то спробуйте проаналізувати і зрозуміти чому!?
Наведені причини повинні вам допомогти
у цьому. Ліквідувавши причини, ви позбудетеся
і наслідків!**

Шляхи пошуку роботи





Власні бажання.

Спершу треба визначитися, чого саме Ви хочете:



Ким саме я хочу бути?



Які знання, вміння та навички для цього необхідні і якими з них я володію?



Наскільки ця професія користується попитом на ринку праці міста, селища, держави?



Де і як працевлаштуватися?



**Найпопулярнішим нині способом
залишається пошук у колі знайомих**

Удавайтесь до активних дій, але не будьте нав'язливим (-ою)! Не забувайте нагадувати Вашим друзям, родичам, знайомим і т.д., що Ви готові працювати.

Поясніть:



ЯК вони можуть Вам допомогти?



ЯКІ Ваші конкретні вміння?

Якщо Вам запропонували будь-яке потенційне місце працевлаштування, не забудьте з'ясувати:



назву та адресу підприємства установи;



ПІБ людини, до якої слід звернутися;



чим займається підприємство або установа.



На другому місці – реклама в ЗМІ

Оголошення про вакансії публікують близько 50% усіх компаній. Переглядайте пресу, що може мати інформацію про відкриті вакансії. Приділяйте увагу статтям про:



нові підприємства, що створюються у Вашій місцевості;



підприємства або установи, що отримали нові контракти і можуть потребувати додаткових штатних працівників;



підприємства, які відкривають філії і дочірні заклади виробництва;



добродійні і благодійні заходи, де може бути висвітлена діяльність громадських організацій, що пропонують волонтерську роботу, яка згодом може стати оплаченим працевлаштуванням або вагомим додатком до Вашого резюме.

Робота з оголошеннями в засобах масової інформації та використання Інтернет-ресурсів

15–20% кандидатів знаходять роботу за оголошенням, опублікованим у періодичних виданнях. З одного боку, не так багато, але й не настільки мало, щоб ігнорувати даний спосіб пошуку. Тим більше, що оголошення про прийом на роботу – це

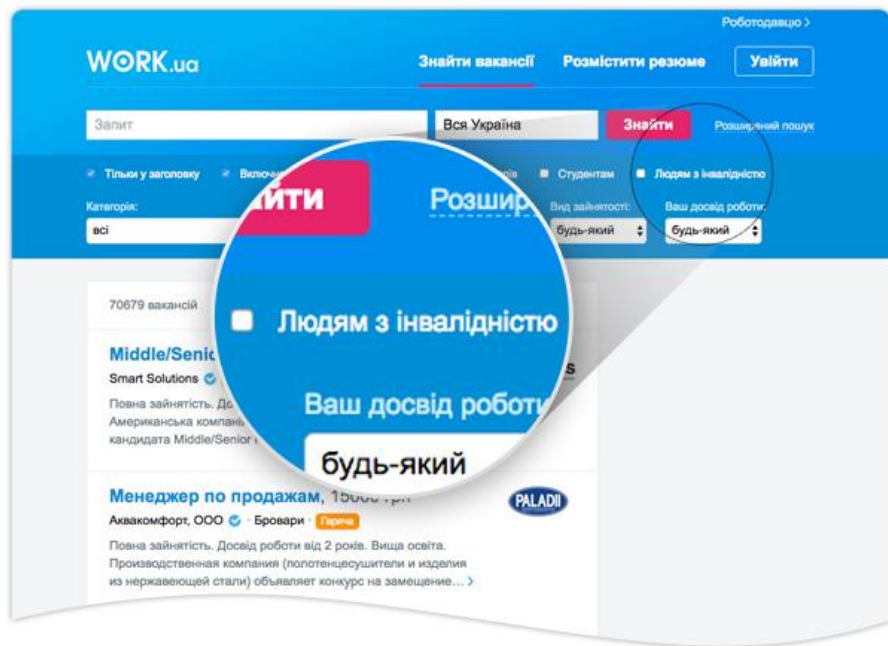
легкодоступне джерело даних про вакансії. Є дві основні стратегії роботи з оголошеннями.



Перша – розміщення власних оголошень про пошук роботи на спеціалізованих інтернет-сайтах, публікація їх у друкованих виданнях, розклеювання на стендах. Повірте, що це мало ефективно. Серйозні роботодавці не обтяжують себе передплатою великої кількості газет у пошуках працівника і не переписують номери телефонів із дощок оголошень.



Друга стратегія полягає у відгуках на вже опубліковані оголошення. Виділіть час для перегляду вакансій. Ви можете зв'язатися з роботодавцями, обминаючи кадрові агентства. Але спершу треба навчитися самостійно читати і розуміти подані оголошення.



Тепер людям з інвалідністю простіше знаходити роботу

Завдяки новому функціоналу на Work.ua роботодавці та кандидати з інвалідністю зможуть легше знаходити один одного.

Опитування Work.ua виявило, що 78% зареєстрованих на сайті роботодавців готові взяти на роботу людину з інвалідністю. Та більшість із них не знає, де і як шукати таких кандидатів, навіть якщо існує така потреба за законом. Тому ми зробили додатковий функціонал, який вирішує цю проблему.

Які нові можливості з пошуку роботи з'явилися у людей з інвалідністю?

Відтепер можна прямо у своєму резюме зробити відмітку про наявність інвалідності. Так роботодавці швидше знайдуть потрібних кандидатів у базі за фільтром «З інвалідністю». Це дозволить будь-якому спеціалісту з інвалідністю заявити про себе, а роботодавцю — швидше знайти потрібного співробітника.

Крім того, кандидати з інвалідністю самі можуть знаходити вакансії, на які роботодавці готові взяти таких працівників. Для цього треба вибрати в розширеному пошуку вакансій фільтр «Людам з інвалідністю».

Якщо серед ваших друзів чи знайомих є люди з інвалідністю, поділіться з ними цією новиною. Ми сподіваємося, що цей крок допоможе людям з інвалідністю швидше знайти роботу.

Аналізуючи оголошення, спробуйте з'ясувати наступні питання:



У якому виданні розміщене оголошення?

- про витрати на пошук персоналу: це свідчення про зацікавленість фірми у кваліфікованому спеціалісті та про його цінність для неї;
- про те, наскільки широко проведено пошук;
- про фінансові можливості фірми і престижність пропонуваної роботи.
- Багато про що можуть сказати і оформлення оголошення, його обсяг та місце, шрифт, кольори, наявність логотипу і т. п.



Оголошення подала фірма чи посередницьке рекрутингове агентство?

- послуги агентств обходяться для фірм зазвичай у 20-30% пропонованої на даній посаді річної зарплати та є свідченням відповідного фінансового стану фірми;
- те, що фірма свідомо йде на додаткові витрати на пошук персоналу свідчить про важливе значення для неї заповнення даної вакансії.



Перед тим, як відгукнутися на оголошення, необхідно з'ясувати для себе ряд важливих питань:

- Що фірма вважає за потрібне повідомити про себе?
- Який основний напрямок діяльності фірми?
- Якої величини фірма?
- Де розташована організація, що пропонує роботу?
- Якщо назва й адреса фірми зазначені повністю – це добра ознака.
- Як описана посада?
- Чи зазначене точне найменування посади?
- Чи можна зрозуміти з оголошення, що запропоновано: робота самостійна чи у складі команди?
- Які вимоги до кваліфікації і професійного досвіду? (Іноді вони перераховані, а іноді їх можна вивести з побічно наданої в оголошенні інформації про фірму).
- Чи передбачено спеціальне навчання для нового працівника?
- Чи існують якісь вимоги до особистих якостей?



Чи подана в оголошенні інформація про винагороду за виконувану роботу?

- Якщо розмір зарплати зазначений на початку оголошення, то це свідчить, як правило, про те, що фірма чітко усвідомлює свою готовність

платити такі кошти заради того, щоб отримати фахівця відповідного рівня.

- Якщо про зарплату не згадано, то це може означати, що вона порівняно невелика, хоча бувають і винятки.
- Чи є згадка про додаткові виплати та пільги?



Також при аналізі оголошення про вакансію спробуйте проаналізувати ще таку додаткову інформацію:

- Чи можна зрозуміти, яка перспектива просування по службі?
- Як і до кого рекомендовано звертатися?
- Чи не створюється враження, що посаду надто розхвалюють? Зверніть увагу на можливу невідповідність тональності оголошення змісту пропонуваної роботи та її умов.
- Якщо подано ім'я з телефоном і адресою, то це означає, що фірма знайде і час для бесіди з Вами по телефону, і можливість прийняти Вас як кандидата у своєму офісі.



Зупинимось на найтипівіших помилках, які роблять пошукувачі в перші хвилини телефонної розмови:



Занадто швидкий темп. Не треба говорити швидко! Вам дадуть змогу довести свою оперативність, коли Вас про щось розпитуватимуть, а Ви, без довгих пауз і слів-паразитів, будете чітко відповідати на запитання. Але в перші моменти звичку говорити швидко і напористо варто взяти під контроль.



Пам'ять голосу. Розмовляли щойно з іншим роботодавцем, і Вам відмовили? З Вами поговорили не так, як Ви хотіли? Ви втомилися? Голос це запам'ятовує і відображає нотки попередніх розмов,

стурбованість, розпач. Зупиніться і відпочиньте! Не поспішайте з висновками.



Занадто офіційний голос (прохач чи скарб?). У першому випадку – благаючі нотки у голосі, а в другому – розв’язаність на кшталт: «Вам пощастило, що до мене потрапив Ваш телефон!». Звичайно – це крайнощі!



І ще дуже важливий момент: спробуйте навчитися «відсортовувати сміття».

Спочатку це буде складно, але з часом Вам це стане під силу.



Уникайте оголошень, у яких мало конкретики, зате багато щедрих обіцянок і знаків оклику на кшталт: «Терміново!», «Суперпропозиція!», «Поспішайте!», «Престижна робота!». Такі оголошення дають численні представники «мережевого маркетингу», які працюють за принципом: «Спочатку купи у нас, а потім – продавай».



Із недовірою варто ставитися до оголошень, у яких для зворотного зв’язку зазначена а/с. Серйозна та відповідальна фірма не побоїться залишити свій телефон чи адресу.



Перегляньте уважно видання, які інформують про працевлаштування за два-три останніх місяці. Регулярно повторювані оголошення про вакансії викреслюйте зі свого списку. Це або кадрові агентства поповнюють власну базу кандидатів, або фірма, що нині не має потреби у працівниках, намагається знайти суперфахівця. Вас мають цікавити реальніші пропозиції.



Підозрілими є вакансії, в яких міститься занадто багато професійних вимог. Це не що інше, як бажання отримати за невелику плату хорошого фахівця, проте може бути й таке: керівники, які подають оголошення, просто не орієнтуються у реаліях життя.



У багатьох оголошеннях можна натрапити на фразу: «Заробітна плата від...» чи «Початкова ставка становитиме...». Не ловіться на такі обіцянки. «Початкова» зарплата в більшості випадків буде й остаточною. Реально розраховуйте тільки на ту суму, що зазначена в оголошенні.



Звичайно, Ви ніколи не зможете знайти в оголошенні відповіді на всі запитання, що цікавлять, але уважніший аналіз оголошення дасть змогу спланувати свої подальші дії щодо отримання запрошення на співбесіду.

Отже, аналізуючи оголошення про вакансію в ЗМІ чи на Інтернет-сайтах, у будь-якому випадку спробуйте, як хороший аналітик, вилучити з нього якомога більше цінної інформації. Саме вона стане основою Вашого успіху, а часто ще й вбереже від непередбаченого кроку і можливих шахрайських дій з боку нечесного роботодавця.

Крім того, треба бути також готовим до того, що на оголошення в ЗМІ відгукнуться багато кандидатів. Тому відгукніться на оголошення або відразу, або через днів чотири після подачі оголошення. Другий варіант навіть ефективніший. Якщо пропозиція солідна, то таку вакансію не заповнюють миттєво, і подана інформація через кілька днів, а то й тиждень знайде свого адресата. Більше того, вона буде розглянута навіть ретельніше, оскільки навала претендентів уже минула. При аналізі оголошень обов'язково реально оцінюйте свою спроможність виконувати ту чи іншу конкретну роботу. Специфічним методом роботи з ЗМІ в процесі пошуку роботи є публікація міні-резюме в засобах масової інформації. При цьому дуже Важливо грамотно скласти текст резюме, подати в ньому таку інформацію про себе, щоб із вами захотіли зустрітися та познайомитися ближче. Тому воно має містити дуже стислу, але дуже змістовну інформацію.



Агентства з працевлаштування

Звернення до агентств із працевлаштування як спосіб пошуку роботи зручний тим, що всією рутинною, стомлюючою і часто невдячною роботою замість Вас займаються менеджери цих агентств. Звісно, ці послуги платні. Тому, перед тим, як оплатити роботу спеціалістів агентства, необхідно переконатися в його репутації. Кадрові агентства бувають двох типів:



Агентства зі вступним внеском або з відрахуванням якихось відсотків від Вашої першої зарплати. Від такого типу агенцій треба триматися подалі. Найчастіше вони займаються шахрайством: у кращому випадку Вам організують співбесіду, в гіршому – просто будуть пропонувати координати фірм, де Ви в жодному випадку роботи не знайдете, а в найгіршому – просто забудуть про Вас, бо Ви вже заплатили наперед. Ще одна небезпека від цих горе-фірм полягає в тому, що вони можуть запропонувати Вам координати інших фірм, узяті з оголошень у звичайних друкованих виданнях, більше того, ще й 2-3 місячної давнини. Вам доведеться самому зв'язуватися за отриманими телефонами, половина з яких виявиться фіктивними. Таке знущання буде тривати доти, доки Ви самі не відмовитесь від послуг такого агентства.



Із другим типом кадрових агентств ситуація краща. Після того, як Ви підпишете договір, приготуйтеся до щоденних атак вакансіями. Співробітники таких агентств, як правило, виявляють високу активність (воно й зрозуміло: адже хочеться отримати комісійні з Вашої першої зарплати). Ваше завдання – навчитися «фільтрувати» пропозиції. Окрім того, в таких агентствах можуть запропонувати додаткові

послуги (тестування, складання і тиражування резюме тощо), але погоджуватися на це доцільно за умови, коли плата за них не перевищує розумні межі. І ще: не піддавайтеся на провокації! У цих агентствах теж люблять вмовляти кандидатів, навіть свідомо знаючи, що запропонована вакансія Вам не підходить. Із одного боку, менеджери кадрових агентств не завжди розуміються на певних тонкощах Вашої професії, а з іншого, їхня головна мета – це швидше зняти з Вас відсоток за майбутню роботу. Багато кадрових агентств, окрім вже зазначених вище, пропонують додаткові послуги на платній основі. Наприклад, Вам можуть порадишити пройти консультацію у психолога чи оцінити свої інтелектуальні здібності. Тому вкрай обережно варто ставитися до агентств, що вимагають значної плати за такі невизначені речі, як «консультації з профорієнтації» чи різні курси навчання «з наступною гарантією працевлаштування» і т.д.

Рекрутингові агентства. На ринку працевлаштування діють також рекрутингові фірми. Від кадрових агентств вони відрізняються тим, що для здобувачів їхні послуги безкоштовні – добір кадрів оплачують роботодавці. Такі фірми ретельно дбають про свою репутацію, тому часто ставлять завищені вимоги і є надто примхливими стосовно відбору кандидатів. Проте це не означає, що в рекрутинговій фірмі з Вами навіть не розмовлятимуть. Ваше резюме вони, найімовірніше, візьмуть у будь-якому випадку, але численних запрошень на співбесіди після цього не чекайте. У рекрутингових агентствах орієнтуються, як правило, на добір керівних кадрів чи фахівців високої професійної кваліфікації, «продавати» яких дуже вигідно. А оскільки роботу з пошуку потрібного фахівця гарантовано оплачують, то вивченням і перевіркою кандидатів вони займаються досконало. Звичайно, такі фірми добирають тільки ті кандидатури, які щонайкраще відповідають усім вимогам замовника. У більшості випадків рекрутерів цікавлять претенденти, котрі домоглися високих професійних успіхів, зі стабільним послужним списком і відсутністю «білих плям» у трудовій біографії.

Компанії з цілеспрямованого добору персоналу. Executive Search відрізняється від рекрутменту за всіма основними параметрами – за метою, складом учасників процесу, термінами виконання, формою оплати і, головне, за технологією, тобто засобами й методами виконання роботи.

Мета Executive Search полягає в забезпеченні компанії/організації керівниками вищої ланки, а також рідкісними фахівцями (про них ми вже згадували вище). Йдеться, як правило, про ключову особистість головного «найманого» співробітника і його найближче оточення, до якого належать:

- генеральний директор;
- менеджер;
- голова правління;
- голова представництва;
- директори з продажів;
- директори з маркетингу;
- директори з логістики;
- директори з PR;
- директори з персоналу;
- фінансові директори;
- начальники департаментів та інші відповідальні особи, з числа керівництва компанії.

Тобто, мова про професіоналів, кількість яких обчислюється десятками, якщо взагалі не одиницями. Природно, що замовниками таких високих позицій є, як правило, або власники компаній, або перші особи (генеральний директор), котрі для вирішення принципово важливих кадрових питань мають окремий бюджет.

Проблемні аспекти співпраці з кадровими агентствами. На думку багатьох претендентів через кадрові агентства практично неможливо знайти роботу. Проте тисячі працевлаштованих можуть сказати й протилежне. Тому потрібна низка уточнень щодо спірних питань роботи кадрових агентств.

1. Не всім щастить відразу. Найвищі шанси отримати допомогу в кадровому агентстві мають фахівці рідкісних професій, а також кваліфіковані професіонали: менеджери вищої та середньої ланок, інженерно-технічні працівники, виробничий персонал, адміністративні працівники. І головне з досвідом роботи, хоча б від 1 року.

2. Є кілька причин того, що рекрутери приховують назву фірми-працедавця. З одного боку, договором може бути передбачена конфіденційність інформації про клієнта, а з іншого – частими є випадки, коли претендент, дізнавшись назву компанії, відразу ж звертається до працедавця безпосередньо, тож кропітка робота, що її виконало агентство, стає нікому не потрібною.

3. Агентів часто звинувачують у тому, що вони не відповідають на надіслані резюме. Рекрутер протягом дня переглядає 150 – 200 резюме. За день на поштову скриньку приходить близько 500 листів, з яких резюме становлять близько половини. Резюме на конкретну вакансію може не надійти зовсім.

4. Окремі вакансії не задовольняються по півроку. Це пояснюється тим, що часто за однією позицією «ховаються» кілька вакансій. Наприклад, якщо в оголошенні написано «потрібен інженер з телекомунікацій на підприємство», це може означати, що в штаті компанії є 5 інженерів з телекомунікацій, і потрібно закрити всі вакансії. А з іншого боку, і кадровим агентствам потрібно поновлювати свої бази даних.

Тепер поговоримо про те, якими шляхами компанії знаходять собі співробітників. Найбільший відсоток вакансій заповнюють люди, які дізналися про них через особисті канали. Не бійтеся запитувати! На кожні Ваші 20 розмов щодо пошуку роботи лише одна-дві реакції будуть недоброзичливими, половина – відверто байдужими. Не розчаровуйтеся! Ця ситуація не має нічого спільного з Вашою кандидатурою безпосередньо: такий стан справ стандартний. Продовжуйте пошук, не припиняючи його навіть за умов, що хтось твердо пообіцяв Вам допомогу.

Звідси банальний висновок – необхідно підтримувати стосунки з якомога більшою кількістю людей, які можуть бути корисними для Вас. Проте варто уникати окремих поширених оман, що найчастіше заважають досягненню успіху в пошуку роботи.



Про ці омані вдало написав Макс Мессмер,
американський фахівець із людських ресурсів



Зав'язуючи знайомства, варто вводити у коло спілкування тільки тих людей, хто безпосередньо за своїм службовим становищем чи соціальним статусом здатний надати Вам роботу. Звісно, головна мета – це вихід на потрібних людей, які можуть чимось зарадити. Але, щоб зав'язати контакти з ними, доведеться знайомитися мало не з усіма підряд. Тому таку омани можна вважати найпоширенішою. **Висновок дуже простий: не обмежуйте свого кола спілкування!**



Необхідно знати «потрібних» людей, щоб знайти гарну роботу. Безумовно, у такому вислові є доля істини, але, за великим рахунком, це – омани. Звичайно, **Ваша основна мета** – доступ до «потрібних» людей. І якщо є ключ до успіху, то це тільки Ваша здатність вибудовувати такі ланцюжки зв'язків, які спроможні вивести на роботодавців. Пошук роботи «по блату» – це процес багато в чому покроковий. Спочатку Ви зустрічаєтеся з однією людиною, вона рекомендує Вам ще когось, та в свою чергу, називає наступне ім'я, і так доти, поки не зав'яжете знайомство з ключовою особистістю. **Якщо Вам не вдалося відразу ж «вийти» на таку впливову постать, то це не має розчаровувати: просто варто збільшити свої зусилля і набратися терпіння.**



Люди можуть образитися чи навіть розлютитися, якщо до них звернутися з проханням про допомогу в пошуках роботи. На щастя, більшість людей – навіть ті, з ким Ви майже не знайомі, – найчастіше виявляються на диво доброзичливо налаштованими, якщо звернутися до них належним чином і переконливо сформулювати своє прохання. **Але**

пам`ятайте, що спричинити відмову Ви можете й самі. Для цього достатньо просити про таку послугу із жалюгідним виглядом і тремтінням у голосі, і Ваша поведінка створить враження про Вас, як про слабку людину, не придатну для серйозної та відповідальної роботи. У цьому випадку ніхто не захоче рекомендувати Вашу кандидатуру ще комусь!



ПОШУК РОБОТИ ЧЕРЕЗ ДЕРЖАВНІ ЦЕНТРИ ЗАЙНЯТОСТІ

Для реалізації державної політики зайнятості населення, професійної орієнтації, підготовки і перепідготовки, працевлаштування та соціальної підтримки громадян, які тимчасово не працюють у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України, створено Державну службу зайнятості, яка діє під керівництвом Міністерства праці та соціальної політики України, місцевих державних адміністрацій і органів місцевого самоврядування. Державна служба зайнятості складається з:

- Державного центру зайнятості Міністерства праці та соціальної політики України;
- центрів зайнятості: обласних, Київського міського, міських і районних у містах центрів зайнятості;
- центрів організації професійного навчання незайнятого населення і центрів професійної орієнтації населення;
- інспекцій по контролю за дотриманням законодавства про зайнятість населення.

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ЗАЙНЯТОСТІ:



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 служби зайнятості, про можливість отримання роботи і забезпечення робочою силою, вимоги до професії та з інших питань, що є корисними для сприяння зайнятості населення;



обліковує вільні робочі місця і громадян, які звертаються з питань працевлаштування;



допомагає громадянам вибрати підходящу роботу і власникам підприємств, установ, організацій або

уповноваженим ними органам у доборі необхідних працівників;



організує при потребі професійну підготовку і перепідготовку громадян у системі служби зайнятості або скеровує їх до інших навчальних закладів, що здійснюють підготовку та перепідготовку працівників, сприяє підприємствам у розвиткові й визначенні змісту курсів навчання і 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), звільненим працівникам та незайнятому населенню;



реєструє безробітних і подає їм у межах своєї компетенції допомогу, в т. ч. грошову;



бере участь у підготовці перспективних та поточних державної і територіальних програм зайнятості й заходів щодо соціальної захищеності різних груп населення від безробіття.

Служба зайнятості приділяє особливу увагу та впроваджує нові підходи до вирішення проблем зайнятості та працевлаштування осіб з інвалідністю. Державна служба зайнятості сприяє трудовій реабілітації та працевлаштуванню громадян з особливими потребами з урахуванням рекомендацій медико-соціальної експертної комісії (МСЕК) (для повнолітніх громадян) та лікарсько-консультативних комісій лікувально-профілактичних закладів (для неповнолітніх) на вільні та новостворені або пристосовані для них робочі місця, заявлені підприємцями. МСЕК та ЛКК проводять експертизу професійної придатності осіб з особливими потребами, що здійснюється, насамперед, для підбору професій (спеціальностей), за якими вони можуть працювати.

Із метою покращення роботи центру зайнятості постійно ведеться облік осіб з інвалідністю, які звернулися за сприянням у працевлаштуванні, та облік робочих місць, на які, за інформацією підприємства, можуть бути працевлаштовані громадяни зазначеної категорії.

На ефективну реалізацію означеного кола завдань спрямовується **Індивідуальна програма працевлаштування (ІПП)** молодшої особи з інвалідністю, яка розробляється центром зайнятості спільно з клієнтом у разі, якщо на час звернення до державної служби зайнятості для нього не знайдено підходящої роботи. За змістом ІПП являє собою перелік заходів, що їх мають виконувати центр зайнятості і клієнт для підвищення його конкурентоспроможності на ринку праці, кращої адаптації до реальних умов, а також активності у пошуку підходящої роботи з гідною оплатою праці.

Процес підбору роботи для молодої людини з інвалідністю центрами зайнятості складається з кількох етапів:



З'ясування відповідності вільного робочого місця (вакансії) типу функціонального розладу молодшої людини з інвалідністю.



Пропозиція розглянути можливість працевлаштування на конкретне робоче місце.











Спілкування з роботодавцем щодо можливості прийняття на роботу конкретного претендента.





Погодження з роботодавцем або його представником місця і часу зустрічі з молодшою людиною і видача направлення на співбесіду. Органи праці та соціального захисту населення

Основним суб'єктом державної системи соціального захисту людей з інвалідністю в Україні є органи праці та соціального захисту населення.




У межах виконання завдань сприяння зайнятості людей з інвалідністю органи праці та соціального захисту населення виконують наступне:

-  ведуть інформаційний банк людей з інвалідністю, які працюють та бажають працювати і спроможні реалізувати свої здібності та можливості на підставі індивідуальних програм реабілітації;
-  забезпечують людей з інвалідністю інформацією про можливості праці за певними професіями;
-  виявляють людей з інвалідністю, які бажають працювати;
-  подають до центрів зайнятості списки осіб з інвалідністю, які бажають працювати, із зазначенням професій та спеціальностей;
-  направляють осіб з інвалідністю до центрів зайнятості для проведення професійної орієнтації та працевлаштування;
-  надають місцевим органам державної влади пропозиції про визначення нормативів робочих місць, призначених для працевлаштування людей з інвалідністю;
-  формують пропозиції щодо створення нових робочих місць, у тому числі з гнучкими формами зайнятості, та надають їх до відділень Фонду соціального захисту інвалідів і центрів зайнятості (разом з громадськими організаціями людей з інвалідністю з урахуванням рекомендацій МСЕК і побажань людей з інвалідністю);
-  беруть участь у розробці програм зайнятості (розділ зайнятості осіб з обмеженою працездатністю);

-  формують замовлення та направляють на професійне навчання людей з інвалідністю, в тому числі до спеціальних навчальних закладів інтернатного типу Міністерства праці та соціальної політики України;
-  організовують та беруть участь у роботі Ради у справах інвалідів при облдержадміністраціях.


Фонд соціального захисту інвалідів (ФСЗІ) здійснює заходи щодо соціальної, трудової, професійної та фізкультурно-спортивної реабілітації осіб з інвалідністю.

Пріоритетними напрямками діяльності Фонду є:

-  реалізація у межах своєї компетенції державної політики у сфері соціального захисту людей з інвалідністю;
-  здійснення контролю за виконанням підприємствами, установами, організаціями нормативу робочих місць для працевлаштування людей з інвалідністю, установленого Законом України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні»;
-  фінансування заходів щодо соціального захисту людей з інвалідністю.

Головними завданнями Фонду є забезпечення ефективного використання відповідних коштів шляхом надання адресної допомоги; участь у створенні та реалізації концепції реабілітації людей з інвалідністю, до комплексу заходів якої входить реабілітація людей з інвалідністю, у тому числі дітей з інвалідністю, профнавчання, працевлаштування, створення належних умов праці.

Основні функції Фонду соціального захисту інвалідів можна об'єднати у чотири групи:

-  облік, фінансування, контроль, а також функції із забезпечення участі у спільній роботі з партнерами. Функції обліку реалізуються через ведення інформаційного банку ПОУ та їх звітності щодо зайнятості та працевлаштування осіб з інвалідністю,

робочих місць, призначених для їх працевлаштування тощо.



головною групою функцій є фінансування різноманітних форм та заходів соціально-економічної підтримки осіб з інвалідністю. Важливими аспектами цієї діяльності є фінансування професійного навчання непрацюючих осіб з інвалідністю, створення робочих місць для їх працевлаштування. Коштами Фонду соціального захисту інвалідів забезпечується підтримка підприємств громадських організацій людей з інвалідністю, у тому числі УТОС, УТОГ.



Функції контролю полягають у забезпеченні додержання ПОУ нормативів робочих місць людей з інвалідністю, створенні підприємствами робочих місць, призначених для працевлаштування осіб з інвалідністю, своєчасної сплати ПОУ штрафних санкцій за недотримання нормативу робочих місць, призначених для працевлаштування осіб з інвалідністю, тощо.

Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань.

Відповідно до чинного законодавства України Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань (ФССНВПЗ) зобов'язаний вжити всіх необхідних заходів для підтримання, підвищення та відновлення працездатності потерпілого.

Основними функціями та завданнями Фонду є:



Фінансування заходів щодо профілактики нещасних випадків та профзахворювань; заходів медичної, соціальної та професійної реабілітації; відшкодування шкоди, завданої потерпілим на виробництві (членам їх сімей);









Контроль: своєчасної сплати внесків та штрафних санкцій ПОУ; стану профілактичної роботи та охорони праці.


МЕДИКО-СОЦІАЛЬНА ЕКСПЕРТНА КОМІСІЯ





Відповідно до чинного законодавства України Медико-соціальна експертна комісія Міністерства охорони здоров'я України (МСЕК) – єдина державна інституція, що встановлює правовий статус фізичних і/або розумових розладів особи.

На базовому рівні МСЕК:

-  визначають ступінь обмеження життєдіяльності людини, у тому числі стан працездатності, групу, причину і час настання інвалідності, а також ступінь втрати професійної працездатності (у відсотках) працівників;
-  встановлюють потребу людей з інвалідністю у соціальній допомозі, що була спрямована на полегшення наслідків погіршення здоров'я;
-  надають трудові рекомендації людям з інвалідністю працездатного віку та розробляють заходи медико-соціальної реабілітації;
-  вивчають структуру і динаміку інвалідності за групами, причинами, окремими захворюваннями, територіальними ознаками, в розрізі окремих підприємств тощо; разом із лікувально-профілактичними заходами вивчають результати диспансеризації, переважно осіб, які часто й тривалий час хворіють та людей з інвалідністю;
-  вивчають наслідки подовження строків тимчасової непрацездатності на період відновного лікування, переогляду людей з інвалідністю з метою виявлення ефективності реабілітаційних заходів, визначення реабілітаційного потенціалу;
-  надають консультативну допомогу лікарям лікувально-профілактичних закладів з питань медико-соціальної реабілітації людей з інвалідністю тощо.






На обласному рівні МСЕК:

-  здійснюють організаційно-методичне керівництво та контроль за діяльністю відповідно центральних міських, районних, міжрайонних, міських МСЕК, перевіряють

-  прийняті ними рішення і в разі визнання їх безпідставними змінюють їх;
-  переглядають справи осіб, які оскаржили рішення міських, міжрайонних чи районних МСЕК, та перевіряють якість розробки індивідуальних реабілітаційних програм; у складних випадках здійснюють огляд хворих та людей з інвалідністю за направленнями відповідних регіональних МСЕК;
-  визначають потреби людей з інвалідністю в автомобілях із ручним керуванням або мотоциклах;
-  вживають заходів до підвищення кваліфікації фахівців МСЕК тощо.


ЦЕНТРИ ПРОФЕСІЙНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ІНВАЛІДІВ

Центри професійної реабілітації інвалідів є установами, що спеціалізуються на реабілітаційних послугах для осіб з інвалідністю а саме:

-  професійної реабілітації людей з інвалідністю;
-  медичного супроводу професійної реабілітації людей з інвалідністю;
-  соціально-психологічної реабілітації людей з інвалідністю;
-  працевлаштування людей з інвалідністю;
-  координації роботи щодо соціально-трудової реабілітації осіб з інвалідністю.

Таким чином, діяльність центрів професійної реабілітації інвалідів частково повторює функції інших партнерських установ, що зумовлено необхідністю забезпечення надання ними усього комплексу послуг професійної реабілітації.

Однією з важливих функцій центрів професійної реабілітації інвалідів є діяльність із працевлаштування, яка включає в себе:

-  моніторинг зайнятості та працевлаштування людей з інвалідністю;



вивчення попиту професій на ринку праці;



сприяння працевлаштуванню випускників;



сприяння самозайнятості випускників

На жаль, поки що центри професійної реабілітації в основному обмежуються спрямуванням осіб з інвалідністю для працевлаштування на підприємства, де не виконана квота на працевлаштування осіб даної категорії. Проте в окремих областях України створені дочірні підприємства центру для працевлаштування осіб з інвалідністю. Окремим завданням центрів є забезпечення працевлаштування осіб з інвалідністю в органах державної влади та управління.

ПРОФСПІЛКИ

Профспілки у своїй діяльності незалежні від органів державної влади та органів місцевого самоврядування, роботодавців, інших громадських організацій, політичних партій, їм непідзвітні й непідконтрольні. Метою діяльності профспілок є представництво, здійснення та захист трудових, соціально-економічних прав та інтересів членів профспілки.

Молоді люди з інвалідністю, ставши до праці на підприємствах, де створена профспілка, підпадають під її захист. Перш за все профспілка має сприяти адаптації молодого людини до нових умов праці на робочому місці, її входженню в колектив і налагодженню стосунків з колегами по роботі. Проблеми створення умов для ефективної праці особи з інвалідністю, забезпечення їй гідної заробітної плати мають знайти віддзеркалення у колективному договорі.

ЦЕНТРИ СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ ДЛЯ СІМ'Ї, ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ






Центри соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді виконують ряд важливих завдань, які тією чи іншою мірою пов'язані з соціальним захистом та інтеграцією молодих людей з інвалідністю у суспільство.

Серед основних напрямів їхньої роботи можна виділити:

-  надання психологічних послуг із проведення психодіагностики, психологічної корекції, психологічної реабілітації, надання методичних порад;
-  формування здорового способу життя, збереження здоров'я сімей, дітей та молоді;
-  інформування з питань працевлаштування та сприяння в цьому;
-  соціальну адаптацію, соціальний супровід дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування;
-  задоволення матеріальних потреб сімей, дітей та молоді, що перебувають у складних життєвих обставинах, згідно із законодавством;
-  захист прав та інтересів осіб, посередництво у представництві інтересів сімей, дітей та молоді;
-  поширення просвітницьких та культурно-освітніх знань, об'єктної інформації про види соціальних послуг, формування відповідального ставлення суспільства до соціальних проблем.

ГРОМАДСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ

Основними завданнями громадських організацій людей з інвалідністю є:

-  сприяння соціальному захисту, соціально-трудовій та медичній реабілітації осіб з інвалідністю та залученню їх до суспільно корисної діяльності, занять фізичною культурою та спортом;
-  сприяння залученню осіб з інвалідністю до захисту своїх прав та законних інтересів у судах, правоохоронних органах, органах державної виконавчої влади та органах місцевого самоврядування;
-  сприяння створенню особам з інвалідністю рівних з іншими громадянами України можливостей щодо участі у всіх сферах суспільного життя;
-  сприяння інтеграції осіб з інвалідністю у суспільство;
-  сприяння організації наукових досліджень проблем людей з інвалідністю, інвалідності загалом, участь у таких дослідженнях;



сприяння розробці проектів житлових, адміністративних, культурно-видовищних та інших будівель та споруд, зв'язку і транспорту з урахуванням специфіки і особливостей стану людей з інвалідністю шляхом внесення своїх пропозицій.

Розвиток громадського руху в Україні, вочевидь, вимагає від центрів зайнятості активізації роботи з налагодження партнерських відносин з громадськими організаціями з метою зміцнення співпраці та координації діяльності.

Щоб стати на облік у центр зайнятості, особа з інвалідністю має надати наступні документи:

- 1. Паспорт.**
- 2. Трудову книжку.**
- 3. Документ про освіту.**
- 4. Посвідчення про інвалідність.**
- 5. Довідку до акту огляду МСЕК або ЛКК.**

Обов'язково вказуються відомості про придатність до відповідної професії:

- у повному обсязі;
- з обмеженням обсягу виконання робіт та визначенням тривалості робочого дня;
- перелік професій (спеціальностей), що рекомендуються до освоєння при професійному навчанні та перепідготовці.

Обов'язково надаються рекомендації щодо форми організації навчання:

- у загальноосвітньому навчальному закладі;

- у спеціально організованих умовах (спеціальна загальноосвітня школа, школа-інтернат, спеціальний клас (група у відповідному навчальному закладі));
- спеціальна навчальна програма, легкий режим навчання та ін.



Метод активного прямого пошуку роботи

Ви визначаєте перелік підприємств, що можуть бути вам цікаві як потенційні місця роботи, знаходите їхні координати і починаєте розсилати резюме. Можна заздалегідь спробувати з'ясувати, хто конкретно там відповідає за добір персоналу, і відправити конкретну інформацію у вигляді резюме.

Загальні вимоги до написання резюме.

Його ще називають CV (з латини – лінія життя). Це аркуш паперу, що стає надзвичайно важливим у процесі пошуку роботи. Тому з'ясуймо ґрунтовніше, як його писати і як з його допомогою шукати роботу. Вашого потенційного роботодавця цікавить не те, де і як Ви вчилися, а те, що Ви вмієте робити. Хоча єдиного зразка резюме нема, але практика його складання і застосування свідчить про наявність головних розділів, за якими його доцільно писати. Дуже важливо: воно має бути структурованим, оформленим у діловому стилі й написаним без граматичних помилок.






Наведемо декілька типових помилок при складанні резюме:

- ☒ Надто об'ємне резюме.
- ☒ Рукописне резюме.
- ☒ Резюме із зайвою інформацією.
- ☒ Резюме, що є випискою з трудової книжки.
- ☒ Недбало і безграмотно оформлені резюме. Не використовуйте знаменника «Я». Не вводьте до резюме

Ваші фізичні дані. Не клейте на резюме свою фотографію. Не пишіть у резюме причини звільнення з попереднього місця роботи. Не вносьте до резюме вимоги до зарплати. Недоречно називати імена людей, які могли б дати Вам рекомендацію (але список таких людей підготуйте, щоб мати з собою на співбесіді, при цьому попередньо поговоріть із ними і заручіться їхньою підтримкою).

Види резюме. Резюме буває двох типів – хронологічне та професійне. У хронологічному резюме особливу увагу звертають на досвід роботи і досягнення на конкретних місцях. Таке резюме доцільно складати претендентам із солідним та успішним досвідом роботи.

ЗАГАЛЬНА ФОРМА ХРОНОЛОГІЧНОГО РЕЗЮМЕ

-  Прізвище, ім'я, по-батькові (прізвище, ім'я).
-  Контакти (адреса, телефон, e-mail, сьогодні ще додається адреса сторінок у соціальних мережах).
-  Мета (на яку посаду претендуєте).
-  Кваліфікація (опис кваліфікації і якостей, необхідних для конкретної посади). Досвід роботи (у зворотному хронологічному порядку, починаючи з останнього, вказуючи місця роботи, посади, виконувану роботу і досягнення). Освіта і тренінги (у зворотному хронологічному порядку перерахувати місця навчання, отримані спеціальності, ступені).
-  Додаткова інформація (тут слід вказати все, що може створити враження у роботодавця і переконати у Вашій відповідності посаді, на яку Ви претендуєте. Наприклад: знання комп'ютера, швидкість набору тексту, членство в об'єднаннях професіоналів у певній галузі).



Хобі й особисту мету (хобі може співпасти з хобі роботодавця чи продемонструвати рису характеру, корисну для виконання роботи, те саме стосується і особистої мети).

Професійне резюме спрямоване на роз'яснення професійних здібностей, знань та інших якостей претендента. Таке резюме можна писати претендентам із невеликим досвідом роботи, без досвіду, але з хорошою освітою. Складання згаданого резюме можливе, якщо Ви бажаєте отримати посаду, на якій не працювали раніше, але чітко уявляєте собі функції, чи, може, виконували їх за сумісництвом. Окрім того, за обсягом резюме не може перевищувати двох сторінок.

ЗАГАЛЬНА ФОРМА ЗАГАЛЬНА ФОРМА ПРОФЕСІЙНОГО РЕЗЮМЕ



П. І. П., контакти (адреса, телефон, e-mail, адреса сторінки соціальних мереж).



Мета (на яку посаду претендуєте).



Кваліфікація (слід детальніше, ніж у хронологічному резюме, викласти дані про кваліфікації).



Досвід роботи (вказати не місця роботи, а досвід у конкретних галузях. Описати галузь, в якій Ви працювали, потім чіткіше висвітлити спеціалізацію, додатково – отримані навички. Наприклад: маркетинг; маркетингові дослідження; досвід адміністративної роботи). Список фірм (доцільним усе-таки вказати перелік фірм, де Ви працювали).



Освіта і тренінги.



Додаткова інформація.









Хобі й особиста мета.

ЗМІСТ РЕЗЮМЕ

Освіта. У цьому розділі не обов'язково дотримуватися прямого чи зворотного хронологічного порядку. На перше місце ефективніше поставити ту освіту, яку вважають основною з точки зору вакансії, на котру Ви претендуєте. Записи мають бути чіткими: період навчання, назва ВНЗ, факультету і спеціальності, можна вказати наявність червоного диплома чи інших академічних досягнень, також можна зазначити тему дипломної роботи, якщо вона стосується роботи, яку Вам доведеться виконувати.

Досвід роботи. Це – найважливіша частина резюме. У більшості випадків роботодавці розглядають пошукувача з точки зору того, носієм якого конкретного досвіду він є. Досвід описують у зворотному хронологічному порядку, тобто починаючи з останнього місця роботи.

Тут важливо вказати:

-  назву компанії;
-  чим займалася компанія, особливо, якщо це не впливає з назви компанії чи якщо компанія не є загальновідомою;
-  посаду;
-  функціональні обов'язки;
-  коло відповідальності працівника на даній посаді;
-  результати і досягнення.

Можна вписувати й такий досвід роботи, який не відображений у трудовій книжці, але реально був і його можна підтвердити іншими способами, наприклад, перевіркою відгуків про Вашу роботу. Описуючи досвід роботи, треба акцентувати увагу на тих функціях і результатах, які відповідають позиції, на яку Ви відправляєте резюме. Чим глибше у минуле відходить опис досвіду, тим компактнішими будуть записи. Використовуйте

тільки активні звороти і дотримуйтеся завершеної форми подачі інформації.

Додаткові дані. Окрім наведених даних резюме можна вказати й інші відомості, що можуть позитивно зацікавити компанію, в яку Ви відправляєте резюме. Наприклад, особисті якості, готовність працювати ненормований робочий день та їздити у відрядження, наявність ділових зв'язків і т. п. Вичерпно пояснити, як писати резюме – неможливо. Двох подібних резюме бути не може, резюме відображає індивідуальність кожної людини. Форма, стиль та зміст свідчать про Ваш характер, працездатність, уміння шукати інформацію і висловлювати свої міркування.

Якщо вам не вдається подолати суперечності на рівні тексту резюме (наприклад, потребують пояснення перерви в роботі, причини, з яких залишена престижна, з точки зору зовнішніх оцінок, робота і т. ін.), використовуйте таку можливість, як супровідний лист. Резюме – це не просто хронологічний виклад подій Вашого професійного життя. Його слід писати так, щоб цей виклад відображав попередню кар'єру в контексті отримання, розвитку, накопичення вмінь, потрібних для роботи, на яку ви претендуєте нині. Називаючи в резюме посаду, яку Ви займали раніше, переконаєтеся, що її назва унеможливіє ймовірність різного тлумачення виконуваної на цій посаді роботи. Щоб правильно зорієнтувати інтерв'юера, опишіть функції, які ви виконували на цій посаді. Відбирайте під спеціальний запит тільки потрібну інформацію. Навряд чи претендентові знадобиться перерахування всіх численних курсів, які він закінчив, але отримані знання не застосовував у практичній діяльності, й вони ніяк не пов'язані з майбутньою роботою (так само, як і перерахування загалом усіх робіт, виконаних впродовж професійного життя). Надсилаючи резюме факсом, вкажіть ваші координати кілька разів, щоб у разі збоїв імовірність збереження можливості контакту з Вами була вищою. Пишіть резюме мовою, яка вказана в оголошенні. Якщо прямих або непрямих вказівок немає, використовуйте ту мову, якою легше спілкуватися. Склавши резюме іноземною мовою, будьте готові провести нею і розгорнуте інтерв'ю.




















Співбесіда при прийомі на роботу

Вас запросили на співбесіду. Пам'ятайте, що у роботодавця є кілька рівноцінних претендентів. Часто справді достатньо бути хорошим фахівцем, щоб отримати бажану роботу. Але це хоча й важливо, але недостатньо. Не менше значення має вміння добре зарекомендувати себе на співбесіді. Уперше це складно, але згодом, звичайно, за наявності відповідних задатків, Ви зможете виробити чіткість викладу матеріалу і суджень, гостру реакцію, переконливість, відповідні манери поведінки та інше.

Різновидів співбесід безліч, і до цього треба бути готовим. Співбесіда може бути телефонною та очною. Інтерв'юером може бути співробітник кадрового агентства, що представляє інтереси працедавця, або співробітник кадрової служби компанії. Ним може бути й інший співробітник компанії, наприклад, ваш можливий керівник, або навіть керівник компанії. У співбесіді можуть брати участь кілька інтерв'юерів одночасно, але рідко – кілька претендентів. Іноді співбесіди проводить у кілька етапів один і той самий інтерв'юер. Іноді – різні.

Значення попередньої підготовки. Запам'ятайте ще одне. Неможливо знати наперед, які питання і в якому порядку Вам поставлять на співбесіді, тому ваші дії та відповіді будуть експромтами. А добрий експромт має бути добре підготовлений. Проте основний масив питань можна передбачати. Дві третини питань – стандартні. Тому, якщо Ви матимете добрі домашні заготовки, то можливий маневр для експромту буде значно більший. Ми наводимо найтипівіші запитання, що їх можуть ставити інтерв'юери.

ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ:

-  Якими трьома характеристиками Ви себе опишете?
-  Якими трьома характеристиками опишуть Вас ваші колеги?
-  Яку потребу Ви задовольняєте, погоджуючись на цю роботу?
-  Якщо Ви на роботі зіткнетеся із серйозними труднощами, якими вони, на Ваш погляд, будуть?
-  Якби у Вас був вибір, чим би зайнялися – розробкою планів і стратегій чи їхньою реалізацією?
-  Розкажіть про три ситуації у Вашому житті, у яких Ви не досягли успіху. Чому?
-  Чи отримували Ви різного роду винагороди за підсумками якогось періоду?
-  Із яких причин Ви звільнили б підлеглого?
-  Якби Вам було необхідно подати про себе позитивний відгук для роботи в компанії, чи могли б Ваші наставники написати такий відгук?
-  Нам усім іноді доводиться, як мовиться, «брехати в порятунк». Наведіть три приклади з Вашого власного досвіду.
-  Опишіть найкращу і найгіршу людину, з якими Вам доводилося спілкуватись у період навчання (роботи).
-  Якого типу люди найчастіше розчаровують Вас? Чому?
-  Що організація має надати Вам для того, щоб отримати від Вас повну віддачу в роботі?
-  Назвіть три досягнення у своєму житті, якими Ви пишаєтеся якнайбільше.
-  Назвіть дві риси свого характеру, які Вам під силу поліпшити.
-  Чи бувало так, що ваші ідеї і пропозиції активно прийняло і підтримало керівництво?
-  Чому Ви вибрали саме цю професію?



Як Ви думаєте, якими є найважливіші якості, яких вимагає ця робота від співробітника?



Чому Ви прийшли на співбесіду саме в нашу компанію?



На Вашу думку, яка структура цієї галузі?



На вашу думку, чи витримує наша компанія порівняння з нашими головними конкурентами?



Де, на якій посаді Ви бачите себе через п'ять, десять і п'ятнадцять років?






СТРЕСОВІ ПИТАННЯ

1. Що саме Ви можете запропонувати нашій компанії? Навіщо нам наймати Вас на роботу?
2. З якими компаніями Ви ще розмовляли? І наскільки успішно?
3. Якщо Вам зроблено ділову пропозицію, то як Ви будете вирішувати: прийняти її чи відмовитися від неї?
4. Як Ви реагуєте на роботу в ситуаціях, коли на Вас «тиснуть»? Наведіть із власного досвіду три приклади роботи «під тиском».
5. Чи траплялись у Вашому житті конфліктні ситуації між Вами і вашими колегами?
6. Ваша філософія менеджменту?
7. Хто такий, у Вашому розумінні, сучасний менеджер?
8. Якої зарплати, на Вашу думку, ви заслуговуєте? Чому?
9. Чи виникає у Вас бажання дізнатися більше про сферу Вашого бізнесу?
10. Скільки часу Вам потрібно буде для того, щоби ваш внесок у розвиток компанії став помітним?
11. Як довго Ви плануєте працювати в нашій компанії?
12. Чи траплялось у вашому житті так, що при виникненні конфліктної ситуації з колегами Вам доводилося залучати третю сторону для розв'язання конфлікту?
13. Як Ви оцінюєте себе як менеджера?
14. Раніше Ви вже отримували пропозиції щодо прийому на роботу?
15. Які аспекти Вашої колишньої роботи вам подобались? Які не подобались?

16. Опишіть ситуацію, коли й за що Ваша робота була піддана критиці.
17. Опишіть, у чому полягає суть успіху для Вас.
18. Яку книгу Ви прочитали останнім часом?
19. Що Вас приваблює у цій посаді?
20. Чи не здається Вам, що для Вас краще починати працювати в організації дещо іншого масштабу?
21. Які інші варіанти для своєї кар'єри Ви розглядаєте?
22. Опишіть себе як особу.
23. Чи доводилося Вам раніше наймати людей на роботу?

Але підготовка до можливих запитань – це ще не вся підготовка до співбесіди. Є низка важливих аспектів, на які необхідно звернути увагу.

Зупинимось на них детальніше.

-  Постарайтесь якомога більше дізнатися про організацію, до якої йдете, і про можливу роботу.
-  Майте при собі примірник резюме, а також копії дипломів, свідоцтв та інших документів, що підтверджують вашу кваліфікацію.
-  Точно знайте місце розташування організації і розрахуйте час на дорогу, щоб не запізнюватися.
-  В одязі дотримуйтеся ділового стилю.
-  Складіть список очікуваних запитань і підготуйтеся відповідати на них. Відповіді на найвірогідніші запитання відпрацюйте особливо ретельно. Спеціально підготуйтеся до обговорення питання про оплату праці. Заготуйте запитання, які Ви задасте потенційному роботодавцеві. Часто запитання, що задаєте Ви, не менше важливі, ніж ваші відповіді.

Ще декілька правил щодо проходження співбесіди

Правильно сядьте. Потрібно сидіти, повернувшись до інтерв'юера не тільки обличчям, а й усім тілом. Якщо для цього необхідно пересунути стілець – не соромтеся. Ноги не ховайте під себе і не тримайте схрещеними під стільцем.

Підтримуйте зоровий контакт. Слухаючи запитання, уважно дивіться в обличчя інтерв'юєрові. Так краще зрозумієте запитання. Відповідаючи, прагніть не дивитися вниз, убік або в стелю. Інтерв'юерам це, як правило, не подобається.

Вислуховуйте запитання до кінця, не перебиваючи. Прагніть показати увагу й інтерес до запитання.

Починайте відповідати, якщо впевнені, що зрозуміли питання. Іноді інтерв'юєр формулює питання не конкретно. В такій ситуації краще запитати: “Чи вірно я зрозумів, що Вас цікавить саме цей аспект?” І не соромтеся цього.

Не говоріть довго. Дві-три хвилини – це гранична тривалість відповіді. Надмірно просторові відповіді – типова помилка недосвідчених претендентів.

Не відхиляйтеся від суті запитання. Навіть якщо запитання таке, що Ваша відповідь виходить дуже короткою, не збентежуйтеся.

Умійте тримати паузу. Якщо Ви вважаєте, що відповіли на запитання, то найкраще замовкнути і тримати паузу, не нервувати. Хай інтерв'юєр думає, про що Вас запитати. Будьте терплячі.












Не говоріть дуже тихо і дуже голосно. Дуже тихий голос може створити в інтерв'юєра враження, що Ви невпевнена у собі людина. Якщо Ви тримаєте зоровий контакт, то потрібну силу голосу в більшості випадків визначити правильно, орієнтуючись на реакцію співрозмовника.



















Не задовольняйтеся просто співбесідою. Попросіть інтерв'юєра прокоментувати те, наскільки Ви як кандидат підходите на вакансію. Не потрібно поспішати встати, краще запитати це тоді, коли Ви ще сидите. Також доцільно уточнити, коли слід чекати дзвінка. Не кожному інтерв'юєрові така наполегливість приємна, але у більшості випадків вона спрацює на Вашу користь.

Необхідно знати і пам'ятати, що є закриті теми розповідати про котрі на співбесіді взагалі не варто. **Тому в жодному випадку не розповідайте про бажання емігрувати, ваші релігійні та політичні погляди, сімейні негаразди, про плани щодо народження дітей, матеріальні труднощі, недоліки**

попередніх роботодавців, про проблеми з Вашим здоров'ям та здоров'ям близьких. Не варто одразу ж висловлювати особливі вимоги до умов роботи, починати розмову з обговорення розміру зарплати, говорити на відверті теми, висловлювати сумніви щодо компетентності співрозмовника, повідомляти про інші пропозиції для працевлаштування, що є у вас на цей час.

Причини, через які кандидати часто не отримують роботу, яку претендують:

-  жалюгідний зовнішній вигляд;
-  непристойна поведінка;
-  явно виражений цинізм і низький моральний рівень, спроба тиснути на інтерв'юера, манери всезнайки;
-  невміння формулювати власні думки, послідовно й чітко доводити їх до співрозмовника;
-  надто тихий голос, погана дикція, граматичні помилки в текстах;
-  відсутність плану кар'єри, чітких цілей і завдань, зацікавленості та ентузіазму;
-  недостатня відвертість, неврівноваженість, нестача такту, ввічливості;
-  небажання або відсутність змоги брати участь у справах поза визначеним графіком, байдужість до громадської діяльності;
-  надмірна зацикленість на грошах, коли інтерес зводиться тільки до розміру заробітної плати;
-  погана успішність під час навчання в університеті, відсутність бажання до самоосвіти;
-  небажання розпочинати кар'єру з низів або наявність великих очікувань за дуже короткий термін.

-  схильність до постійного самовиправдання, пояснення невдач несприятливими зовнішніми факторами, спроба перекидання вини на інших;
-  недостатня зрілість кандидата і невміння орієнтуватися в бізнес –середовищі та в суспільстві, погані знання зі спеціальності;
-  зневажливі відгуки про попередніх роботодавців;
-  небажання дивитися в очі інтерв'юєрові;
-  кволе рукостискання, нерішучість;
-  невдале сімейне життя, непорозуміння з батьками, близькими;
-  відсутність цілеспрямованості у пошуку місця роботи;
-  бажання отримати роботу на короткий термін;
-  відсутність почуття гумору, чітко виражена несамотійність.
-  підкреслення того, з ким підтримуєте знайомство, хизування особистими зв'язками;
-  нетерпимість до чужих думок на фоні розвинутих упереджень, радикалізм у думках;
-  обмеженість інтересів;
-  невміння цінувати час, запізнення на інтерв'ю без поважних причин;
-  погане ведення власних фінансових справ;
-  неприйняття критики, нерозуміння цінності досвіду;
-  незнання хоча б мінімальної інформації про компанію;
-  невихованість;
-  нечіткі відповіді на запитання інтерв'юєра.

Часто буває так, що Ви ніби все робите правильно: резюме Ваше майже досконале, Вас запрошують на співбесіди, а результат відсутній. Це відбувається тому, що Ви не завжди можете виявити свої помилки, проаналізувати їх, оскільки вони приховані у Вашій поведінці. Ваш психологічний настрій стає грізним ворогом для Вас, формуючи певне коло комплексів, що проявляються у конкретних умовах, особливо стресових. Для того, щоб виявити, проаналізувати свої помилки і більше ніколи їх не повторювати, треба оволодіти мистецтвом самопрезентації.

Самопрезентація – це вміння ефектно й вигранно подавати себе в різних ситуаціях, індивідуальний стиль спілкування, неповторний образ, який не тільки подобається вам, але привабливий для навколишніх.

Кожен бажаючий може відточити мистецтво самопрезентації, освоїти інструментарій створення іміджу, техніки самоподачі.

Як підготуватися до самопрезентації? Що слід врахувати? І коли нам може знадобитися презентувати себе як «особистий» бренд або як хорошого спеціаліста. Перш за все – ця навичка може знадобитися при співбесіді, під час процедури відбору кандидата на вакансію













Від того, як ви розповісте про себе (презентуєте себе) буде залежати, як рівень вашої заробітної плати, так і сама можливість працювати в омріяній компанії.

До самопрезентації варто готуватися відповідально. Скажу лише одне – якщо ви не готуетесь до розповіді про себе, то ви не готуетесь до співбесіди. Цей простий і дуже дієвий спосіб допоможе вам красиво розповісти про себе, врахувати складні моменти, підготуватися до можливих запитань і, таким чином, уникнути безвихідних ситуацій.

Презентація себе – особливо важлива частина маркетингу. І неважливо, кому ви себе будете презентувати, головне, чим докладніше і цікавіше ви розповісте про себе і про те, чим ви займаєтеся, тим краще враження ви залишите. Чим краще враження ви залишите про себе, тим вищими є шанси, що вас запам'ятають і порекомендують. При цьому від вихваляння якісну

самопрезентацію відділяє тонка грань, і добре б її не перейти, адже рідко хто любить хвальків. Щоб стисло і цікаво розповісти про себе, необхідно підготуватися заздалегідь. Особливо це важливо для людей, які не мають досвіду презентацій – якщо у вас є заготовки, вам завжди буде від чого відштовхнутися.

П. Клаус наводить перелік підказок чи запитань, які допоможуть згадати і виділити найцікавіше і важливе:

-  Назвіть п'ять позитивних рис вашого характеру.
-  Десять найцікавіших речей, які ви зробили в житті, або які з вами трапилися.
-  Чим ви заробляєте на життя, і як ви до цього прийшли?
-  Що вам подобається, що ви любите у вашій роботі?
-  Як ваша робота, кар'єра допомагає проявлятися вашим талантам і умінням?
-  У межах яких проектів, над якими ви зараз працюєте, це найбільш очевидно?
-  Якими кар'єрними успіхами ви найбільше пишаєтеся?
-  Чого нового ви навчилися за останній рік?
-  Які перешкоди ви подолали, щоб досягти вашого сьогоdnішнього становища (включаючи роботу над собою і набуття професійних навичок)?
-  Яка у вас освіта, які додаткові курси або тренінги ви відвідували і що це вам дало?
-  У яких професійних організаціях, спільнотах ви перебуваєте і чим ви там займаєтеся?
-  Яким чином те, що ви робите, впливає на життя інших людей?

Далі вона пропонує скласти коротеньку історію про вас, ваше життя і вашу діяльність із зазначенням найцікавіших моментів. Практика показує, що корисно запам'ятовувати будь-які цікаві

історії, що мають відношення до того, що ви робите. Цю історію ви можете використовувати як основу в розмові з незнайомими людьми. Витративши деякий час на підготовку, ви можете бути впевнені, що не перехвалите себе, проте, не забудете інформацію, важливу для створення позитивного враження про вас. І вам не доведеться потім шкодувати, що ви вчасно не згадали про щось.

Невербальна презентація. Негласно дуже важливим у самопрезентації вважається мова тіла. Молоді шукачі навіть не здогадуються, як багато інформації про них можна почерпнути, виходячи з невербальних сигналів: міміки, жестів, рухів тіла. Те, як ви відчиняєте двері, тримаєте поставу, сідаєте на стілець професіонал помітить і зробить відповідні висновки. Практика показує, що роботодавці можуть пробачити без смаку підібраний гардероб, але якщо раптом їм здасться, що здобувач веде себе розв'язно, або, навпаки, занадто невпевнено – пощади не чекай! Досить пари репетицій перед дзеркалом, правильного дихання і внутрішнього спокою.

Грамотний співрозмовник за вашою позою завжди зуміє визначити, говорите ви правду чи лукавите, боїтеся або поводите себе нахабно, готові до дії чи вам все набридло. Тому при підготовці до інтерв'ю з роботодавцем психолог Е.Семпсон радить ознайомитися з переліком позитивних і негативних сигналів, що впливають на формування враження про вас.

Позитивні сигнали:

1. Сидіть (стійте) прямо, трохи нахилившись уперед, з виразом справжнього інтересу на обличчі;
2. Під час розмови спокійно та впевнено дивіться на співрозмовника;
3. Фіксуйте на папері ключові моменти бесіди;
4. Слухайте співрозмовника у «відкритій позі»: руки на столі, долоні витягнуті вперед;
5. Використовуйте «відкриті жести»: руки відкриті або підняті вгору, немов ви розтлумачує якусь думку своїм колегам;
6. Посміхайтесь і жартуйте, щоб знизити напругу.

Позитивні сигнали:

1. Ви соваєтеся на стільці;
2. Дивитеся не на співрозмовника, а на стелю або вивіски за вікном;
3. Креслите безглузді лінії;
4. Відвертаєтеся від співрозмовника і уникаєте зустрічного погляду;
5. Схрещуєте руки на грудях і закидаєте ногу на ногу (захисна поза);
6. Використовуєте закриті, загрозливі жести, наприклад, махаєте вказівним пальцем, щоб відстояти свою думку;
7. Сидите з байдужим виглядом, бурчите або скептично посміхаєтеся.
8. Нахилений уперед корпус і запобіглива посмішка однозначно будуть сприйняті як ознаки підлабузництва.
9. Якщо людина говорить неправду, його очі бігають, він несвідомо торкається обличчя руками.

Окремі деталі в зовнішньому вигляді можуть значно впливати на формування першого враження. Тому, не забудьте про такі деталі, як одяг, аксесуари, зачіска.

В одязі слід звертати особливу увагу на силует. «Високостатусним» вважається той силует, що наближений до витягнутого прямокутника з підкресленими кутами, а «низькостатусним» – силует, що наближається до кулі. У ситуаціях неформального спілкування існує зворотна тенденція. Ще одним чинником в одязі, який є ознакою статусу, є її колір. Значення кольорів різняться у різних культурах. У європейських країнах існує негласне правило: вважають, що чим яскравіший і насиченіший «колор», тим нижчий статус. Третім чинником у формуванні «статусного» враження вважається ціна одягу. Багато кандидатів вважають, що дорогий і стильний одяг додасть їм на співбесіді значимості і додаткової ваги. Це не зовсім так. Незалежно від того, у що ви одягнуті, досвідченому інтерв'юєру, зазвичай, потрібно менше десяти питань, щоб визначити ваш реальний соціальний статус, приблизний рівень доходів, освіту. Тому значення має не вартість вашого одягу, а її відповідність прийнятим в організації і суспільстві стандартам.

Набагато більшу увагу слід приділити взуттю. Всупереч поширеним стереотипам, саме по взуттю інтерв'юери роблять висновки і припущення щодо кандидата. Мораль проста: збираючись куди-небудь, потрібно дуже точно оцінити ту обстановку, яка вас чекає, і передбачити враження, яке ви можете справити. Якщо матеріальне становище не дозволяє вам виглядати так, як хотілося б, не засмучуйтеся. Зробіть основну ставку на скромність і охайність. Це вітається абсолютною більшістю роботодавців. Охайність в одязі у них дуже часто асоціюється з акуратністю у справах. І ще. Постарайтеся максимально відповідати корпоративному стилю, який прийнятий в даній організації, – ви повинні виглядати «своїм» для майбутніх колег.

Темп і манера мови, гучність голосу, інтонація і чіткість вимови – це те, на підставі чого про вас складеться думка в перші хвилини розмови. Темпоритм мови має бути спокійним, без зайвої експресії. Якщо хочете перевірити, як ви вмієте вербально подавати себе, запишіть власну мову на магнітофон, а потім прослухайте запис. При необхідності відкоригуйте свою промову в бік більшої рішучості та визначеності. Головне – будьте щирі. Коли народжується чітка картина самопрезентації, з'являються легкість і впевненість, усвідомлення власної сили.



Як уникнути шахрайства з боку роботодавців

Ми можемо витратити багато часу, зусиль і коштів на пошук роботи або іншого джерела заробітків, а лише потім зрозуміти, що всі наші дії були запрограмовані чужим сценарієм. І всі наші сподівання марні. І ніхто й не збирається компенсувати наші моральні та матеріальні збитки. І винних взагалі нема. Способів шахрайства у сфері працевлаштування сотні й сотні.

Отже, найтипівішими способами «розводу» на ринку праці є такі:



Різні піраміди. Вас заманили на співбесіду. Там Ви купили якийсь рекламний буклет, здали на щось гроші, придбали чудодійний порошок і т. д. і т. п., у кінцевому результаті Ви приводитимете сюди таких самих ошуканих, як самі і матимете з цього жалюгідний відсоток з прибутку.



Вам телефонують із кадрового агентства. Терміново треба прийти туди, є вакансія. Саме для Вас. Ви мчите, заповнюєте договір, платите 50 грн., приходите за адресою. Там таких, як Ви – три десятки. Довга справа – співбесіда, хоча й формальна. З нічим усі повертаються назад до агентства. Там усім, хто не «пройшов» на посаду, повертають гроші, правда, не вся сума. Частина – це витрати за роботу агенції.



Вас уже ніби взяли на роботу, але на три вакансії є четверо рівноцінних претендентів, і треба ще когось відсіяти. Але шанси у вас порівняно високі. Вас хочуть побачити в роботі. Вам призначають день, а то й два-три, коли Ви попрацюєте на умовах випробувального терміну. Ви всі, а Вас було не четверо, а тридцять четверо, відпрацювали по два-три дні, а потім Вам сказали: «Даруйте, Ви нам не підійшли». А знаєте, чому? Тому що

роботу за ці дні Ви вже виконали. Більше не треба. І виконали ви її безоплатно. Особливо слід стерегтися таких пропозицій вантажникам, будівельникам, друкарям, перекладачам.



Випробувальний термін. Бігає бідолашний торговий представник по магазинах, шукає страховий агент клієнтів, показує до вечора ріелтор квартири, а на роботу нікого з них не взяли. З одного боку, не виконав норму. З іншого – заздалегідь відомо, що таку норму неможливо виконати. Так і заплановано! А фірма завжди у виграші.



Працівника беруть на роботу, але на мізерну зарплату. Аргументи щодо цього: звітність, перевірки, але через місяць зарплату офіційно підвищать у кілька разів. Місяць мине, вже два, але от ще одна перевірка, вже остання – з центрального офісу... І триває вона чомусь уже другий місяць... І не спаде Вам на думку: «Може регіональний офіс приховувати щось від центрального? Невже тут щось нечисто?». А перевірки просто нема. Але Вам набридло і Ви звільняєтесь. А Вам раптом кажуть: «Ой, а все вже минуло, ми хотіли Вам завтра запропонувати переукласти договір, Ваша зарплата збільшується у вісім разів. Ось уже й наказ директор підписав. Жаль, що Ви звільняєтесь».



Уважно читайте оголошення. За справжньою вакансією стоять вимоги. Втікайте від вакансій на зразок: «Потрібен менеджер по туризму, освіта і вік значення не мають, зарплата 1000 доларів, гнучкий графік, 8-333-XXX-II-OO, запитати Вікторію Іванівну». Це – обман!



Прошу чергу не займати. І так на всіх не вистачить. Фразу добре знає значна частина наших громадян. Для того, щоб диктувати умови, щоб Ви опинились у ролі прохача, роботодавець заздалегідь награв ситуацію штучного конкурсу.



При масових заходах: планують здійснювати їх у приміщенні меншому, ніж насправді потрібно. Потім в авральному порядку доставляються стільці. Ага, бачите, скільки Вас прийшло, на всіх місця не вистачає. Знайте: у солідних фірмах такого не станеться. Там усе буде продумано, бо від знайомства багато чого залежить.

Отже, якщо зіткнетеся з чимось подібним – можете спокійнісінько йти геть.



Навчіться витримувати психічні атаки під час співбесіди. Ваш мозок може стати об'єктом атаки. Вас завантажать інформацією, такою її кількістю, що Ви перестанете адекватно сприймати світ. Вас можуть запрограмувати, зомбувати і робити з Вами майже що завгодно. І все це під спокійну музику, а психоз буває і масовим. Технології для цього розроблені й менеджери з персоналу зачасто вміють ними користатися.



Задумайтесь! Остерігайтесь! Тікайте! Бо Ваш потенційний роботодавець із першої зустрічі проявляє таку надмірну фамільярність, що це викликає недовіру. У солідній фірмі Вам усе розкажуть, і розкажуть на належному етичному рівні, приховувати нічого не будуть. І не будуть пускати пил в очі. І не буде там нічого приблизного. Вам скажуть, скільки платитимуть, на яких умовах, за яких обставин. Тож розпитуйте, читайте, що підписуєте. Будьте уважними!



Не соромтеся видатися нетямущим або занудою. На фірмі, де все налагоджено і все відверто, Ваші питання сприйматимуть нормально, як само собою зрозуміле, оскільки тут нічого не приховують і не раз уже пояснювалось іншим кандидатам. Ваша наполегливість може піти Вам на користь, оскільки свідчитиме про наявність такої особистісної риси у Вас, як у фахівця. За обов'язками, передбаченими посадою, на яку ви претендуєте, треба буде когось «доймати». У хорошому розумінні цього слова, проявляючи напористість, наполегливість, уміння випитувати в клієнта, шукати інформацію, аналізувати її тощо. Показуйте свою активність. Роботодавці не люблять безініціативних. І ставте стресові питання, особливо в умовах масових заходів. Уточнюйте, уточнюйте ще і ще раз ... Не бійтеся видатися нетямущим перед іншими, не лякайтеся чиїхось осудливих поглядів.



Ура, Вас взяли на роботу! Не поспішайте радіти, а тихенько плакати можна. Минув місяць, ревізія. У Вас – недостача. Як Ви так могли! Одним словом, у борги влізли. Самі не розумієте як. Значить, Ви йдете від нас

геть без зарплати... Розходимося полюбовно. Отже, обережно з матеріальною відповідальністю!




Читайте спеціалізовані видання і сайти, розпитуйте про роботу в знайомих. Розсилайте резюме, чекайте. Аналізуйте. Особливо добре аналізуйте те, що написано «на паркані». Солідні фірми інформацію тут про себе не залишають. І їхні менеджери на парканах не пишуть. Тож коли Ви натрапили на оголошення про вакансії, наклеєне на стовп, то навряд чи за ними є щось, варте уваги.

У певної частини молодих людей з інвалідністю виявляється недостатній рівень мотивації до праці – і саме це є однією з головних перешкод для забезпечення їхньої трудової зайнятості. Причому в даному випадку більш коректно говорити не про низьку, а саме про недостатньо високу мотивацію, адже цим людям, порівняно з іншими, необхідно подолати більше перешкод, прикласти більше зусиль для того, щоб працевлаштуватися й працювати. Отже, і мотивація до праці в них має бути вищою, ніж у інших. Таким чином, підвищення рівня мотивації до праці є одним із головних завдань у системі заходів, спрямованих на забезпечення трудової зайнятості молоді з інвалідністю.

Це є особливо важливим, якщо клієнт не має достатньої мотивації до праці, про що може свідчити таке:

- клієнт тривалий період не працював;
- клієнт має нереалістичні, неадекватні очікування щодо майбутньої роботи (професії, зарплати, місця роботи, посади і т. ін.);
- клієнт скептично ставиться до можливостей й змісту послуг центру зайнятості, нарікає на цілковиту відсутність достойних вакансій тощо;
- клієнт вважає, що державні структури взагалі не в змозі допомогти йому знайти роботу;
- клієнт прямо заявляє, що не бажає працювати.

Нижче наведений орієнтовний перелік взаємопов'язаних мотивів (сми́слів) трудової зайнятості, що їх може визначити для себе важливими молода людина з інвалідністю:

-  Робота приносить заробіток, а він дає людині можливість витратити значно більше коштів, ніж дозволяє допомога по інвалідності.
-  Робота надає людині можливості спілкування з клієнтами та колегами по роботі, відчувати свою належність до трудового колективу.
-  При правильному виборі професії та місця роботи людина може самореалізовуватися, отримувати задоволення від праці, творчості при виготовленні якогось матеріального чи інтелектуального продукту.
-  Робота, втілена в результатах праці, дає особі відчуття своєї корисності іншим людям.
-  Наявність роботи сама по собі змінює соціальний статус людини з інвалідністю – перетворює її з державного утриманця на людину, яка сама забезпечує свої матеріальні потреби; робота дає підстави для соціального визнання, самоповаги.
-  Чимало місць роботи дають змогу для кар'єрного зростання. Це стосується не лише «офісних», але й робітничих професій (де, зокрема, є перспектива отримати більш високі розряди). Кар'єрне зростання, у свою чергу, створює додаткові умови для самореалізації, а отже – для соціального визнання, підвищення соціального статусу. Для деяких людей може бути важливою перспектива зайняти керівну посаду.
-  Наявність постійного заробітку розширює можливість встановлення близьких стосунків, створення сім'ї. Крім того, працюючі батьки є гарним прикладом для дітей.
-  Порівно з пенсією, трудовий заробіток дає значно більше можливостей для дозвілля, відпочинку, реалізації власних життєвих проєктів (будівництво житла, купівля автомобіля, початок власної справи тощо).
-  Наявність роботи дисциплінує, упорядковує життя людини.



Трудова зайнятість робить життя змістовним, наповненим, урізноманітнює його.

Орієнтація на самозайнятість молодих людей з інвалідністю складається з таких компонентів:

1

розкриття переваг самозайнятості, а також перешкод, що виникають на цьому шляху;

2

надання загальної інформації щодо започаткування власної справи;

3

надання клієнту практичних порад щодо адаптації робочого простору під його особливі потреби для ефективного здійснення підприємницької діяльності.

Мотивація займає важливе місце в системі орієнтації на самозайнятість. Цей напрямок роботи потребує деякого часу, проте може дати значний ефект. Адже саме самозайнятість дозволяє подолати низку перешкод, які є істотними у процесі пошуку для людини з інвалідністю варіантів праці за наймом:

- відсутність вільних робочих місць;
- небажання роботодавців приймати на роботу молодих людей без досвіду роботи;
- непрестижність роботи за наявними вакансіями тощо.

Проте самозайнятість не є звичайною формою трудової зайнятості, тому на заваді самозайнятості конкретного клієнта часто стають його побоювання, труднощі з визначенням напряму діяльності тощо. Отже, ефективна мотиваційна робота означає не лише надання загальної інформації про самозайнятість, але й розгляд практичних варіантів такої зайнятості.

Ця робота може складатися з таких етапів.

1

Ознайомлення з особливостями самозайнятості. Клієнту розкривається зміст малого підприємництва на основі індивідуальної трудової діяльності та його переваги, порівняно з іншими формами зайнятості, особливо для молододі людини з інвалідністю.

2

Подолання психологічних бар'єрів. Клієнту пропонується пригадати та записати всі епізоди самостійної трудової діяльності, яка здійснювалася ним самостійно, за його ініціативою й на власний ризик (підприємництво, виконання сторонніх замовлень, комерційна діяльність тощо), якщо такі були.

Також пропонується пригадати та записати імена декількох родичів, знайомих, друзів (як з інвалідністю, так і без інвалідності), які займаються підприємницькою діяльністю, та обговорити її успішність.

3

Визначення напряму діяльності. З клієнтом обговорюється можливість організації ним власної справи за його професією або професією, яку він збирається здобувати. Іноді клієнт не бачить можливості або не має бажання займатися самозайнятістю за своєю основною професією. У такому разі можна розглянути перспективи організації ним власної справи на основі побутових або загальних умінь (наприклад, навичок столярства, роботи з комп'ютером, ремонтування, рукоділля і т.ін.). У цьому випадку йому пропонується виконати таку вправу:

- записати на аркуші свої трудові вміння та навички: «Я умію/можу:» Бажано, щоб клієнт пригадав якомога більше вмінь/занять, – як тих, що пов'язані з його існуючою або майбутньої професією, так і супутніх навичок, побутових вмінь;
- оцінити ці вміння за шкалою: вмію виконувати (+); вмію виконувати добре (++); професіонал (3); експерт (33) ;

- оцінити вміння за рівнем: не подобається (-);
можу робити (+); подобається (3); дуже
подобається (33);
- оцінити, наскільки цей вид діяльності (який
припускає можливість самозайнятості у вигляді
малого підприємництва) потрібен у даній -
місцевості, за шкалою: не потрібний (-),
потрібний (+), дуже потрібний (3).

Почати виконання цього завдання потрібно із спеціалістом, продовжувати його виконувати клієнт може самостійно. Бажаний час виконання – не менше 30-40 хвилин. Як правило, клієнт, за умови докладання певних інтелектуальних зусиль, може пригадати декілька навичок, якими володіє, окрім основної професії (наприклад, комп'ютерні спеціальності або ті, що пов'язані із його хобі, побутові навички, найпростіші професії тощо).

4

Висновки. Клієнт та спеціаліст обговорюють результати попередніх етапів та можливість організації клієнтом власної справи. У деяких випадках у клієнта може з'явитися усвідомлення необхідності отримання нової професії чи підвищення кваліфікації. Наприклад, молода людина, яка добре знається на комп'ютерній техніці, може побажати опанувати професію веб-дизайнера чи програміста із подальшою самозайнятістю за цією професією. У цьому випадку сформоване бажання до самозайнятості необхідно доповнити профорієнтаційною консультацією, що дасть клієнту змогу краще зрозуміти свої здібності.

5

«Домашнє завдання». На завершення співбесіди спеціаліст пропонує клієнту продовжувати обмірковувати можливість самозайнятості та її напрями. Клієнту пропонується також обговорити з його знайомими підприємцями їхній досвід ведення бізнесу. Наступна співбесіда з цього питання призначається не раніше, як за тиждень.



Остаточне рішення. Під час наступної співбесіди спеціаліст з'ясовує у клієнта, чи прийняв він рішення. У разі позитивної відповіді – пропонує йому взяти участь у програмах центру зайнятості та партнерських структур, насамперед у семінарах, спрямованих на залучення громадян до самозайнятості та підприємництва.

Після участі в орієнтаційних семінарах та навчання клієнт з інвалідністю може на загальних засадах захистити бізнес-план та, якщо він має право, отримати допомогу по безробіттю для заняття підприємницькою діяльністю, або розпочати справу за власний кошт. Також можлива участь клієнта у програмах із сприяння самозайнятості громадських організацій, благодійних фондів. Такі програми діють у більшості регіонів України. Проте, оскільки вони маловідомі молодим людям з інвалідністю, центри зайнятості мають самі збирати відповідну інформацію та надавати її клієнтам.

Орієнтація на мале підприємництво і самозайнятість





У професійній орієнтації людей з інвалідністю спрямуванню на самозайнятість має приділятися значно більше уваги, ніж при звичайному професійному консультуванні. У багатьох випадках самозайнятість є найбільш доцільним, чи навіть єдиним можливим способом забезпечення достойної трудової зайнятості людини з інвалідністю. Це особливо стосується місцевостей із надлишковою робочою силою – тут людині з інвалідністю може бути доцільніше створити собі нове робоче місце замість того, щоб конкурувати за існуюче. Самозайнятість доцільна й у місцевостях із погано розвиненою транспортною інфраструктурою, де можливість щоденних пересувань людини з інвалідністю до місця працевлаштування є утрудненою. Самозайнятість дає можливість самостійно встановлювати графік і темп роботи, робочі навантаження, що може бути



особливо актуальним для людей із істотною інвалідизацією. Крім цього, для молодих людей самозайнятість часто є більш приваблива, ніж наймана праця.

Під час профорієнтаційних заходів слід враховувати, що підприємництво та самозайнятість не є професіями; це – форми організації зайнятості, які дозволяють працювати за багатьма професіями. Тому орієнтація на підприємництво й самозайнятість доповнює орієнтацію на професію, а не замінює її.

Для реалізації самозайнятості створюється бізнес план. За своєю суттю **бізнес-план** - це докладне роз'яснення та приведення в порядок всіх наявних напрацювань у галузі створення своєї справи або відкриття якогось нового напрямку у вже існуючому бізнесі.



Для чого потрібен бізнес-план?

Бізнес-план – це документ, що описує всі аспекти діяльності вашого майбутнього підприємства, докладно аналізує всі проблеми, з якими ви можете зіткнутися в умовах ринкового середовища, і вказує на шляхи подолання цих проблем. Тому правильно складений бізнес-план має аргументовано відповісти на питання: чи варто вкладати кошти в задуману справу й чи принесе вона прибуток, який виправдає докладені зусилля та витрачені кошти.

Найкраще – сформулювати відповідь на це питання саме на папері, дотримуючись певних вимог і зробивши спеціальні розрахунки: такий документ допоможе вам виявити майбутні проблеми, усвідомити їх складність і передбачити, де «підстелити соломки».

Дуже важливо, щоб ви особисто брали участь у розробці бізнес-плану від початку до кінця. Чимало закордонних банків та інвестиційних фірм нерідко просто відмовляються розглядати заяви на виділення коштів, якщо стає відомо, що бізнес-план підготував сторонній (запрошений) консультант, а керівник компанії лише підписав готовий документ. Передбачливий, обережний керівник, плануючи діяльність своєї фірми особисто, моделює майбутню діяльність, перевіряючи на міцність і свою ідею.

Бізнес-план складають у двох формах:



Для зовнішнього використання – щоб показати свою справу в якомога вигіднішому світлі іншим людям (наприклад, інвесторам);



Для внутрішнього використання. Тут справу розглядають із усіма її «плюсами» і «мінусами». Саме цей план мусить стати вашим інструментом управління.

Найдоцільніше (та й найзручніше) спершу написати бізнес-план для внутрішнього використання. Тут ви розглянете ті питання, які, можливо, ніколи не будуть згадані в «зовнішньому» плані. Однак інвестори обов'язково поставлять вам ці питання,

щоб перевірити серйозність ваших розробок. І тоді ви, будучи готовими дати компетентну відповідь, постанете в надзвичайно вигідному світлі.

На самому початку варто замислитися, чи справді потрібен інвестор: може, краще зосередити зусилля на підвищенні продуктивності? Спробуйте в такому разі оцінити, як ви сприймаєте залучення інвестора – як стратегічне рішення чи як прихід Святого Миколая з мішком подарунків? Інакше можна опинитися в скрутній ситуації: ви, зі свого боку, раптом зрозумієте, що могли б «стати на ноги» самостійно, не віддаючи 30% «чужому дядькові», а той, своєю чергою, не зможе зрозуміти, чому ви розчарувалися в його добрих намірах. Тому, працюючи над «внутрішнім» бізнес-планом, проаналізуйте всі можливі варіанти. Якщо залучення інвестора виявиться виправданим, то обидві сторони – ви й інвестор – матимуть тверді підстави для підписання угоди. Отже, спершу складаючи «внутрішньо» орієнтований бізнес-план, ви враховуєте інтереси всіх зацікавлених сторін. Найбільша помилка в бізнесі – обманювати самого себе. Якщо підприємець-новачок пише бізнес-план винятково для зовнішнього використання, то підсвідомо прикрашає реальність. Віра в самопропаганду – руйнівна сила.

Отже, ваш бізнес-план мусить вам допомогти виконати такі завдання:

- 1** Вивчити насиченість та перспективність майбутнього ринку збуту.
- 2** Оцінити майбутні витрати на виробництво продукції і зіставити їх з цінами продажу (так ви визначите рівень прибутковості справи).
- 3** Виявити підводні «айсберги», що чатуть на вас і вашу справу (особливо на етапі становлення).
- 4** Визначити головні показники, за якими ви будете надалі контролювати стан справ.

Діловий Захід зазвичай планує діяльність фірми відразу на три роки наперед. При цьому для першого року визначають основні показники на кожний місяць, для другого року – на кожний квартал, а для третього – лише річні показники. В Україні, на жаль, економічна ситуація швидко змінюється, тому чимало новостворених фірм обмежують свій бізнес-план річним терміном.



З чого складається бізнес-план?

Загалом кажучи, немає єдиного «стандартного» плану, який влаштував би всіх. А проте цей документ потрібно складати за певними загальними правилами. Почнімо з першої особливості: бізнес-план мусить бути лаконічним(обсягом – максимально 10-20 сторінок). Зміст бізнес-плану – це лише докладна схема вашої майбутньої підприємницької діяльності.

1

Резюме:



Мета вашого бізнесу;



Потреба у фінансах, їх призначення, вказівка на те, куди і як ви їх вкладете;



Хто стане вашим основним клієнтом;



Що зробить ваш бізнес несхожим на бізнес ваших конкурентів («ноу-хау»)



Приклади-витяги з головних фінансових пропозицій.

2

Мета і завдання:



Суть ідеї (короткий аналіз);



Основні напрямки, у яких ви будете рухатись;



Характеристика галузі.

3

Продукт (послуга):



Ознайомчий опис;



Специфіка вашого продукту чи послуги (чим цей продукт чи послуга відрізняється від інших);



Опис технології та підтвердження потрібної кваліфікації;



Наявність ліцензії (патентних прав);



Майбутній потенціал продукту чи послуги (чи має цей продукт чи послуга перспективу).

4

Аналіз ринку:



Покупець;



Конкурент (з його сильними й слабкими сторонами);



Сегмент ринку, в якому ви будете працювати;



Перспективи ринку;



Склад вашої потенційної клієнтури;



Вплив конкуренції та ваші зусилля, спрямовані на «втримання» клієнта.

5

План маркетингу:



Забезпечення конкурентоспроможності продукту (послуги): порівняно з продуктами-конкурентами;



Механізм ціноутворення;

Методи стимулювання продажу.

6

План виробництва:



Розташування приміщень;



Обладнання;



Джерела постачання основних матеріалів та обладнання, гарантії їх стабільності;



Схема розповсюдження продукту (послуги);



Використання субпідрядних організацій.

7

Управлінський персонал:



Коротка характеристика основного складу;



Принципи стимулювання зусиль персоналу;



Планування потрібної кількості та складу персоналу.

8

Обсяг та джерела потрібних коштів, а також терміни їх повернення.

9

Основні характеристики фінансового плану:



Собівартість, обсяг продажу, прибутки й т. ін.;



Ризики та способи їх уникнення.

10

Детальний фінансовий план:



Прогнозування обсягу продажу в часі;



Оцінка прибутків та можливих збитків;



Аналіз руху (обміну) коштів;



Зведена таблиця річного балансу.



Як оформити бізнес-план?

Оскільки бізнес-план містить конфіденційну інформацію про ваш бізнес, радимо ретельно контролювати його поширення. Варто пронумерувати в непомітному місці всі примірники й надалі вести їх облік у спеціальному журналі.

Можна також скласти коротенький оглядовий варіант бізнес-плану – на зразок дайджесту. Під час першого знайомства з потенційним інвестором досить показати йому саме цей дайджест, а якщо ваш партнер виявить зацікавленість, то вже тоді доречно представити йому детальний, повний документ.

Перед тим, як подати бізнес-план на розгляд потенційному інвесторові, належить ознайомити з цим документом членів вашої команди, насамперед, головного бухгалтера та економіста: вони мають підтвердити правильність усіх фінансових викладок. Ви ж не хотіли б опинитися в такій малоприємній ситуації: у ваших розрахунках та викладках виявлено помилки, на які вам вказує ваш потенційний інвестор після розгляду бізнес-плану.

Не будьте ідеалістом: пошук джерел фінансування забере у вас набагато більше часу та зусиль, ніж ви передбачаєте. Складіть план ділових зустрічей з потенційними інвесторами, зазначте тут, на які рішення ви сподіваєтеся і коли. Складіть список запасних варіантів – на той випадок, якщо ваших пропозицій не приймуть. До речі, кожне таке «фіаско» має стати поштовхом до позитивних висновків. Якщо «невдалий» партнер звертає вашу увагу на певний прорахунок, одразу ж внесіть відповідні зміни у всі розділи бізнес-плану: процес вдосконалення не має меж!

Пам'ятайте: будь-який інвестор чи кредитор за головну мету висуває отримання прибутку. Тому така особа хоче впевнитися, що потенційний прибуток вартий того ризику, на які вона йде, даючи вам в позику. Добре підготовлений бізнес-план допоможе вам переконати вашого майбутнього партнера у привабливості вашого майбутнього бізнесу.

Дуже важливо також переконати інвестора у ваших здібностях та здатності послідовно провадити нову справу. Для цього

майбутнього партнера можна познайомити із звітними матеріалами та документами, що свідчать про ваш попередній досвід. А, скажімо, компетентність у технічних питаннях, підкріплена офіційними патентами, стане гарантією захищеності вашого проекту від зазіхань конкурентів.

Але вирішальний фактор в очах інвестора – сукупність талантів та здібностей керівного складу вашої фірми, які, власне, і можна продемонструвати в бізнес-плані. Презентація саме цього документа має стати головним аргументом вашої компетентності та впевненості в успіху. А тепер детальні пояснення щодо змісту кожного розділу бізнес-плану.

РЕЗЮМЕ

Ваш бізнес-план має починатися з висновків (1 –2 сторінки), хоч писати їх ви будете в останню чергу. Висновки – це самостійний документ, майже рекламного характеру, з основними концепціями бізнес-плану. Пам'ятайте: саме цю частину читатимуть більшість потенційних інвесторів. А цікавитимуть можливих партнерів такі пункти: сума кредиту, напрямки вкладання позичених коштів, передбачені терміни погашення кредиту, інші інвестори проекту, величина ваших власних коштів.

МЕТА І ЗАВДАННЯ

Тут треба проаналізувати вашу ідею. Рекомендуємо застосувати Ситуаційні **SWOT-аналіз**. Наведено абревіатуру розшифровують так:

Strength – сила.

Weatness – слабкість.






Oportunities – можливості.

Troubles – небезпеки.

Сильні (S) і слабкі (W) сторони – це ті складові частини діяльності вашого підприємства, які контролюєте ви, а саме:



Організаційно-правова форма (наявність власних чи орендованих приміщень);

-  Маркетингові аспекти (місце розташування, ринок, його сегмент);
-  Риси, якими ваш продукт відрізнятиметься від конкурентного;
-  Виробничі фонди, їх стан та ресурси;
-  Наявність власних фінансів;
-  Кадровий аспект.

Приклад





Сильні сторони:

- Дешева сировина;
- Високий професіоналізм персоналу;
- Дешевизна продукту;
- Новизна товару;
- Практичне та гарне упакування.

Слабкі сторони:

- Відсутність сховища для сировини;
- Слабка реклама ;
- Відсутність гаража для автотранспорту.

Можливості (О) та небезпеки (Т) - це ті чинники, що перебувають поза вашим контролем і можуть вплинути на процес розвитку справи. Тут варто зважити на такі обставини:

-  Економічне середовище (державна підтримка малого бізнесу, податкове законодавство тощо);
-  Політичне середовище ;
-  Соціально-культурне середовище;
-  Технологічне середовище;



Приклад

Можливості:

- Підвищення професійного рівня персоналу;
- Вдосконалення продукту;
- Переходу на іншу сировину;
- Отримання кращих перспектив внаслідок поступового покращення податкової політики.

Небезпеки:

- Зміни в митному законодавстві можуть ускладнити взаєморозрахунки з іноземним постачальником сировини;
- Непередбачуваність дій сучасного парламенту може призвести до повної чи часткової націоналізації підприємства.

ОБГРУНТУВАННЯ МЕТИ

Цей процес складається з двох етапів. На першому етапі ви маєте визначити, яку справу ви хочете провадити і наскільки ця справа реальна. На другому етапі вам треба визначити шляхи досягнення мети, тобто виробити стратегію і скласти найближчі (оперативні) плани.

Важливо не просто описати, що ви збираєтеся робити, а продемонструвати власні можливості для прояву творчості та досягнення переваги конкуренції.

Стратегія – це сукупність відповідей на питання «як це зробити?», серія простих завдань, розв'язаних простими та дотепними методами.

Приклад

Замість «Створюємо мережу приватних міні-дитсадків» можна написати: «Започатковуємо програму підтримки молодих родин». Відчуваєте різницю? Ваш діапазон помітно розширюється, на ринку ви вже займаєте свою неповторну нішу.

Формулюючи мету бізнесу треба вказати не тільки те, «чого» ви хочете досягнути, а й те, «чого можна» досягнути.

ПРОДУКТ (ПОСЛУГА)

Належить чітко описати всі передбачені види продукту (послуги) і вказати застосовані у виробництві технології. Викладіть це простою мовою, зрозумілою для нефахівця. Дуже важливо підкреслити унікальність, особливо привабливість продуктів чи послуг. Вкажіть також можливості вдосконалення вашого товару.

Пам'ятайте: інвестори зазвичай з недовірою ставляться до компаній, що спеціалізуються лише на одному виді продукту, особливо, якщо не зазначено можливостей його вдосконалення.

АНАЛІЗ РИНКУ. ПЛАН МАРКЕТИНГУ ТА ВИРОБНИЦТВА

Аналіз ринку та маркетинг – найважливіші фактори в кожному бізнесі. Товари і його технології можуть бути унікальними. Але якщо ви не матимете свого покупця, то відразу програєте. Тому цей розділ бізнес-плану буде для вас найважчим.

Вам треба переконати інвестора (і самого себе!) в тому, що ринок збуту існує, що ви в ньому добре орієнтуєтесь і **що ваш товар чи послугу купуватимуть.**

Типовий процес дослідження ринку має 4 етапи:



Визначення типу потрібних вам даних (інформації);



Пошук цих даних;



Аналіз цих даних;



Вибір та реалізація заходів, що забезпечуватимуть розвиток продажу вашого продукту.

Насамперед, вам належить з'ясувати для себе такі питання: кому потрібен ваш товар? де ваша ніша на ринку? за скільки, чому

і в якій кількості купуватимуть його завтра, післязавтра та впродовж найближчих двох років? Ці показники залежатимуть від багатьох економічних факторів, зокрема, від рівня прибутків ваших потенційних покупців, структури їхніх видатків, темпів інфляції, наявності придбаного раніше аналогічного продукту тощо. Не останню роль відіграватимуть інші чинники: соціальні, культурні, демографічні й навіть кліматичні!

Потім ви маєте оцінити потенційну суму продажу, тобто визначити, на яку **максимальну суму реалізації** ви можете сподіватися.

Після такого маркетингового дослідження ви приблизно знатимете, на яку **кількість клієнтів** можна реально розраховувати щомісяця.

Наступний ваш крок – оцінка ринкової ситуації: чи зможете ви реально продавати потрібну кількість товару (послуги) за конкретних умов вашої діяльності, витрачаючи певні суми на рекламу, втримуючи певний рівень цін? Як ці показники змінюватимуться щомісяця?

Для малого бізнесу досить обмежуватися експертними «припущеннями». Натомість для серйозної справи, яку ви задумали розвивати динамічно й на довгу перспективу, власного досвіду може не вистачити. Тож доведеться звернутися по консультаційно-експертну допомогу до фахівців.

Зрозуміло, що в процесі маркетингового дослідження ви зберете **інформацію про конкурентів**, їхній товар, ціни та умови продажу. Такі дані теж варто подати в бізнес-плані: інвестор завжди належною мірою оцінить вашу обізнаність і продуманість проекту загалом.

Ви маєте відповісти самому собі на питання:



Хто є найбільшим виробником аналогічного продукту?



Яке значення він надає рекламі?



Як можна охарактеризувати «їхній» продукт?



Яким є рівень «їхніх» цін та цінова політика?

Намагайтеся оцінити конкурента надзвичайно реально. Але не бійтеся: краще знайдіть у його бізнесі «прогалини», які дадуть вам реальний шанс домогтися успіху в конкурентній боротьбі.

ПЕРСОНАЛ

Інвестиції роблять у конкретних людей, а не в бізнес-план. Ви маєте чітко пояснити, як саме організовано керівну групу, кому і яку роль відведено.

Інколи підприємець заявляє, що «все буде робити сам». Спробуйте спочатку з'ясувати для себе: що саме ви будете робити самі? скільки часу і зусиль ви потребуватимете для цього? Чи переконаєте інших у своїй здатності впоратися з таким об'ємом роботи? У цьому розділі треба також охарактеризувати своїх партнерів, їхні досягнення, можливості та надійність. Напишіть, як ви збираєтеся зацікавити менеджерів у розвитку вашого бізнесу, наприклад, якими будуть оклади, частка в прибутках тощо.

ДЖЕРЕЛА ТА ОБСЯГ НЕОБХІДНИХ КОШТІВ

У цій частині бізнес-плану потрібно викласти свою думку стосовно таких питань:



Скільки вам треба коштів?



Звідки ви збираєтеся їх отримати, у якій формі і впродовж якого терміну?



Коли і як ви будете їх повертати?

Друге питання – предмет особливої розмови. Тут належить вказати, яку частину вам треба отримати у вигляді кредиту, а яку залучити у вигляді пайового капіталу. Річ у тому, що банкіри завжди намагаються зменшити свій ризик, бо вважають, що ризикувати мусять, насамперед, власники підприємництва та акціонери. Тому кредитне фінансування доцільніше планувати для проєктів, пов'язаних з розширенням чинних підприємств, де є матеріальне забезпечення кредитів. Натомість для проєктів

створення нових підприємств краще використати варіант паєвого чи акціонерного капіталу. Кредитна угода передбачає жорстку схему повернення боргу та сплати відсотків у точно встановлений термін. В Україні цей термін становить близько року. Нові підприємства, укладаючи кредитну угоду йдуть на величезний ризик, бо навіть найперспективніші з них за непередбачуваних об'єктивних обставин не застраховані від банкрутства. З іншого боку, підприємства, створені на кошти акціонерів, можуть функціонувати спокійно: акціонери не матимуть претензій, якщо переконаються, що в скрутних ситуаціях їхніх грошей «не проїдають»: ці кошти наполегливо інвестують в подальший розвиток.

Інколи підприємці не хочуть одержувати від інвесторів багато коштів, щоб не втратити контрольний пакет акцій. Що ж, психологія «собаки на сіні» лише зрідка сприяє успіхові. Що з того, що ви будете єдиним власником підприємства, яке існує лише на папері? Чи не краще залучити заможних інвесторів, щоб втілити свої проекти в життя?

Ваше головне завдання – визначити справедливую ціну за частину бізнесу, яку ви хочете відступити інвесторові. Тож проявіть гнучкість: це ситуація, що вимагає переговорів!

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ТА ОЦІНКА РИЗИКІВ

У цьому розділі вам необхідно зробити своєрідну «передмову» до наступного розділу, висвітлити його головні пункти, наприклад, ймовірну вартість фірми в тому разі, якщо все йтиме за планом. Прогнозований обсяг продажу та прибутків. Але разом з вигідними показниками тут треба зазначити й міру ризику та можливі проблеми.

Кожен якісний бізнес-план містить відповідь на питання «а що, коли?... а раптом?..»

Обсяг продажу зазвичай має циклічний характер. Важливо, щоб головні ризиковані моменти проаналізували: інакше це зробить ваш потенційний інвестор, яким буде його висновок – невідомо... Пам'ятайте, що не досить тільки описати можливі ризики – треба викласти й ваші «аварійні» заходи.




Дуже добре, якщо ви також встановите «межу чутливості». Тут доречно відповісти на питання: скільки прибутку ми можемо собі

дозволити від продажу, щоб не опинитися на межі банкрутства? Де наша межа безпеки?

Радимо скористатися спеціальними комп'ютерними програмами для складання бізнес-планів. Змінивши в прогнозі один чи кілька параметрів, ви зможете побачити зміни в інших параметрах. Наприклад, умовно збільшивши самі собі орендну плату на 10%, ви зауважите, що ваш прибуток падає на 24%. Ви одразу зрозумієте, що варто переглянути механізм оренди.





ДЕТАЛЬНИЙ ФІНАНСОВИЙ ПЛАН (БЮДЖЕТ)

Цей розділ починається з розписаного в часі прогнозу обсягу продажу. У наступних частинах треба подати:

-  Оцінку прибутків і збитків;
-  Щомісячний аналіз руху готівкових коштів;
-  Річну балансову відомість.

Прогноз обсягу продажу має містити ваше бачення того сегменту ринку, який ви хочете охопити своєю продукцією. Для початкового періоду виробництва вам варто подбати про попередню домовленість з клієнтами (якщо це можливо). І тут ми ще раз нагадуємо: **будьте реалістом!**

Прогноз прибутків і збитків – документ досить простої структури, який містить такі показники:

-  Прибутки від продажу;
-  Видатки по виробництву;
-  Сумарний прибуток;
-  Загальні видатки;



Чистий прибуток.

Завдання цього документу – продемонструвати, як буде змінюватися і формуватися ваш прибуток.

Баланс активів і пасивів, які зазвичай складають наприкінці року, вважають менше важливим документом, однак у бізнес-плані без нього обійтися не можна. Цей баланс прискіпливо вивчатимуть фахівці комерційних банків, щоб оцінити, які суми і з яких джерел (пасивів) ви вкладатимете в основні засоби (активи). Банкові вигідніше, щоб його кошти ви спрямували на придбання основних засобів. Бо в разі банкрутства фірми банк забере її обладнання під заставу.

Детальний фінансовий план – це не тільки кількісна характеристика маркетингових та виробничих планів. Цей документ допоможе вам переконатися, наскільки ці його частини відповідають одна одній.

Завдяки бюджету вам буде легше управляти вашим підприємством у майбутньому, а також керувати людьми, залученими до вашого бізнесу. Закладені в бюджет цифри стануть тими критеріями, за якими ви оцінюватимете роботу вашої фірми.

Контроль передбачає три етапи. У бюджет ви вписуєте те, що хочете отримати. У процесі діяльності ви порівнюєте реальні результати з бюджетом. Там, де виникають розбіжності, ви з'ясовуєте, що сталося, чому так сталося і що треба зробити, щоб усунути недоліки. Можливо, варто переглянути бюджет, щоб уникнути подальшого посилення негативної тенденції?

Згадані розбіжності можуть виявитися і позитивними (менші видатки та більший прибуток) і негативними (обернена ситуація з видатками та прибутками). Зрозуміло, що вам належить збільшувати позитивні розбіжності й зменшувати негативні.

Приклад

Суми ваших телефонних рахунків за останній місяць виявилися вдвічі більшими, ніж цифри, закладені в бюджеті. Дошукуючись причин, ви з'ясували, що ваш менеджер з питань

збуту мав забагато міжміських розмов (або, скажімо, взагалі багато телефонував у приватних справах). Відреагувати на розбіжність витрат з бюджетом вам треба у будь-якому разі. Можливі, зокрема, такі два варіанти розвитку подій:

Варіант 1. У розмові з працівником виявилось, що саме завдяки оперативності телефонного зв'язку певну торгівельну операцію вдалося здійснити вигідно та вчасно. Отже, вам належить схвалити дії цього працівника, визнати, що велика кількість телефонних розмов була нагальною потребою, і, відповідно, відкоригувати бюджет на наступні місяці.

Варіант 2. Ви з'ясували, що у великій кількості міжміських розмов виробничої потреби не було. У такому разі вам варто запровадити в офісі суворий порядок використання міжміського зв'язку.

Існують, однак, такі види розбіжностей, яких вам не вдасться уникнути. Скажімо, сталася раптова суттєва зміна в податковому законодавстві. Отут вам вже доведеться коригувати не лише бюджет, а й всю стратегію. Цілком можливо, що ви будете змушені повернутися аж до витоків вашої справи, навіть переглянути власні наміри...

Деякі бізнесмени-початківці схильні приділяти занадто багато уваги деталям бюджету, забуваючи про найголовніше в процесі його розробки:



Систематично обмірковувати майбутнє фірми;



Планувати використання всіх позитивних факторів (навіть найдрібніших!);



Враховувати зворотний зв'язок, який виникає в процесі реалізації бюджету й змушує вас аналізувати і переоцінювати кожен ваш крок.

Ясна річ, що ця структура бізнес плану, хоч і відповідає на питання про те, як зробити бізнес-план, але все-таки вона є досить умовною, адже під кожен окремий проект залежно від його умов структура буде коригуватися.



Список рекомендованої літератури

1. Бабак О.В. Методичний посібник з організації професійного навчання за робітничими професіями та його соціально-психологічного супроводу в умовах центрів професійної реабілітації інвалідів / О.В. Бабак, Н.М. Маліновська, В.Й. Скаковська; за заг. ред. М.Л. Авраменка. – К. : Вид-во "Університет "Україна", 2006. – 112 с.
2. Бондарчук Л.В. Соціальна робота з людьми з особливими потребами: проблеми професійної самореалізації на ринку праці / Л.В. Бондарчук // Ринок праці та зайнятість населення. – 2008. – № 3. – С. 31–33.
3. Допомогти повірити у себе : інформ. довід. [для громадян з обмеженими фізичними можливостями та роботодавців, які використовують працю інвалідів]. – Миколаїв : Атол, 2008. – 136 с.
4. Дотримання прав на працю та зайнятість молоді з особливими потребами у Луганській та Львівській областях / [І.Л. Демченко, О.Г. Карагодіна, І.М. Терюханова, Ю.М. Галустьян та ін.]. – К., 2009. – 100 с.
5. Кожен має право на працю: Партнерство задля покращення можливостей для зайнятості молоді з особливими потребами : довід. [для молоді з обмеженими фізичними можливостями] / уклад. Т.В. Баранцова, О.В. Сорока. – Луганськ : Світлиця, 2009. – 112 с.
6. Лукашевич М.П. Особливості соціалізації молоді з особливими потребами: пошук концептуальних підходів / М.П. Лукашевич, Л.В. Бондарчук // Соціальна робота в Україні: теорія і практика. – 2006. – № 2(14). – С. 25–30.
7. Маршавін Д.Ю., Маршавін Ю.М. Психодіагностичні методики для професійного консультування молоді: Навч. посіб. – К.: ІПК ДСЗУ - ІПЕК, 2007.– 153 с.

8. Маршавін Ю.М. Шляхи вдосконалення технологічних засад працевлаштування осіб з особливими потребами. // Економіка та держава. – 2008. – № 5. С.88–90.
9. Михайлюк Н.А. Форми і методи навчання людей з обмеженими можливостями у Всеукраїнському центрі професійної реабілітації інвалідів /Н.А. Михайлюк // Актуальні проблеми професійної реабілітації та працевлаштування інвалідів : тези доповідей. – К., 2003. – С. 98–101.
10. Петрос О.М. Особи з обмеженими фізичними, розумовими, психічними можливостями: конкурентоспроможність на ринку праці / О.М. Петрос, Н.М. Маліновська // Врегулювання проблемних питань та захисту прав інвалідів у сфері праці / за заг. ред. В.М. Дьяченка, М.Л. Авраменка. – К. : Вид-во "Університет "Україна", 2007. – С. 25–42. 174
11. Практичні питання працевлаштування та зайнятості осіб з інвалідністю / [А.Г. Шевцов, О.О. Волошинский, М.М. Хміль, О.П. Рісний]; за наук. ред. А.Г. Шевцова. – Львів : 2009. – 140 с.
12. Працевлаштування осіб з інвалідністю в Україні. Питання та відповіді. –К. : Національна Асамблея інвалідів України, 2007.
13. Професійна реабілітація інвалідів : довід.-метод. посіб. / упоряд. А.В. Іпатов, О.В. Сергієні, Т.Г. Войтчак та ін. ; за ред. В.В. Марунича. –Дніпропетровськ : Пороги, 2005. – 227 с.
14. Профорієнтація молоді з інвалідністю : метод. матеріали до тренінгу. – К.: Вольф, 2009. – 148 с.
15. Сприяння особам з інвалідністю у пошуках зайнятості : посіб. [для тренерів – працівників служб зайнятості]. – К. : Мілленіум, 2004. – 156 с.
16. Таланчук П.М. Супровід навчання студентів з особливими потребами в інтегрованому освітньому середовищі / П.М. Таланчук, К.О. Кальченко, Г.Ф. Нікуліна. – К. : Соцінформ, 2004. – 128 с.
17. Терюханова І. Стимулювання роботодавців до працевлаштування інвалідів: зарубіжний досвід та вітчизняна практика / І. Терюханова, Н. Стульпінас, О. Терещук // Соціальний захист. – 2008. – № 11.

18. Холостова Е.И. Социальная работа с инвалидами : учеб. пособие /Е.И. Холостова. – 3-е изд. перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2009. – 240 с.
19. Шевцов А.Г. Сучасні проблеми освіти і професійної реабілітації людей з вадами здоров'я / А.Г. Шевцов. – К. : Соцінформ, 2004. – 200 с.



ДОДАТОК 1.

ПРОЦЕДУРА ТА ЗАСОБИ ОПИТУВАННЯ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ

Соціологічне опитування – один із найбільш швидких методів отримання інформації щодо різноманітних аспектів зайнятості осіб з інвалідністю загалом і молоді зокрема. Доцільно, щоб проведення опитувань даної категорії населення мало систематичний, моніторинговий характер. Опитування осіб із інвалідністю може надати додаткову інформацію щодо їхнього рівня мотивації до праці, професійного складу з урахуванням медико-соціальних характеристик, характеризувати контингент, що звертається до ЦЗ. Аналіз результатів опитування може сприяти підвищенню ефективності та якості послуг клієнтам з інвалідністю, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності на ринку праці та працевлаштування. Узагальнені результати опитування доцільно використовувати центрам зайнятості при розробці своєї стратегії щодо надання послуг цій категорії населення.

Для забезпечення опитування доцільно:

- опитувати усіх осіб з інвалідністю, що звернулись до ЦЗ;
- періодично розповсюджувати анкети серед партнерських установ, що опікуються особами з інвалідністю, з метою збору інформації від осіб, що звертаються до них.

Розрахунок необхідної кількості респондентів для опитування доцільно здійснювати на основі інформації про їх загальну кількість та з урахуванням групи та категорії інвалідності інших соціально значущих характеристик. По можливості слід опитати якомога більшу кількість респондентів. На основі наявної кількості заповнених анкет, якщо виникає необхідність, можна розрахувати похибку вибірки дослідження.

Загальноприйнятною допустимою похибкою для опитувань є 5%.

Розрахувати похибку вибірки можна за допомогою калькулятора за адресою: www.osa.com.ua/index.php?t=81. На основі зіставлення статистичних даних щодо кількості осіб з інвалідністю за групою та категорією інвалідності слід розрахувати похибку вибірки окремо для кожної категорії осіб. Обробка результатів опитування може здійснюватись за допомогою програми MS Excel або спеціалізованих програм обробки соціологічної та статистичної інформації SPSS, OCA тощо. Електронна версія анкети знаходиться за адресою www.ipk.kiev.ua/forms.html.

АНКЕТА

Шановний друже! Просимо надати відповіді на питання анкети стосовно загального стану зайнятості та трудових орієнтацій людей з інвалідністю. Для цього уважно прочитайте запитання та поставте позначку 4 біля необхідного варіанту відповіді. Надана інформація анонімна та буде використана лише в узагальненому вигляді. Дякуємо за повні та відверті відповіді!

1. Стать

- ☐ Чоловік ☐ Жінка

2. Вік _____ 3. Група інвалідності _____

4. Категорія інвалідності

5. Чи маєте Ви індивідуальну програму реабілітації, видану МСЕК (ЛКК)?

- ☐ Так ☐ Ні

6. Яку освіту Ви маєте?

- ☐ Повну вищу ☐ Базову вищу

- ☐ Професійно-технічну ☐ Середню

7. Яку професію/спеціальність Ви маєте?

- ☐ Не маю професії/спеціальності

8. Чи маєте Ви досвід трудової діяльності?

- ☐ Так Ваш загальний стаж ____ років ☐ Ні

9. У поточний час Ви:

☐ Працюєте на умовах повної зайнятості Переходьте до питання №17

☐ Працюєте на умовах неповної зайнятості Переходьте до питання №17

☐ Навчаєтесь у ВНЗ Переходьте до питання №17

☐ Навчаєтесь у ПТНЗ Переходьте до питання №17

☐ Не працюєте Переходьте до питання №10

10. Чи готові Ви приступити до трудової діяльності?

☐ Так ☐ Скоріше так ☐ Важко відповісти

☐ Скоріше ні ☐ Ні

11. Чи підтримують Вашу позицію щодо працевлаштування Ваші

родичі, знайомі?

☐ Так ☐ Скоріше так ☐ Важко відповісти

☐ Скоріше ні ☐ Ні

12. За якого мінімального розміру заробітної плати Ви готові приступити до роботи? _____ грн.

13. Чи готові Ви працювати повний робочий день?

☐ Так ☐ Скоріше так ☐ Важко відповісти

☐ Скоріше ні ☐ Ні

14. Чи готові Ви для працевлаштування пройти професійне навчання?

☐ Так ☐ Скоріше так ☐ Важко відповісти

☐ Скоріше ні ☐ Ні

15. Чи намагались Ви знайти роботу самостійно?

☐ Так ☐ Ні

16. Чи маєте Ви інформацію про зміст послуг, що надається центром зайнятості?

☐ Так ☐ Ні

17. Чи звертались Ви до центру зайнятості з питань працевлаштування?

☐ Так ☐ Ні

18. Чи хотіли б Ви розпочати власну справу?

☐ Так ☐ Скоріше так ☐ Важко відповісти

☐ Скоріше ні ☐ Ні

19. Чи володієте Ви навичками роботи на комп'ютері?

☐ Так ☐ Ні

20. Чи є у Вас вдома доступ до Інтернет?

☐ Так ☐ Ні

Ваші зауваження та пропозиції

Дякуємо за відповіді!

Методичне видання

Автори-упорядники

С.М. Коляденко, В.М. Мишківська.

НОВИЙ ПОГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ ТРУДОВОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ
МОЛОДІ З ІНВАЛІДНІСТЮ:

Методичні рекомендації

Дизайн обкладинки, ілюстрацій розділів та макету

Віктора Кириченка