
**МОЛОДІЖНИЙ СЕГМЕНТ СВІТОВОГО РИНКУ ПРАЦІ:
КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ
ФОРМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Сорока О. В.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-480-1-5>

ВСТУП

Проблеми зайнятості та безробіття стали одними з найактуальніших економічних і соціальних викликів, з якими стикається людство у XXI столітті. Безробіття призводить не лише до бідності у значних груп населення, але й до духовної, моральної та етичної деградації людей. Тому вирішення питань зайнятості є одним із найважливіших і пріоритетних завдань для кожної країни. Особливо гостро ця проблема відбивається на соціально незахищених верствах населення – молоді.

Проблема молодіжної зайнятості актуальна для всіх країн світу і у всі часи, так як молодь є важливою соціальною групою, положення на ринку праці, яка впливає на майбутнє.

Ситуація на ринку праці для молоді відзначається двома суперечливими тенденціями: з одного боку, молоді люди несуть у собі значний потенціал для соціально-економічного розвитку країни, мають високу мотивацію, здатні генерувати нові ідеї, нестандартно вирішувати професійні завдання. З іншого боку, молодь є найбільш вразливим поколінням на ринку праці через низьку конкурентоспроможність порівняно з іншими віковими групами та відсутність досвіду професійної діяльності. Все це призводить до недовикористання праці молоді в повному обсязі і, як наслідок, до серйозних втрат і негативно впливає на розвиток національної економіки. Отже, на українському ринку праці молодь, виступаючи носієм інноваційного потенціалу країни, є однією із найбільш соціально вразливих категорій населення.

Треба зауважити, що молодіжна зайнятість – сфера, що не здатна до саморегулювання. Необхідне активне втручання у формування професійно орієнтованої молоді.

Молодіжна політика, що спрямована на адаптацію молоді у трудовій сфері, є одним із пріоритетних завдань державного розвитку.

Ринок праці молоді, як підсистема національного ринку праці, вивчений недостатньо, однак заслуговує на самостійне існування, оскільки охоплює значні специфічні верстви працездатного населення та має суттєвий вплив на розвиток країни у цілому.

1. Молодь як особливий сегмент на світовому ринку праці

Проблема взаємовідносин між поколіннями, помітно загострилася ще в ХХ в., в сучасному суспільстві вона проявилася дестабілізуючими демографічними і соціальними тенденціями, що характеризуються запереченням в суспільній свідомості ідеології радянського часу і стиранням почуття причетності до історії своєї країни і власного минулого. Подібні тенденції негативно відбилися на самосвідомості підростаючого покоління і сприяли віддаленню поколінь через руйнування і заперечення стереотипів і життєвих норм, через забобони і негативні стереотипи, що проєктуються на взаємини між поколіннями. Для сучасного типу культури, за словами американського антрополога і етнографа М. Мід, характерний префігуративний тип (Мід, 1983), в якому переважною формою поведінки для людей виявляється поведінка молодого покоління. Основою такої поведінки є модель, при якій дорослі люди вчать у своїх дітей стереотипам, цінностям, життєвим нормам. Результатом цієї тенденції є незатребуваність досвіду старшого та похилого поколінь. Взаємодія поколінь є одним з важливих чинників адаптації та соціалізації окремої особистості в суспільстві, а також формування і розвитку соціальної структури суспільства в цілому. Людське життя поколінь існує в часі: в минулому, сьогодні і майбутньому, пов'язана з мотивами самозбереження особистості і збереження суспільства в цілому. Очевидно, що люди, які живуть в конкретний історичний час, але які відносяться до різних поколінь, сповідують різні цінності в повсякденному житті і займають різне соціальне становище. Найчастіше професійний досвід, знання і практичні навички старшого покоління суперечать культурним цінностям і духовних орієнтирів молодого покоління.

Слід зазначити, що теорія поколінь, як наукове та інтелектуальне надбання кінця ХХ століття, останнім часом привертає значну увагу. На нашу думку, це зумовлено, принаймні, двома причинами.

По-перше, актуальність теорії поколінь пов'язана з виникненням нового економічного та управлінського мислення, а також нової культури серед зростаючої чисельності економічно активного населення та його інститутів. Найбільший інтерес до явища поколінь виявляють роботодавці, для яких забезпечення високої конкурентоспроможності та отримання незаперечних конкурентних переваг тісно пов'язане

з залученням, утриманням, розвитком і мотивацією працівників різних вікових категорій (поколінь), а також розумінням їхніх потреб, пріоритетів і цінностей. Очевидно, що кадрові стратегії та технології не можуть бути ефективними без врахування особливостей співробітників різних вікових груп, особливо молодих людей, які вперше стають працівниками організації.

Підвищений інтерес до поколінних зрушень та їхньої динаміки спостерігається з боку комерційних організацій, які намагаються зрозуміти смаки та споживчі настрої людей різних вікових груп, особливо молоді, щоб заохотити їх до активнішого придбання нових товарів і послуг.

Інститути громадянського суспільства намагаються вивчити пріоритети та мотиваційні установки людей різного віку, особливо молоді (не)дорослих, щоб залучити їх до активної політичної та громадської діяльності або ж, навпаки, запобігти такій участі.

Іншою причиною зростаючої уваги до теорії поколінь є глибокі зміни в демографічній, соціокультурній та інституційній сферах, які відбулися в економіці та суспільстві на межі двох століть і в наступні роки. Ці глобальні трансформації підкреслюють важливість вивчення поколінних зрушень, динаміки поколінь, а також їх аналізу в нових термінах, таких як «розлом», «зрушення» та «міжпоколінний аналіз».

Ця теорія базується на концепції покоління як групи людей, які народилися в певний період часу, зазнали впливу схожих подій і виховання, а також поділяють спільні цінності. Вона стверджує, що кожен 20 років на ринок праці виходить нове покоління (рис. 1).

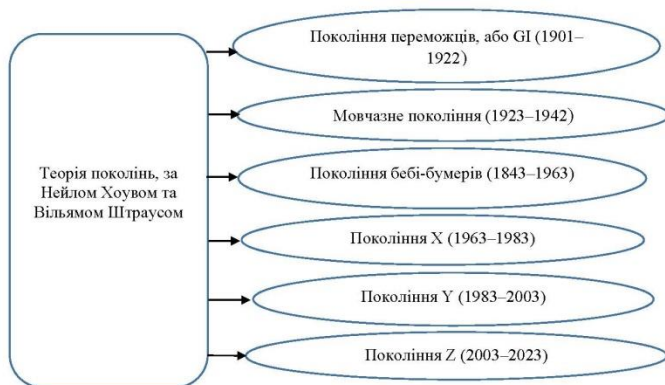


Рис. 1. Теорія поколінь за Н. Хоуєм та В. Штраусом¹

¹ Howe N., Strauss W. Generations : the history of America's future, 1584 to 2069. New York : William Morrow & Company, 1991. 538 p

Кожне покоління формується в специфічному соціально-історичному контексті і має власний унікальний набір характеристик та цінностей.

Цінності є тим, що формує поведінку людей різних поколінь. Згідно з цією теорією, на сьогодні можна виділити такі покоління: покоління Переможців, Мовчазне покоління, Бебі-Бумери, покоління Х, Міленіали (або Y) та покоління Z (табл. 1).

Таблиця 1

Коротка характеристика поколінь та прогноз ситуації на ринку праці до 2025 року^{2, 3}

Покоління	Цінності	Головні риси	Прогноз ситуації на ринку праці
Бебі-бумери	Ставлять роботу на перше місце, заради роботи готові жертвувати власними інтересами	Оптимізм, зацікавленість в особистісному зростанні та винагороді, колективізм і командний дух	До 2025 року більша частина піде на пенсію
Покоління Х	Трудоголіки, не надто амбітні, такі, що не прагнуть жити у своє задоволення	Готовність до змін, можливість вибору, технічна грамотність, індивідуалізм, прагматизм, надія на себе	До 2025 року займатимуть більшу частину керівних посад
Покоління Y	Націлені на отримання всього й одразу, амбітні та мають завищені очікування зарплати	Впевненість в собі, різноманітність, баланс між особистим життям і трудовою діяльністю, можливість роботи в команді, використання сучасних технічних засобів	До 2025 року становитимуть більшу частку на ринку праці
Покоління Z	прив'язані до цифрових технологій в роботі, схильні цінувати власний час та інтереси, відсутній страх втратити роботу	агресивність, конфліктність, потреба в новизні, віртуальна комунікація, гіперактивність	до 2025 року будуть займати певну частку на ринку праці

² Ермоленко А. Б. Розвиток національного освітнього простору в контексті надбань теорії поколінь. *Вісник національного університету оборони*. 2015. № 3(40). С. 82–87. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/11251/1/%D0%84%D1%80%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf> (дата звернення 1.08.2024).

³ Економічна активність населення України 2016 рік : Стат. збірник / Державна служба статистики України, 2017, 207 с. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 1.08.2024).

У сучасному світі найбільш поширеними та динамічними категоріями поколінь є ті, що складаються з індивідів, які народилися в певні періоди часу:

- Представники покоління бекі-бумерів, які народилися між 1946 і 1954 роками, мають позитивний світогляд, бажання особистісного розвитку та водночас схильність до співпраці в команді.

- Покоління Х, яке народилося між 1966 і 1976 роками, втілює готовність до змін, життєве бажання вчитися, прагнення до емоцій, прагматизм і самовпевненість.

- Покоління Y, яке народилося між 1977 і 1994 роками, також відоме як мілленіали, втілює унікальне поєднання громадянського обов'язку, моралі, відповідальності, а також нотку наївності та вміння підкорятися.

- Перше покоління, яке повністю виросло в епоху цифрових технологій, – це покоління Z, також відоме як *centennials*, яке народилося між 1995 і 2012 роками. Це покоління визначається нетерплячістю, егоцентризмом, огидою до влади, прагненням до рівності та толерантністю.

Покоління охоплює більше, ніж просто людей, які народилися в певний проміжок часу, наприклад 1995–2010 або 2011–2025. Воно також включає людей, які співіснують у певному регіоні та зазнали чи перебувають під впливом важливих соціальних подій, політичних, техніко-технологічних чи соціальних. В результаті вони мають спільні практики поведінки, домінуючі ціннісні орієнтації та ментальні рамки. Зараз найактивнішим поколінням на ринку праці є покоління Y, яке народилося між 1977 і 1994 роками. На їхнє виховання значною мірою вплинув розвиток цифрових технологій і перевага віртуального спілкування над спілкуванням віч-на-віч. Це покоління характеризується амбіційністю, комунікабельністю, лібералізмом, адаптивністю, працьовитістю та пристрасною до власної професійної діяльності. Однак їм може бути важко працювати з довгостроковими проектами, оскільки вони цінують різноманітність і стимулювання у робочій діяльності. Хоча вони постійно доступні та на зв'язку, вони також вірять, що технології стирають межу між роботою та особистим життям.

Через свій молодий вік покоління Z поки не проявляє себе, що принесло йому прізвисько «мовчазне»⁴.

Представників цього покоління, яке часто називають *Digital Native* («цифровими людьми»), оскільки вони народилися в суспільстві, на яке сильно вплинули інформаційні мережі, цифрові технології та

⁴ Howe N., Strauss W. *Generations : the history of America's future, 1584 to 2069*. New York : William Morrow & Company, 1991. 538 p.

інформаційні системи. Цифрове середовище не тільки знайоме для них, але й легко зрозуміле та широко сприйняте. Фактично, термін Digital Native ідеально втілює суть покоління Z, оскільки вони легко та комфортно орієнтуються в цифровому ландшафті⁵.

Покоління Z тільки виходить на ринок праці, але вже має певні риси (таблиця 2).

Таблиця 2

Характерні риси покоління Z⁶

Сильні сторони покоління Z	Слабкі сторони покоління Z
Візуалізація і наочність Кліпове мислення Перехресність мислення Зацікавленість в технологіях Беруться за кілька справ одночасно Стійкість до реклами Підприємливі і працездатні Цілеспрямовані Налаштовані на швидкий результат Схильність до аутизації Пріоритети на довговічне, не матеріальне	Поверхневе вивчення питання Швидке прийняття рішень Схильність до психологічних захворювань і депресій Інфантильність Розмиті життєві принципи

В даний час у світі входить в оборот найменування нового покоління, що вступає в життя слідом за Z, – покоління Альфа.

Покоління Альфа так назвали наймолодше за часом існування покоління австралійські дослідники М. Маккріндл і Е. Вулфінгер (McCrindle, Wolfinger 2016)⁷. Вони ж висунули припущення щодо його основних поколінних характеристик. Покоління Альфа (Generation Alpha) складають діти, народжені після 2010 і до 2025 р.

Згідно з М. Маккріндлом і Е. Вулфінгером, таке найменування покоління має підставу з двох причин. По-перше, закінчення

⁵ Сорока О. В. Покоління Z: проблеми та перспективи на ринку праці. *Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях* : зб. матеріалів XIX Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Одеського національного економічного університету, 17-18 травня 2021 р. / М-во освіти і науки України, Ін-т модернізації змісту освіти, ОНЕУ. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 310.

⁶ Кривцова М. С. Сорока О. В. Покоління z як потенційний сегмент ринку праці. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/404> (дата звернення 2.08.2024).

⁷ McCrindle M., Wolfinger E. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. URL: https://2qean3b1jdd1s87812ool5ji-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/12/McCrindle-Research_ABC-03_The-GenerationMap_Mark-McCrindle.pdf. (дата звернення 2.08.2024)

перерахування букв латинського алфавіту (Z) як привід звернутися до початку інших алфавітів (наприклад, арабського або грецького), а по-друге, початок народження покоління ознаменовано появою айфона, що, на думку авторів, співзвучне з «Альфою». Поряд з поколінням Альфа звучать пропозиції називати майбутнє покоління

Представники покоління, які народилися після 2010 р, ледь навчившись ходити, вже готові до змін. Альфи не просто вирости з цифровими гаджетами – вони повністю занурені в них з народження. У ранньому віці ці діти відчують себе комфортно, розмовляючи з голосовими помічниками і проводячи пальцем по екрану смартфона. Вони не розглядають технології як інструменти, використовувані для досягнення цілей, а скоріше, як глибоко інтегровану частину повсякденного життя.

А. Надь і А. Кьолчеї відзначають, що у «альфівців» фізична і психологічна зрілість починається раніше, в той час як стадія дорослого життя (шлюб, діти і кар'єра) відсувається назад, що обумовлено головним чином збільшенням часу, що витрачається на освіту (Nagy, Kölcsey 2017)⁸. За формальними мірками це буде саме освічене покоління, так як у його представників навчання починається в ранньому віці, а освітня, трудова і соціальна активність продовжиться і після 70-80 років. Представники покоління Альфа проводитимуть чимало часу в соціальних мережах, будуть перебувати на зв'язку онлайн, сприймати візуальний образ і інформацію краще, ніж аудіо- та вербальне знання. Багатозадачність є для них основним навиком. Будучи вихованими в системі, яка культивує взаєморозуміння і формування здатності домовлятися, молоде покоління Альфа не визнає диктату і дотримання правил заради правил. Їх діяльність будуватиметься більше на внутрішніх мотивах, ніж на зовнішніх.

Таким чином, спостережувані тенденції в Україні та в світі дозволяють нам намітити ключові характеристики покоління «Альфа». Серед них виділяються дві групи (табл.3).

Старше покоління сприймає представників Z і Альфа як покоління надчутливе до сучасних технологій та інновацій, які поглинають нові технології з величезною швидкістю. А покоління Z сприймає нові технологічні пристосування як само собою зрозуміле для придбання особистого досвіду і багажу знань і перетворення навколишнього соціального світу відповідно до власних внутрішніх уявлень про етичні основи особистості. Сучасні підлітки Z не хочуть спиратися на досвід попередників «як завжди», тому що їх уявлення не збігаються

⁸ Nagy A., Kölcsey A. Acta Generation Alpha: Marketing or Science? *Acta Technologica Dubnicae*, 7, 2017, p. 107–115.

і не відповідають вимогам часу, вони в усе вносять свої ідеї. Саме покоління Альфа стане справжнім двигуном прогресу. Це перше покоління, моральні основи якого і духовний розвиток відбуваються в інформаційному постіндустріальному суспільстві.

Покоління Альфа буде метафізичним тому в порівнянні з Z воно буде більш врівноваженим і менш агресивним, бо зростає покоління яскравих творчих і самодостатніх особистостей здатних досягти вищої реалізації, тобто істинних суб'єктів, які живуть в злагоді зі світовим творцем як колективним суб'єктом і своїм індивідуальним творцем «Я». Альфа будуть менш формалізованими, бо для них важливо бути не в системі, середовищі, тобто прямій лінії, а в потоці, тобто в просторі. Це дуже важливо, тому що молода людина не примикає до структурних конфесій, інституту релігії і формалізованих і застарілих традицій. У Альфа буде більше прагнення до самодисципліни, ніж до контролю ззовні. Основною психологічною особливістю представників Z і частково Альфа стало формування кліпового мислення як здатності короткострокового сприйняття навколишнього світу і інформації на основі посилення втіленого в формі відеокліпу. Звідси і феномени музичних роликів та відеокліпів і стрічка тelenovин.

Таблиця 3

Ключові характеристики покоління «Альфа»

Характеристики, що успадковані від попередніх поколінь	Характеристики, що згенеровані саме поколінням «Альфа»
депопуляція; демократія; збільшення тривалості дитинства і періоду дорослішання; різноманітність; електронно-цифрові пристрої; труднощі	відмінності, що забезпечуються зусиллями (заслугами) самих представників Альфа; диференціації на основі знаннєвого і компетентнісного контенту; девіації як нормативний атрибут в умовах різноманіття патернів; попит як споживання в розмаїтті його цілей і форм; прийняття рішень як віддзеркалення власної суб'єктивності і слабо передбачуваних перспектив; обов'язкові справи у вирішенні нагальних проблем суспільства як безальтернативна необхідність

Молоді (не)дорослі, які вже сьогодні виходять на ринок праці, – це нове, цифрове, покоління з новими, особливими психофізіологічними рисами.

Необхідно враховувати вплив середовища на формування особистості молодого покоління, а також використовувати переваги «цифрових людей», щоб допомогти їм справлятися з виникаючими проблемами та власними недоліками, активно брати участь у їхньому житті. Новому поколінню ніщо не заважає та не зупиняє вийти на ринок праці, а ефективна позиція роботодавця – негайно почати вивчати звички майбутніх працівників. Майбутній успіх компанії значною мірою залежить від того, як роботодавці зможуть швидко й ефективно налагодити зв'язок із новими поколіннями.

2. Шляхи та інституціональні форми вирішення проблем зайнятості молоді на світовому ринку праці

Підвищення рівня зайнятості молоді є найважливішою передумовою сталого економічного розвитку будь-якої держави, тому за кордоном проблеми молодіжної зайнятості належать до розряду злгоденних, вирішення яких безпосередньо впливає на забезпечення соціально-економічної стабільності суспільства.

Державна політика зайнятості розвинених країн передбачає розробку заходів сприяння зайнятості молодих громадян, реалізація яких здійснюється з урахуванням специфіки конкретної ситуації.

Реагуючи на активні виклики світової економічної системи, низка держав, підтримуючи політику Міжнародної організації праці (МОП), застосовує певні механізми регулювання ринку праці молоді, активна роль реалізації яких належить окремим інститутам.

Служби зайнятості займають особливе місце в інституційному регулюванні молодіжних ринків праці за кордоном, оскільки є основними інститутами, що забезпечують ефективний процес розподілу та перерозподілу робочої сили, в тому числі молоді, на ринку праці з урахуванням поточних економічних трансформацій.

У міжнародній системі регулювання ринку праці важливу роль відіграє Всесвітня асоціація державних служб зайнятості (World Association of Public Employment Services), яка об'єднує служби зайнятості більш ніж у 80 країнах світу.⁹ Структура цих служб представлена у вигляді мережі територіальних відділень (регіональні, місцеві), відповідальних за надання послуг представникам молоді.

Виконуючи однотипні функції, у діяльності цих служб є значні відмінності, які формуються під впливом чинного законодавства, політики зайнятості, соціально-економічного розвитку тощо.

⁹ World Association of Public Employment Services. URL: <http://wapes.org/en/memberslist?&&page=19> (дата звернення: 5.08.2024).

Наприклад, у таких країнах, як Німеччина, Канада, Франція, Швеція, Японія, роль таких служб полягає в активній реалізації політики зайнятості. У Сполучених Штатах, Великій Британії та Австралії їхня роль менш ініціативна, оскільки на рівних з ними функціонує багато приватних установ, впливаючи на рівень економічної активності працездатного населення.

Поряд з державними службами за кордоном активно функціонують приватні структури (кадрові агентства), рівень значущості яких у різних країнах значно різняться: у США та Великобританії, наприклад, діяльність даних агентів спеціалізована та базується на системі ліцензування та контролю за основною діяльністю; у Японії їх функціонування жорстко стримується, винятком є окремі професійні групи працівників, котрим робочі місця можуть підбиратися приватними службами, які отримали ліцензію від відповідного міністерства. У свою чергу, у Швеції діяльність цих служб взагалі заборонена.

На міжнародному рівні виділяють International Confederation of Private Employment Agencies (CIETT) – Міжнародну конфедерацію приватних кадрових агентств, що складається з 49 національних федерацій кадрових агентств Європи, Північної Америки, Південної Америки, Африки, Північної та Південної Азії, а також 8 найбільших міжнародних компаній, що займаються питаннями підбору та комплектування кадрів, у тому числі молодих представників, для провідних організацій у всьому світі^{10, 11}.

Ключове місце у формуванні ринку праці молоді зарубіжних країн займає інститут професійної орієнтації (у зарубіжній практиці «Career Development» – планування (розвиток) кар'єри), що є системою структурних елементів, спрямованих на оптимізацію процесу працевлаштування представників молоді з урахуванням їх побажань, схильностей та сформування здібностей, а також основних потреб та перспективних перетворень ринку праці. Від ступеня поєднання виділених структурних елементів значною мірою залежить формування трудового потенціалу молоді, рівень її конкурентоспроможності, тому профорієнтація в сучасних умовах набуває вигляду системоутворюючої основи державної політики, яка потребує активної участі представлених агентів, і повинна спиратися на принципи, компоненти та актуальні напрямки. задля досягнення головної мети, спираючись на базисні орієнтири.

¹⁰ International Confederation of Private Employment Agencies (CIETT). URL: <http://www.ciett.org/> (дата звернення: 5.08.2024).

¹¹ Economic Report 2022 Edition. URL: <http://www.ciett.org/economicreport2022> (дата звернення: 5.08.2024).

Саме для молоді питання визначення свого місця та вибору майбутньої професії, а також вибору потенційної професійної освітньої організації є найбільш актуальним, оскільки саме в цей період відбувається процес соціалізації людини, формування її соціальної ідентичності, тобто адаптації до очікувань та потреб суспільства, соціальної групи.

Процес вибору професії відіграє важливу роль у розвитку підростаючого покоління будь-якої держави, тому важливо організувати підтримку молодим людям, надати їм сприяння у вирішенні проблем, що виникають у процесі аналізу ринку зайнятості населення. Складність вибору професії та організації професійної освіти полягає в тому, що віддати перевагу певній професії – це означає відмовитися від інших альтернатив, які можуть кардинально змінити особистості підлітка, у тому числі у сфері формування професійної ідентичності особистості молодого людини. Професійна самосвідомість – це одна з найважливіших складових самосвідомості будь-якої людини¹².

Досвід більшості зарубіжних країн, які здійснюють профорієнтаційну діяльність, свідчить про серйозність цього питання, що має системний характер і впливає на реалізацію динамічних потреб їх економік у кваліфікованих фахівцях, які мають високий рівень професійного становлення та персонального зростання.

У таблиці 4 узагальнено зарубіжний досвід профорієнтаційної роботи, що впливає рівень професійного самовизначення молоді.

Аналіз закордонного досвіду профорієнтації показує, що, незважаючи на окремі відмінні риси, політика профорієнтації, наприклад європейських країн, здійснюється під патронатом єдиної мережі, що об'єднує понад 200 учасників та спостерігачів з 30 країн, – «European Lifelong Guidance Policy Network» (ELGPN), активно співробітничав з Міжнародним центром розвитку кар'єри (ICCDPP – Career Development and Public Policy) з метою обміну результатами здійснення профорієнтаційної діяльності.

Істотною проблемою у розвитку системи професійної орієнтації і те, що вона розрахована на певний усереднений тип людини.

¹² Kudrinskaja, I. V. The problem of career guidance of the youth in domestic pedagogical theory and practice / I. V. Kudrinskaja, A. V. Kidinov, E. P. Kabkova [et al.]. *Eurasian Journal of Biosciences*, 2020. Vol. 14, № 2. P. 3815–3821. URL: <http://www.ejobios.org/download/the-problem-of-career-guidance-of-the-youthin-domestic-pedagogical-theory-and-practice-8012.pdf> (дата звернення: 5.08.2024).

**Закордонний досвід профорієнтаційної роботи, що впливає
на рівень професійного самовизначення молоді¹³**

Країна	Особливості профорієнтаційної роботи
1	2
США	— профорієнтація здійснюється протягом усього процесу здобуття освіти школярами; на кожного учня в процесі навчання готується професійне досє, яке передається до служби зайнятості після закінчення навчання; — активна діяльність психолого-педагогічної служби «Гайденс», що сприяє тим, хто навчається у виборі майбутньої професії, у виділенні особистісних особливостей для інтенсивного розвитку; наявність інформаційної мережевої бази даних (Occupation Information Network), що дозволяє учням аналізувати відповідність їх здібностей, схильностей та інтересів вимогам обраної професії.
Японія	— концепція профорієнтації базується на діагностичному методі С. Фукуями «людина-професія»; система профорієнтації інтегрована у навчальний процес починаючи з молодшої школи та становить основу навчальних програм у середній школі; профорієнтація спирається на два принципи: здатність до самоаналізу та здатність до аналізу професій (вибір професії безпосередньо пов'язаний з самоаналізом учня та визначенням його професійної діяльності); протягом 3-х років учні отримують можливість випробувати 48 професійних експериментів, на підставі яких підтверджуються професійні наміри чи їх коригування.
Німеччина	— система профорієнтації має високий ступінь централізації (Федеральний інститут зайнятості, Міністерство праці та соціальних питань); надання допомоги у виборі спеціальності відповідно з наявними схильностями та здібностями; профорієнтація здійснюється з урахуванням перспективної.
	— потреби у кваліфікованих кадрах за окремими професіями; обов'язкове проходження виробничої практики, необхідної для вступу до вищих освітніх організацій
Швеція	— високий рівень державного регулювання, що тісно пов'язаний з профорієнтацією; введення в освітній процес спеціальної програми, що комплексно охоплює основні аспекти профорієнтаційної роботи, починаючи з діагностики та закінчуючи вибором професії

¹³ Мінєнко В.Л. Порівняльний аналіз світових моделей державного регулювання економіки та ринку труда. *Теорія і практика державного регулювання*. 2009. № 3. С. 240–247. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2009_3_36 (дата звернення: 5.08.2024).

1	2
	– організація профорієнтаційної роботи з учнями під час літньої практики з метою можливого коригування їх дій, пов'язаних з вибором професії; високий рівень інформаційної підтримки профорієнтації (загальнодоступні банки даних, що надають інформацію про професії та кон'юнктуру ринку праці).
Великобританія	– профорієнтація здійснюється протягом усього процесу здобуття шкільної освіти; профільна шкільна освіта; агентства профорієнтації офіційно включені в систему регулювання ринку праці; створення при школах мікро-підприємств, які допомагають учням опанувати професійні компетенції та пройти початкові стадії адаптації; – обов'язкова 2-тижнева практика для старших класів, що навчаються, необхідна для вступу до вищих освітніх організацій; систематичне проведення Дня перевірки знань (Interview Day) з метою проведення атестації у сфері професійної діяльності.
Франція	– здійснення профорієнтації на державному рівні; профільна шкільна освіта; – активне застосування методів інформування, профконсультації та діагностики; побудова системи профорієнтаційної роботи забезпечується Національним бюро інформації з освіти та професії (ONISEP), Національним агентством зайнятості, Центрами інформації та орієнтації (CIO), що сприяють вибору напрямку подальшого навчання учнів та їх професійній діяльності; велика мережа спеціалізованих центрів профорієнтації, вирішальна питання зайнятості молодих громадян.

Відсутній індивідуальний та диференційований підхід до молодої людини, яка перебуває на етапі вибору професії. У ході профорієнтації використовуються декларативні методи без практичної складової. Це означає, що молоді люди не можуть перевірити свої теоретичні знання та здібності у різних видах професійної діяльності.

Неправильна система профорієнтації призводить до того, що працевлаштовані люди працюють неефективно. Вони стають схильні до внутрішніх депресій і стресів, що негативно впливає на їх психофізичний стан та результати професійної діяльності, тобто такі люди не приносять значного вкладу в життя соціуму за допомогою досягнення високих показників у власній сфері професійної діяльності. Повна відсутність системи професійної орієнтації призводить до втрати більше часу молодою людиною на первинне самовизначення. При цьому зростає ризик того, що молода людина зробить неправильний вибір своєї майбутньої професії, ґрунтуючись не на власних

уподобаннях та здібностях, інтересах суспільства та держави, а на думці інших людей та усталених стереотипів. Таким чином, відбуватимуться витрати людського капіталу, які можна було б уникнути за наявності грамотної системи допомоги у професійному визначенні, ефективної системи освіти.

Узгоджена дія перерахованих вище систем дозволила б створити умови для самореалізації молодих людей, що призвело б до швидкого розвитку в різних сферах життя суспільства: науці, культурі і т.д.

Слід зазначити, що складністю організації та управління системою професійної орієнтації є необхідність одночасної відповідності різним вимогам ринку праці: з одного боку, державі необхідно забезпечити якісний підбір кваліфікованих фахівців, з іншого – необхідно дотриматися балансу між бажаннями та потребами молодих людей. Можна говорити про те, що професійна орієнтація молоді має полягати у спільній роботі учнів у загальних освітніх організаціях, їхніх батьків, вчителів, абітурієнтів, викладачів організацій професійної освіти, державних та громадських організацій, роботодавців. Модель роботи з професійної орієнтації громадян у регіонах має забезпечувати умови для свідомого та самостійного професійного вибору молодими людьми з урахуванням існуючої соціально-економічної ситуації.

Практика розвитку освітньої доктрини зарубіжних країн (Австрія, Німеччина, Швейцарія, Швеція, Великобританія, Китай, Японія та ін.) підтверджує необхідність синтезу освітньої діяльності та практики (дуальна система – *Duales Studium*), що є процесом професійної підготовки висококваліфікованих фахівців. Визнаним лідером в організації дуальної освіти вважається Німеччина, яка здійснює практико-орієнтоване навчання, яке за оцінкою Міжнародного інституту моніторингу якості робочої сили (International Institute for Labour Studies) є зразковим для всього Європейського союзу (ЄС), завдяки якому ефективно здійснюється процес інтеграції молодих громадян на первинний ринок праці: понад 90% фахівців, які завершили навчання за цією системою¹⁴.

Прикладна практика реалізації дуальної моделі освіти в зарубіжних країнах відрізняється від традиційної виробничої, має певні особливості і показує, що значний перелік напрямів підготовки майбутніх фахівців регламентується домовленостями між соціальними партнерами, на підставі яких підготовка фахівців за конкретним профілем спирається на основні запити роботодавців, які гарантують представникам молоді кадрову мобільність та конкурентну перевагу.

¹⁴ Bundesministerium für Bildung und Forschung. URL: <https://www.bmbf.de/> (дата звернення: 5.08.2024).

Фінансується аналізована модель з урахуванням принципу пайової участі держави (бюджети різних рівнів) та організацій роботодавців. У цьому фінансова зацікавленість організацій полягає насамперед у цьому, що з допомогою аналізованої моделі переважна більшість забезпечує себе кваліфікованими кадрами, що дозволяє заощадити на видаткових статтях, що пов'язані з пошуком, підбором, адаптацією працівників, особливо молодих спеціалістів.

Розвиток моделі дуальної освіти можливий за налагодженого механізму інституту соціального партнерства, що сприяє зростанню рівня економічної активності молодих фахівців, адаптованих до змін ринку праці; що регулює процеси зайнятості представників молоді в економіці та модернізації системи професійної освіти.

Соціальне партнерство в зарубіжних країнах зарекомендувало себе як найважливіший інститут, що має законодавчий статус і сприяє досягненню результатів колективних зусиль в освіті, професійній орієнтації, адаптації та забезпечення зайнятості молоді, що виконує як економічні (регулювання поведінки економічних суб'єктів на ринку праці), так і соціальні функції (упорядкування поведінки суб'єктів у соціально-трудовій сфері).

До основних принципів соціального партнерства у країнах слід зарахувати облік обопільних інтересів і рівноправність сторін, дотримання основних нормативно-правових актів, добровільність прийняття рішень, відповідальність основних суб'єктів за невиконання зобов'язань та інших.

Роботодавці відіграють важливу роль у розвитку соціального партнерства, і у різних країнах використовують такі інструменти для їх залучення: компенсація роботодавцям частини заробітної плати молодих працівників (США, Німеччина, Швеція); надання щомісячної субсидії кожному молодому спеціалісту (Великобританія, Ірландія, Данія); скасування роботодавцям сплати соціальних внесків (Бельгія, Франція); надання податкових пільг роботодавцям, які впроваджують політику компанії щодо розширення можливостей працевлаштування для молодих спеціалістів (Японія).

Слід зазначити, що досвід роботи функціонування та розвитку інституту соціального партнерства в сучасних умовах за кордоном підтвердив свою ефективність.

Отже, що ринок праці та сфера зайнятості у всьому світі змінюються швидше, ніж уявлялося навіть кілька років тому, і їхній вплив на молодь не можна недооцінювати. Злиття досягнень у галузі штучного інтелекту, робототехніки та автоматизації, 3D-друку, інтернету речей та інших технологій вимагає від молоді не лише

оволодіння новими навичками, а й навчання протягом усього життя: молоді люди, швидше за все, протягом дорослого життя кілька разів змінять кар'єрні траєкторії.

У цих контекстах розширення сфер та галузей підприємницької діяльності є одним із рішень для працевлаштування молоді. Молодіжне підприємництво здатне давати багаторазовий синергетичний ефект, оскільки молоді бізнесмени з більшою ймовірністю наймуть на роботу своїх однолітків, ніж представників старших поколінь, і зможуть вивести іншу молодь із неформального сектору та неповної зайнятості (як наслідок – бідності). Більше того, розвиток широкого спектру навичок, що передаються, у тому числі підприємницьких, може допомогти молодим людям підвищити шанси на успіх у професійному житті і пережити глибокі трансформації ринків, економічних процесів, сфери праці та зайнятості¹⁵.

З нашої точки зору, соціально-економічна привабливість соціального підприємництва молоді пов'язані з такими основними обставинами:

1. Соціальне підприємництво може генерувати розширення економічних прав та можливостей молоді, оскільки молоді соціальні підприємці можуть залучати ресурси для створення робочих місць та послуг для молоді та вразливих груп населення, одночасно розробляючи нові рішення, що сприяють соціальному розвитку. Одним із чинників цього, мабуть, є вікова структура населення.

2. Завдяки участі у соціальних підприємствах маргіналізована молодь отримує кошти та мотивацію, щоб робити свій внесок у життя своїх спільнот, і водночас навчається навичкам, що дозволяють їм стати шановними членами суспільства¹⁶.

3. Соціальні підприємства створюють економічні можливості не тільки для молодих, але й широкого кола соціально вразливих груп, оскільки менеджмент соціальних підприємств, зазвичай, більш орієнтований на інклюзивність, ніж комерційний менеджмент. Так, надаючи можливості працевлаштування знедоленим та маргіналізованим групам населення, соціальні підприємці за допомогою цих практик ефективно борються з дискримінацією та стереотипами.

¹⁵ Eichhorst W., Rinne U. Promoting youth employment through activation strategies: Employment working paper No. 163. *International Labour Office* URL: https://www.ilo.org/employment/Whatwedo/Publications/working-papers/WCMS_322411/lang--en/index.htm (дата звернення: 5.08.2024).

¹⁶ Delgado M. *Social Youth Entrepreneurship: The Potential for Youth and Community Transformation*. Westport, CT; London : Praeger, 2004. 240 p.

Зокрема, серед керівників соціальних підприємств більше жінок, ніж у топ-менеджменті комерційних стартапів¹⁷. Для деяких груп, включаючи молодих людей, які опинилися у важких життєвих обставинах, соціальні підприємства стають єдиним шляхом для працевлаштування. Для інших – є перехідним етапом, кроком на шляху до «нормальної» зайнятості або повернення до неї¹⁸.

4. У разі успіху, коли молодіжне соціальне підприємництво перетворюється на бізнес, що розширюється, воно створює нові робочі місця для безробітної молоді. Оскільки прибуток не є головною метою соціальних підприємств, вони мають можливість навчати працівників.

5. Соціальні підприємства прагнуть отримувати прибуток, але приділяють першорядну увагу наданню гідних умов праці.

6. У тих країнах і регіонах, де безробіття особливо високе серед більш високоосвічених людей, соціальне підприємництво часто є життєздатним варіантом кар'єри.

7. Ще один спосіб, яким соціальні підприємства сприяють соціальній та економічній інтеграції молоді, – надання пріоритетної уваги молоді та вразливим групам усередині неї у виробничо-збутовому ланцюжку (тобто залучення вразливих груп як партнерів, субпідрядників, клієнтів).

8. Соціальні підприємства, які займаються трудовою інтеграцією, не завжди можуть запропонувати рівень заробітної плати, що дозволяє маргіналізованим групам стати незалежними в соціальному та економічному відношенні, зокрема, не вдаватися до державних пенсій, пільг, субсидій. Проте соціальні підприємства сприяють зростанню економічного добробуту маргіналізованих груп та допомагають їм забезпечити собі певний рівень фінансової незалежності, що, своєю чергою, підвищує економічну активність цих груп. Таким чином, навіть якщо соціальні підприємства не в змозі запропонувати заробітну плату, що дозволяє молоді стати повністю незалежною, вони стають першим кроком на шляху виходу з крайньої бідності та (або) безробіття¹⁹.

9. Соціальне підприємництво тісно пов'язане із соціально-економічними та побутовими реаліями місцевих співтовариств, тому, на відміну від державних установ та зареєстрованих некомерційних

¹⁷ Social enterprises and the social economy going forward: A call for action from the commission expert group on social entrepreneurship (GECES). EC Expert Group on Social Entrepreneurship. URL: <http://gsgii.org/reports/social-enterprises-and-the-social-economy-going-forward> (дата звернення: 5.08.2024).

¹⁸ The Emergence of Social Enterprise / eds C. Borzaga, J. Defourny. London ; New York: Routledge, 2001. 383 p.

¹⁹ Greene L. R., Tan A., Hawkins L. Sustainable Impact: How Women are Key to Ending Poverty. Singapore : Partridge, 2017. 186 p.

підприємств, молодіжні соціальні підприємства нерідко функціонують у неформальній економіці. Воно часто асоціюється з незаконним підприємництвом та приховуванням доходів, однак у всьому світі саме в цьому секторі реалізується більша частина економічної активності молоді. Молодіжні соціальні підприємства, створені в неформальній економіці, здатні соціально і економічно інтегрувати ті маргінальні верстви, які залишаються поза сферою досяжності державного сектора.

10. В силу більшої гнучкості під час ведення бізнесу в кожному момент часу молоді бізнесмени можуть під впливом різних обставин переглянути те, які соціальні цінності та які рішення, потреби та економічні моделі вважати пріоритетними для їхнього підприємства у цей часовий відрізок. Розширюючи ці пріоритети або просто виступаючи як зразки для наслідування та фасилітаторів у своєму місцевому середовищі, молодь може допомогти перетворити цінності своїх місцевих спільнот та підходи до розвитку.

Таким чином, соціальне підприємництво є, серед інших, важливим каналом участі молоді у сталому розвитку, оскільки воно сприяє досягненню соціально значимих цілей, у тому числі скорочення масштабів бідності та безробіття, соціальної інтеграції та інклюзії, втілення у повсякденне життя технічних інновацій.

Проте низка факторів обмежує можливості молоді. Так, 46% молодих людей у віці 15–30 років у Європейському Союзі подумали б про створення власного бізнесу, але лише небагато зробили для цього активні кроки. Основними перешкодами на шляху молодих людей до становлення як підприємців є відсутність стартового капіталу чи інших ресурсів, фінансові ризики та недостатні знання та підприємницькі навички²⁰.

Використовуючи SWOT-аналіз, оцінимо сильні та слабкі сторони соціальних бізнес-проектів, можливості, які відкриває соціальне підприємництво для молодих людей, а також ризики та загрози, які можуть негативно вплинути в розвитку молодіжного соціального підприємництва. Основним джерелом емпіричних даних є звіт ООН «Молодіжне соціальне підприємництво та порядок денний – 2030»²¹.

Сильні сторони. Люди, які займаються підприємництвом, зазвичай, креативні, орієнтовані на активні дії, цілеспрямовані, їм властивий оптимізм, життєстійкість, толерантність до ризику. Ці характеристики

²⁰ Social enterprises and the social economy going forward: A call for action from the commission expert group on social entrepreneurship (GECES). EC Expert Group on Social Entrepreneurship. URL: <http://gsgii.org/reports/social-enterprises-and-the-social-economy-going-forward> (дата звернення: 5.08.2024).

²¹ World Youth Report (WYR): Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda. New York: United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2020. 134 p.

притаманні більшості молодих людей. Насамперед це пов'язано з віковими факторами: молоді люди знаходяться на тому етапі когнітивного, емоційного і неврологічного розвитку (сьогодні неврологія як галузь знання має в своєму розпорядженні докази того, що підлітки залучають основні області мозку для дивергентного мислення, тобто мають здатність до креативного пошуку альтернативних способів розв'язання теоретичних і вікових здатностей до креативного пошуку), коли прагнення до новизни та гострих відчуттів, підвищена готовність йти на ризик, недооцінка загроз, креативність, адаптивність, підвищене спонукання до винагороди є абсолютно нормальними проявами здорової психіки.

Молоді люди переважно спрямовані на розвиток, ніж збереження; розвиток, зміни – ключові цінності молодого покоління. У молодих людей бізнес-потенціал корелює з такими ціннісними орієнтирами, як саморозвиток та самореалізація.

Молодь, як правило, порівняно зі старшими поколіннями, швидше навчається, більш адаптована і толерантніша до будь-яких інновацій (останнє важливо, оскільки молоді люди, незважаючи на вік, мають великий досвід у галузі нових технологій, у галузі освоєння та конструювання цифрового ландшафту). Що стосується втілення цих якостей, молоді підприємці не тільки використовують свої здібності та задатки, а й «заражають» однолітків, мобілізуючи їх на роботу в соціальних бізнес-проектах. Цьому також сприяє відкритість молодих людей до обміну знаннями та досвідом.

На соціальному рівні молодь є групою, яка інакше, ніж старші вікові групи, дивиться на соціальні, екологічні та інші глобальні проблеми, а також інакше, ніж дорослі, оцінює ризики нестійкого розвитку та свої потреби та інтереси щодо соціального майбутнього. Багато молодих людей з тривогою ставляться до стану екології, потепління клімату, розуміючи, що переживуть дорослих, які зараз перебувають при владі. Молодь усвідомлює, що буде змушена мати справу з наслідками прийнятих сьогодні (як правило, в інтересах нинішніх, а не майбутніх поколінь) адміністративних рішень²².

Усвідомлюючи необхідність довгострокового стратегічного планування щодо таких питань, як екологія та інші аспекти сталого розвитку, молоді люди схильні виявляти підвищену відповідальність щодо майбутнього²³.

²² World Youth Report (WYR): Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda. New York: United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2020. P. 46.

²³ World Youth Report (WYR): Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda. New York: United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2020. P. 71.

Слабкі сторони. Молодь, яка займається соціальним підприємництвом, зазвичай має порівняно невеликий життєвий і професійний досвід. Хоча вона може запропонувати свіжий погляд на соціальні проблеми, у молодих людей, які займаються соціальним підприємництвом, як правило, відсутня бізнес-підготовка, немає навіть теоретичного досвіду в розробці бізнес-проектів, тому їх здатність до стратегічного планування, прогнозування результатів та готовність до подолання криз обмежені.

Компетенції, людські та ділові зв'язки можуть бути вирішальним фактором успіху соціального підприємства (або будь-якого іншого починання), тому початківці та підприємці перебувають у не вигідному (щодо зрілих підприємців та підприємств, що сформувалися) на ринку.

Економічна залежність молодих людей від старших поколінь також є слабкою стороною моделі молодіжного соціального підприємництва. Інституційні джерела фінансування, такі як банківські кредити, є малодоступними для молодих людей: у них немає кредитної історії та заставного забезпечення, і потенційні спонсори, грантодавці чи кредитори (як правило, комісії складаються з зрілих професіоналів із суттєвим досвідом роботи) розцінюють спонсорство чи кредитування молодіжних соціальних стартапів як ризиковане. Обмежений доступ до інституційного фінансування часто змушує молодь вдаватися до неформальних джерел, таких як сімейні / особисті заощадження чи споживче кредитування, що є суттєвою загрозою розвитку стартапів. Крім того, оскільки молодь часто має обмежену фінансову грамотність, молоді люди нерідко отримують кредити або інші форми фінансової підтримки на не вигідних для себе, часом кабальних умовах.

Можливості. У всьому світі зростає толерантність до ідеї, що найефективніші рішення щодо майбутнього можуть бути розроблені у просторі розширеної взаємодії між громадянами та цивільними некомерційними структурами (у тому числі молодіжними), комерційними підприємствами та структурами державного, регіонального та місцевого управління.

Зростає усвідомлення того, що соціальна, економічна та політична кооптація молоді є важливим завданням; у рамках цієї тенденції багато глобальних корпорацій прийняли та реалізують орієнтовані на молодь програми соціальної відповідальності. Залучення молоді до участі у продуктивній діяльності може принести значні довгострокові вигоди: розширення прав і свобод молодих людей і зміцнення їхньої віри

у власні сили можуть надихнути їх на створення власних соціальних підприємницьких проєктів або на участь у чужих²⁴.

Молодіжне соціальне підприємництво надає молодим людям можливості для розширення та продовження освітніх траєкторій: досвід створення власної компанії, спілкування з колегами та партнерами є значним доповненням до освіти, що отримується у рамках традиційних моделей. У цьому досвіді у молодих людей формуються компетенції XXI ст., які включають чотири основні категорії: критичне мислення; комунікативність; соцієтальність та співробітництво; креативність та творчий підхід. Ідея того, що саме ці компетенції складають базис особистісної та професійної компетентності та успішності, у XXI ст. не нова, але у рамках традиційної освітньої системи формуванню цих про м'яких компетенцій мало приділяється уваги.

Молодіжне соціальне підприємництво відкриває можливості для формування справжнього, практичного та орієнтованого на результат досвіду.

Істотні можливості у розвиток молодіжного соціального підприємництва лежать у площині цифровізації економіки та соціальної сфери. Так, оскільки багато постачальників фінансових чи бухгалтерських послуг мають широку фізичну та онлайн-присутність, молодим соціальним підприємцям тепер доступний широкий спектр варіантів фінансування та здійснення бухобліку. Цифрові технології також сприяють формуванню та зміцненню партнерських відносин, розширенню мереж та клієнтської бази, придбанню нових знань.

Ризики та загрози. Активному залученню молоді до економічної, фінансової, соціальної та політичної сфери перешкоджають політичні, соціальні та культурні бар'єри.

Однією з найсерйозніших проблем для молодих соціальних підприємців є фінансування. Хоча в основі соціального підприємства лежить соціальна місія, бізнес-операції мають бути фінансово стійкими, тому соціальні підприємці мають працювати над досягненням та підтримкою фінансової незалежності.

Хоча з'являються нові способи фінансування, обмежений доступ до традиційних джерел вважається найбільш нагальною проблемою для молодих соціальних підприємців, оскільки головна вада соціального підприємця, хоч як це парадоксально, – його молодість.

Традиційні інститути фінансування розглядають молодих людей як клієнтів з високим рівнем ризику неповернення кредиту, проте мають місце й ейджистські стереотипи – зневага молодих людей

²⁴ World Youth Report (WYR): Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda. New York: United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2020. p.76

як некомпетентних і не здатних приймати відповідальні рішення також відіграє свою роль. Обмежений доступ до джерел фінансування, су свою чергу, знижує потенціал молодіжного соціального підприємництва.

Правові та нормативні обмеження щодо діяльності підприємств, складності при реєстрації, складний режим оподаткування також є обмеженнями для поширення соціального підприємництва. Лише у небагатьох країнах та регіонах молодіжні соціальні стартапи повністю звільняють від податків, пільгові податкові режими також передбачені не у багатьох країнах.

Нерівний доступ до технологій створює ще один вид бар'єрів – цифрова нерівність, що посилює інші види нерівності.

Молодь, яка живе в районах, де якість підключення до Інтернету далека від сучасних стандартів цифрового суспільства (наприклад, у віддалених районах), не має доступу до ряду можливостей, таких як цифрові сервіси. Однак своєчасний доступ до оперативної підтримки через цифрові сервіси (послуги управлінського консалтингу, фінансового та бізнес-планування, юридичних консультацій, оцінки ризиків, маркетингової допомоги та навчання) може відігравати у розвитку молодіжного підприємництва не менш важливу роль, ніж фінансування.

Вибудовування соціального потенціалу сучасної молоді, особливо у стані суспільства, що безперервно трансформується, є одним з ключових напрямів молодіжної політики, затвердженої Урядом нашої країни. Держава вживає різноманітних заходів щодо підвищення соціального потенціалу та досягнення високого рівня соціальної активності молодого покоління.

Серед найбільш ефективних способів вирішення цього питання відзначається створення простору для суспільно значущої діяльності (залучення молоді до соціальної практики). У сучасному світі найпрестижнішою, поширеною формою участі громадян у суспільному житті є волонтерська діяльність

У сучасному світі волонтерство є важливою частиною успішного розвитку суспільства та може сприяти вирішенню актуальних соціально-економічних проблем країни та покращенню якості життя людей. Волонтерство стає інструментом не лише підтримки громадських ініціатив молоді, спрямованих на вирішення суспільних проблем, а й виховує, розвиває особу молодого покоління. Сучасний світ об'єднує мільйони людей, які прагнуть громадського порядку в рамках волонтерської діяльності.

Для молоді робота волонтером може бути відправною точкою у професійному житті. Молоді люди зможуть отримати досвід взаємодії

з іншими людьми, навчатися бути відповідальними і зможуть визначити власні подальші кроки. Участь молоді у волонтерській діяльності – не лише цікава та суспільно корисна діяльність, а й можливість ближче познайомитись із трудовою діяльністю та прийняти виважене рішення про вибір професії. Крім того, участь у волонтерській діяльності дозволяє отримати більш глибоке розуміння своїх інтересів та цілей у кар'єрі.

Волонтерська діяльність дає можливість молодим людям здобути навички та досвід, які можуть бути корисними при пошуку роботи. Розвиваються значною мірою «м'які» навички – комунікаційні навички, лідерство, робота в команді, організаційні навички та інші потрібні якості. Волонтерство забезпечує розширення списку контактів молодих людей, що є корисним для отримання порад, рекомендацій і навіть пропозицій про роботу.

Сама собою участь у волонтерській діяльності є додатковим аргументом для роботодавця при прийнятті рішення про працевлаштування, оскільки говорить про соціальну відповідальність та громадянську свідомість молоді людини. Багато роботодавців цінують такі якості потенційних співробітників.

Треба підкреслити, що в іноземних компаніях запис у резюме про участь у волонтерській діяльності виступає вагомим аргументом на користь кандидата. Ця практика також стає все більш популярною і серед українських компаній. Крім того, участь кандидата у волонтерській діяльності може дати цінне уявлення про його активну життєву позицію, позитивні риси характеру та ентузіазм до роботи.

Такі працівники завжди у ціні. До того ж, завжди можна розраховувати на рекомендації від координатора, які також будуть хорошим плюсом при працевлаштуванні. Можна говорити про те, що волонтерство набуває чітко вираженого інституційного характеру, що простежується в його організаційній структурі (формальне та неформальне), цілях, функціях та цінностях.

Метою волонтерських організацій є сприяння ефективній реалізації соціальної політики, яка орієнтована на різні групи суспільства, формування власної ідентичності та визнання волонтерської діяльності з боку суспільства.

Таким чином, основними інституційними елементами волонтерських рухів є: волонтерські програми та проекти; традиційні волонтерські заходи (волонтерські акції, зльоти, табори); спеціалізовані конгреси, форуми, конференції з проблем розвитку волонтерського руху, які проводяться на постійній основі; спеціалізовані волонтерські організації, які розвивають та підтримують добровольчі ініціативи; різноманітні

спеціалізовані мережі волонтерських організацій, фахівців у галузі волонтерства, а також добровольців, які користуються підтримкою; волонтерські (добровольчі) асоціації, спілки, поради; фонди підтримки та розвитку волонтерства; державні та муніципальні програми підтримки волонтерських ініціатив; правові акти та рішення у галузі волонтерства.

Таким чином, нині можна говорити про те, що процес інституціоналізації волонтерства є одним із пріоритетних державних завдань у нашої країні.

У сучасних умовах розвитку суспільства добровольчий рух в Україні стикається з безліччю проблем, що перешкоджають розвитку його як інноваційної, передової сили, що бере участь у вирішенні завдань, що стоять перед суспільством. Ставлення держави до волонтерської діяльності представлене в нашій країні дуже парадоксально. З одного боку, воно зацікавлене у добровольцях як силі, здатній вирішувати суспільні проблеми, з іншого – воно саме створює серйозні бар'єри, що перешкоджають роботі волонтерів. Через це відбувається зміна поглядів на волонтерську діяльність, вона починає сприйматися масою людей, як діяльність у- дозвілля, певне захоплення, нездатне перетворитися на щось значуще. Через бар'єри розвитку, що виникають, з'являються нові форми волонтерської діяльності, наприклад, віртуальне волонтерство (допомога через портали, соціальні мережі), мікроволонтерство (підпис петицій, участь в опитуваннях тощо), де спрощується процес комунікації та взаємодії. Також до проблем волонтерської діяльності можна віднести державну підтримку, яка має «спонтанний» (характер подій)» характер. Виникнення волонтерських центрів та рухів обумовлено їх необхідністю, при цьому у їх створенні відсутнє поняття системності.

Ситуативно регулюються окремі напрями волонтерства, що є наслідком відсутності стратегічного плану держави, спрямованого на цілісний розвиток волонтерської діяльності в Україні. Розробка та вдосконалення необхідної законодавчої бази, підготовка підтримуючих програм, безумовно, сприятиме розвитку волонтерської діяльності.

Для подолання проблем, що перешкоджають розвитку волонтерства, необхідно дотримуватися таких рекомендацій.

По-перше, необхідно розширити канали поінформованості молоді про волонтерську (добровольчу) діяльність у регіоні. Обов'язковою умовою має бути поширення інформації про результати волонтерської (добровольчої) діяльності. Важливе значення має робота, спрямована насамперед на популяризацію добровольчої діяльності серед молоді.

Усунення прогалин у знаннях про волонтерство буде однією з головних умов залучення молоді до волонтерського та добровольчого руху.

По-друге, необхідно створити умови для особистої зацікавленості молоді у волонтерстві/добровольстві. Інструментами підвищення особистої зацікавленості молоді у волонтерській (добровольчій) діяльності може бути можливість навчання, професійного розвитку учасників волонтерських організацій (організація тренінгів, мотиваційних сесій), особиста участь публічних людей як волонтерів.

По-третє, для залучення молоді віку 24–29 років необхідно розповсюджувати та підтримувати волонтерську (добровольчу) діяльність поза освітніми організаціями. Наприклад, взаємодіяти з організаціями, де молоді люди працюють.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи проведене дослідження, можна зробити такі висновки.

Проблеми молодіжної зайнятості зумовлені різноманітними причинами, що породжені соціально-психологічними, економічними, нормативно-правовими чинниками. Оскільки молодіжний контингент є вкрай неоднорідним за віком, освітнім та професійним рівнем, кожен потребує побудови індивідуальної траєкторії розв'язання проблеми зайнятості.

Освіта, і бізнес методично та організаційно мають бути готовими до роботи з представниками нового цифрового покоління, орієнтуючись на вже сформоване в теорії та на практиці уявлення про соціокультурні особливості поколінь «Y» та «Z», основними серед яких можна назвати наступні: прагнення до отримання швидкого, але не довгострокового результату; значимість змістовної складової професійної діяльності; актуальність ігрових аспектів професійної діяльності; актуальність неформального стилю спілкування, комфортного соціально-психологічного стану, вільного графіка роботи; значимість особистої думки про свою кар'єру та місце у суспільстві; значна мотивація до змістовної праці, на противагу матеріальній мотивації. Врахування зазначених вище особливостей цифрового покоління дозволить покращити ситуацію на молодіжному ринку праці в цифрову епоху.

Для успішного подолання проблем зайнятості молоді необхідно зміцнювати взаємодію особистості та суспільства, суспільства та держави. Держава має зосередитись на потребах молоді у працевлаштуванні та створити ефективну інституціоналізовану систему допомоги молодим людям у працевлаштуванні. Важливо відстежувати та збирати найновішу інформацію щодо умов ринку праці та проводити

систематичні дослідження щодо майбутніх потреб підприємств та організацій у кадрових ресурсах.

Також важливо проводити консультаційну та мотиваційну роботу, яка спрямована на підвищення готовності молоді до самостійного працевлаштування, посилення їхньої активності та професійної мобільності. Політика у сфері освіти має забезпечувати молодь, яка вступає на ринок праці такими професійними компетенціями, які підвищать їхні можливості під час працевлаштування. З боку молоді необхідно розвивати власні можливості: навчатись об'єктивно оцінювати перспективи майбутньої професії та можливість працевлаштування на відповідну роботу; вчитися бути мобільним та гнучкими на ринку праці; шукати можливості нагромадження досвіду роботи для власного майбутнього.

Отже, розв'язання численних проблем адаптації сучасної молоді на світовому ринку праці можливе за умови використання комплексного підходу. У його рамках синтезуються зусилля чотирьох сторін: держави – у вигляді ефективної політики сприяння молодіжної зайнятості, освітніх установ – реалізація принципу практикоорієнтованого підходу в навчанні, роботодавців – зняття бар'єрів за досвідом роботи під час наймання співробітників, самої молоді – реалізація принципу безперервної освіти, мотивованого саморозвитку.

АНОТАЦІЯ

Автором проаналізовані особливості поколінь «Y» та «Z» та показано, що облік цих характеристик дозволить покращити ситуацію на молодіжному ринку праці у цифрову епоху. У дослідженні розкрито проблеми сучасного молодіжного ринку праці, такі як необґрунтована амбітність молоді, недовірливе ставлення роботодавців до молоді, невідповідність більшості молодих людей до трудового життя після закінчення вузу, невідповідність системи освіти вимогам бізнес-середовища та ринку праці та, передусім, підготовка працівників за професіями, які не потрібні ринку праці. Автор доводить висновок про те, що вирішення численних проблем адаптації сучасної молоді на ринку праці можливе при використанні комплексного підходу, коли до цього процесу будуть включені всі зацікавлені сторони: роботодавці, держава, навчальні заклади, молодь. Враховуючи позитивний зарубіжний досвід низки європейських країн, необхідно пильнішу увагу приділяти розробці вітчизняних програм працевлаштування молоді, системному підходу до цієї проблеми. Результати дослідження можуть бути використані для розробки довгострокової державної програми підтримки зайнятості молоді та розробки оперативних заходів політики сприяння зайнятості різних соціальних груп української молоді.

Література

1. Howe N., Strauss W. Generations : the history of America's future, 1584 to 2069. New York : William Morrow & Company, 1991. 538 p
2. Ермоленко А. Б. Розвиток національного освітнього простору в контексті надбань теорії поколінь. *Вісник національного університету оборони*. 2015. №3(40). С. 82–87. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/11251/1/%D0%84%D1%80%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf> (дата звернення 1.08.2024).
3. Економічна активність населення України 2016 рік: Стат. збірник / Державна служба статистики України, 2017, 207 с. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 1.08.2024).
4. Сорока О. В. Покоління Z: проблеми та перспективи на ринку праці. *Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях* : зб. матеріалів XIX Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Одеського національного економічного університету, 17–18 травня 2021 р. /М-во освіти і науки України, Ін-т модернізації змісту освіти, ОНЕУ. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 310–312.
5. Кривцова М. С. Сорока О.В. Покоління z як потенційний сегмент ринку праці. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/404> (дата звернення 2.08.2024).
6. McCrindle M., Wolfinger E. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. URL: https://2qean3b1jdd1s87812ool5ji-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2016/12/McCrindle-Research-ABC-03_The-GenerationMap_Mark-McCrindle.pdf (дата звернення 2.08.2024)
7. Nagy A., Kölcsey A. Acta Generation Alpha: Marketing or Science? *Acta Technologica Dubnicae*. 2017. 7. P. 107–115.
8. World Association of Public Employment Services. URL: <http://wapes.org/en/memberslist?&&page=19> (дата звернення: 5.08.2024).
9. International Confederation of Private Employment Agencies (CIETT) URL: <http://www.ciett.org/> (дата звернення: 5.08.2024).
10. Economic Report 2022 Edition URL: <http://www.ciett.org/economicreport2022> (дата звернення: 5.08.2024).
11. Kudrinskaja, I. V. The problem of career guidance of the youth in domestic pedagogical theory and practice / I. V. Kudrinskaja, A. V. Kidinov, E. P. Kabkova [et al.]. *Eurasian Journal of Biosciences*, 2020. Vol. 14, № 2. P. 3815–3821. URL: <http://www.ejobios.org/download/the>

problem-of-career-guidance-of-the-youthin-domestic-pedagogical-theory-and-practice-8012.pdf (дата звернення: 5.08.2024).

12. Міненко В. Л. Порівняльний аналіз світових моделей державного регулювання економіки та ринку труда. *Теорія і практика державного регулювання*. 2009. № 3. С. 240–247. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2009_3_36 (дата звернення: 5.08.2024).

13. Bundesministerium für Bildung und Forschung. URL: <https://www.bmbf.de/> (дата звернення: 5.08.2024).

14. Eichhorst W., Rinne U. Promoting youth employment through activation strategies: Employment working paper No. 163. *International Labour Office* URL: https://www.ilo.org/employment/Whatwedo/Publications/working-papers/WCMS_322411/lang--en/index.htm (дата звернення: 5.08.2024).

15. Delgado M. Social Youth Entrepreneurship: The Potential for Youth and Community Transformation. Westport, CT; London: Praeger, 2004. 240 p.

16. Social enterprises and the social economy going forward: A call for action from the commission expert group on social entrepreneurship (GECES) / EC Expert Group on Social Entrepreneurship. URL: <http://gsgii.org/reports/social-enterprises-and-the-social-economy-going-forward> (дата звернення: 5.08.2024).

17. The Emergence of Social Enterprise. eds C. Borzaga, J. Defourny. London ; New York: Routledge, 2001. 383 p.

18. Greene L. R., Tan A., Hawkins L. Sustainable Impact: How Women are Key to Ending Poverty. Singapore : Partridge, 2017. 186 p.

19. Social entrepreneurship and youth. Eurobarometer: Public Opinion in the European Union. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670> (дата звернення: 5.08.2024).

20. World Youth Report (WYR): Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda. New York : United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2020. 134 p.

Information about the author:

Soroka Oleksandra Volodymyrivna,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Personnel Management
and Labor Economics

Odesa National Economic University
8, Preobrazhenskaya str., Odesa, 65082, Ukraine