**Проект розвитку КП Обласний молодіжний центр**

**Олександра Тарнавського**

Однією з важливих задач сучасного суспільства є становлення молоді, як рушійної сили в формуванні сильної нації та держави.

Молодь завжди розглядається як майбутнє країни. Для побудови нового суспільства потрібно вже зараз виховувати освічену, творчу, різносторонньо розвинену і соціально активну молодь. Молодіжні проекти , молодіжні програми, молодіжні громадські об′єднання грають дедалі помітнішу роль в соціальному житті, стають місцем прикладання зусиль і прагнення юного покоління зробити повсякденне життя суспільно значущим та цікавим.В зв′язку з цим зростає роль органів місцевого самоврядування, яке має визнати прагнення молоді до змін.КП Обласний молодіжний центр має бути плацдармом для втілення цієї мети .

**Мета:** виховання творчих, різностороннє розвинених і суспільно активних громадян країни з активною життєвою позицією і високими моральними якостями. Створення місця, де молодь з користю проводитиме вільний ас

**Задачі:**

- збільшення прибутків підприємства

- модернізація приміщень

- зміна підходу до маркетингу підприємства

-підтримка молодіжних ініціатив;

-розвиток молодіжного самоуправління шляхом об′єднання і координації зусиль молоді, громадськості і органів місцевого самоврядування;

-створення у молоді сучасних уявлень про формування суспільства нашої держави;

-створення умов для самовизначення, самореалізації і соціальної адаптації молоді;

**Початкова стратегія розвитку підприємства базуватиметься на перейнятті досвіду молодіжних центрів інших регіонів, які успішно діють не перший рік. Першочергові зміни мають бути в таких напрямках:**

1.Маркетинг (рекламна кампанія омолодження таоновлення зовнішнього вигляду закладу для того аби зробити підприємство більш популярним та привабливим для молоді)

2.Національно патріотичне виховання (формування у молодого покоління високої патріотичної свідомості, почуття поваги та вірності Україні, готовності до виконання громадянського і конституційного обов′язку із захисту національних інтересів та цілісності країни)

3.Розвиток молодіжного підприємництва (створення любительських об′єднань та клубів за інтересами, відкрита зона коворкінгу з конференц-залоюдля створення унікального середовища бізнес-розвитку, де ініціативна молодь могла би зустрічатись та обмінюватися ідеями,сприяння підвищенню фінансової грамотності молодих людей)

4.Культурно-освітня (організація та проведення масових заходів, семінарів, майстер класів, концертів, виставок, та фестивалів)

5.Психологічна допомога молоді(полягає у професійній психологічній підтримці молоді, залучення в повноцінне життя молодих людей, котрі відчувають проблеми з інтеграцію в суспільстві, підтримка учасників бойових дій та переселенців, а також молодих сімей , що опинилися в скрутному соціальному становищі)

6.Профорієнтація молоді(організація тренінгів і семінарів, спрямованих на особистісний та професійний розвиток молоді, а також окремо спрямована робота, що полягає в наданні допомоги молоді в усвідомленому виборі свого професійного шляху)

7.Творчість та соціальна адаптація(створення умов для успішного розвитку і реалізації творчого потенціалу молоді, профілактика негативних явищ в молодіжному середовищі, системне залучення молоді до суспільного життя і розвиток навичок самостійного життя)

8.Комерційна діяльність(закупівля та показ популярних серед молоді фільмів, створення власної відеопродукції у вигляді соціальних роликів, та соціальної реклами, отримання прибутку з оренди приміщень, створення власного розважального центру , а також кінематографічного арт-кафе, яке збільшить популярність підприємства серед молоді)

**Очікуваний результат :**

-збільшення прибутковості підприємства;

- підвищення рівня участі молоді у соціальному житті міста;

- впровадження молодіжних ініціатив в розвиток культури;

- формування єдиної молодіжної політики в місті, в тісній взаємодії з органами місцевого самоврядування і соціальними інститутами міста;

- зниження рівня алкоголізму та наркоманії серед молоді шляхом залучення їх до соціально важливих проектів і масових заходів;

 **Проект створення антикафе**

 Однією з основних завдань молодіжного центру є створення безпечного простору для дозвілля молодих людей, в якому вони могли б зустрічатися, відпочивати, слухати приємну музику, грати в настільні ігри, почитати книгу тощо.

Саме таким місцем серед молоді є так звані антикафе, які активно набирають популярність по всій Україні. Їхня головна відмінність від звичайних кафе, полягає у зосередженні уваги саме на дозвіллі і розвагах.

Ми ж пропонуємо зробити тематичне антикафе в напрямку кінематографу, та розділити його на комплекс вільних просторів , де кожен простір матиме свою мету.

 Отже перший простір це зона відпочинку та розваг, там молодь матиме змогу насолодитись приємною атмосферою , відеоіграми, різноманітними настільними іграми та поспілкуватися з друзями.

 Другий простір буде облаштований невеликою баристою де подаватимуться різноманітні напої (безалкогольні) та перекуси. В цій же зоні будуть проводитись творчі вечори (літературні , театральні) , виставки картин та фотографій, що постійно змінюватимуться , також тут проводитимуться майстер класи та тренінги . Невід’ємною частиною цієї зони буде швидкісний інтернет. Для поціновувачів гумору проводитимуться стендап вечори, де молоді коміки зможуть проявити свій талант на публіці. Тому в цьому ж просторі буде облаштоване невелика сцена.

 В третьому просторі буде робоча зона (коворкінгу) , вона буде облаштована столами та зручними стільцями для того аби молодь могла себе комфортно почувати , працювати, розробляти проекти та обмінюватись ідеями, там же буде місце для проведення семінарів і лекцій та невелика бібліотека. Таким чином сподіваємось створити умови для продуктивної праці та особистісного зростання молодих людей.

Інтер'єр кожного простору різнитиметься оригінальністю і відповідатиме направленню цього простору, але основна специфіка буде звичайно за темою кінематографу, для привернення уваги молоді до цього жанру через інші види мистецтва.

**Отже, подібний формат закладу при малій ціні години перебування в ньому 15-30 гривень залучає маси відвідувачів наступних цільових груп:**

-Студенти, ліцеїсти-гімназисти, яким групами цікавіше робити домашні завдання «під чай з печивом в будь-яких кількостях», при тому з можливістю цікавого спільного дозвілля після виконання завдання з використанням антуражності наповнення даного кафе;

-Молодіжні групи - як місцеві, так і туристи, гості міста - з малої платоспроможністю: для яких 15-30 гривень за годину - дешевше, ніж три чашки чаю, випитих за цей же час в звичайному кафе;

-Відвідувачі, які приходять переважно заради дозвілля в антикафе - книг, електронних носіїв, настільних ігор - або заради заходів. Серед них можуть бути і нудьгуючі підлітки, і менеджери, і цілі корпоративні групи - в загальному, найширша аудиторія.

Досвід успішно діючих антикафе показав, що вартість витратних матеріалів до чеку (напої, закуски, одноразовий посуд) зазвичай не перевищує 12%. А загальна рентабельність таких підприємства складає 20 %.

Тобто, відвідувач який платить за 1 годину перебування в антикафе 30 гривень з них «випиває-з'їдає» всього на 4 гривні собівартості при умові якщо на напої та їжу не встановлено окрему ціну. Користується інфраструктурою, працею працівників і відрахуваннями державі від антикафе ще на 20 гривень.

І нарешті, залишаються 6 гривень - саме стільки кожна людина в годину приносить закладу операційного прибутку.

Отже, порахуємо можливий прибуток всього проекту за умови роботи 15 годин щодня з максимальною відвідуваністю 50 осіб і середньої наповненістю 20 осіб постійно (організатори подібних клубів радять виходити з середньої наповненості в половину або третину від максимуму).

Отже, мова йде про 6 грн\* 20 чол. \* 15 год. \* 30 днів = 50-60 тисяч гривень.

**Маркетингова програма антикафе традиційно буде складатися з рекламної роботи та роботи з клієнтами.**

1.Зовнішня реклама. Вивіски, банери, листівки, візитки і т.д. Реклама в ЗМІ, радіо, інтернеті.

2.Знижки, акції. Залучення нових клієнтів, на приклад, “день відкритих дверей” тощо.

3.Інтернет. Робота в соціальних мережах, ведення сторінок, блогів, організація власного сайту.

4.Робота з організаціями. Комплексні пропозиції на послуги.

5.Робота з агентами. Залучення нових клієнтів через агентів.

**Програма профорієнтації молоді**

 **Мета програми** профорієнтаційної підготовки та допомоги молоді у працевлаштуванні зорієнтована, перш за все, на реалізацію головної мети – підготовку висококваліфікованих, інтелектуально розвинутих, духовно багатих, розумово сформованих та фізично здорових фахівців.

**Основна діяльність направлена на:**

* проведення роботи, спрямованої на надання допомоги молоді при професійному самовизначенні;
* надання групової профконсультаційної допомоги у формі лекцій, семінарів, тренінгів, майстер-класів, конференцій різної спрямованості;
* залучення молоді до профінформаційних масових заходів – проведення днів відкритих дверей, ярмарків вакансій;
* проведення індивідуальної профконсультаційної роботи у спеціально створених консультативних пунктах – тестування, анкетування, реалізація тренінгових програм для безробітної молоді, а також молоді з особливими потребами;
* залучення молоді до участі в усіх сферах життєдіяльності м.Чернігова;
* проведення зустрічей із представниками різних професій, що розраховані на поетапне та послідовне ознайомлення молоді з певними групами професій та спеціальностей;
* організація "круглих столів" за участі представників роботодавців, щодо проблем профорієнтації та працевлаштування молоді м. Чернігова;
* налаштування ефективного та дієвого соціального діалогу із роботодавцями, керівниками управлінь, служб, представниками центральних, місцевих органів влади та узгодження з ними умов для подальшого працевлаштування молоді;
* заключення письмових домовленостей (угод) з керівництвом підприємств про працевлаштування молоді;
* залучення молоді до підприємницької діяльності, створення відповідних умов функціонування та ефективного розвитку молодіжного підприємництва;
* підтримка та супровід ініціативної молоді, їх проектів, розгляд та допомога при вирішенні трудових спорів;
* створення власного веб-сайту та внесення інформації щодо діяльності підприємства, ведення бази даних про навчальні заклади, фірми із працевлаштування, вакантні робочі місця, тренінги, семінари тощо;
* організація тематичних вечорів та клубних об’єднань, що спрямовані на формування та удосконалення лідерських, ораторських, та удосконалення конкретних професійних навичок, підвищенню готовності до конкурентоспроможності молоді на ринку праці, оволодінню знаннями з основ психології;
* телефонне інформування, яке буде надавати молоді об’єктивну інформацію стосовно наявності вакансій на ринку праці та можливість перекваліфікації чи підвищення кваліфікації;
* збори-семінари керівників регіональних підприємств, установ і організацій з питань працевлаштування молоді та проходження стажування;
* розповсюдження друкованої продукції, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, а також залучення засобів масової інформації;
* сприяння вивченню, узагальненню, обміну та поширенню вітчизняного та зарубіжного досвіду роботи у сфері професійної орієнтації населення;
* проведення системного аналізу актів та проектів актів законодавства з питань професійної орієнтації населення з метою визначення основних напрямів його вдосконалення ;
* розроблення пропозицій, щодо розвитку міжнародного співробітництва, спрямованого на вдосконалення системи професійної орієнтації молоді.

**Очікувані результати :**

- Ми сформуємо свідоме ставлення молоді до вибору професії, зацікавленість та усвідомлення соціального та особистого значення вибору професії, що несе в собі фундаментальний аспект, при формуванні особистості .

 - Вибір майбутньої професії з урахуванням індивідуальних особливостей молоді та попиту ринку праці.

- Зниження дисбалансу на ринку праці серед молодих спеціалістів.

- Працевлаштування молодих спеціалістів та студентів на перше робоче місце, зменшення кількості безробітної молоді.

- Збільшення чисельності приватних підприємств міста Чернігова.

- Підвищення конкурентоздатності молоді на ринку праці.

- Покращення матеріального становища молоді.

- Здобуття практичних професійних навичок та підвищення рівня професійної кваліфікації.

**ПРОГРАМА НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Сучасна ситуація в Україні потребує серйозного підходу до національно-патріотичного виховання молоді.

На наших очах молоде покоління зростає без почуття національної гідності та гордості за свою приналежність до української нації. Серед підлітків все частіше можна помітити аморальну поведінку, безкультур′я та меркантильність. Глобальними проблемами також є алкоголізм та наркоманія.

Як наслідок – молодь їде за кордон в пошуках кращого життя, проводить вільний час за пляшкою алкоголю, сідає за грати.

**Метою** програми є створення ефективної системи виховання національно свідомих патріотів, які зможуть приймати повноцінну участь в різних сферах суспільства, що забезпечить Україні гідне місце серед інших розвинених країн. Національна свідомість, українська ідентичність, вірність традиціям, активна життєва позиція та відчуття суспільного обов′язку мають бути в тренді серед молоді.

Мета програми реалізується через такі **завдання**:

* створення системи загального, комплексного, безперервного патріотичного виховання, освіти молоді на основі збереження та примноження культурної спадщини, відродження традиційних цінностей;
* створення об’єднань, центрів, клубів, діяльність яких пов’язана з національно-патріотичним вихованням дітей та молоді;
* утвердження здорового способу життя та протидія негативним явищам у дитячому і молодіжному середовищі;
* збереження та розвиток почуття гордості і пам’яті про подвиги загиблих під час визвольних змагань, захисників України, формування поваги до військової історії України;
* проведення заходів з вивчення та популяризації історії України, області, рідного краю, культурної спадщини;
* проведення масових військово-спортивних заходів, популяризація фізичної культури і спорту серед дітей та молоді;
* підвищення інтересу до військової історії, активізація творчої діяльності колективів з популяризації військово-патріотичної тематики;
* формування національної свідомості крізь призму історичної та культурної спадщини українського народу;
* впровадження волонтерських практик у систему виховної роботи;
* налагодження взаємодії між державними установами та громадськими організаціями.

**Результатом** ефективної реалізації програми національно-патріотичного виховання молоді мають стати:

* збільшення кількості глядачів на переглядах творів кіномистецтва, що розкривають героїчне минуле та сьогодення Українського народу;
* розширення сфери застосування української мови дітьми та молоддю; збільшення кількості дітей і молоді, які пишаються своїм українським походженням, громадянством;
* збільшення кількості проведених зустрічей дітей і молоді з борцями за незалежність України у XX столітті, учасниками антитерористичної операції в Донецькій та Луганській областях;
* збільшення чисельності молоді, готової до виконання обов’язку із захисту Батьківщини, незалежності та територіальної цілісності України;
* зупинка зростання кількості призовників, які ухиляються від служби у Збройних Силах України;
* збільшення кількості молоді, що займається фізичною культурою та спортом;
* зменшення рівня злочинності серед молоді;
* зменшення кількості молодих людей, які курять, вживають алкоголь, приймають наркотики.

Втілення програми національно-патріотичного виховання відбуватиметься завдяки таким **заходам**:

* проведення туристично-краєзнавчих екскурсій для популяризації молодіжного туризму;
* заходи патріотичного спрямування у навчальних закладах (зустрічі з воїнами АТО);
* проведення військово-польових зборів для набуття молоддю практичних навичок з основ військової справи, у тому числі з вогневої, тактичної, прикладної, фізичної та медико-санітарної підготовки;
* таборування, вишколи;
* виставки;
* лекції;
* змагання.

В успішній реалізації програми своєю перевагою вважаю наявність команди та досвід. Членами моєї команди є учасники бойових дій на сході, спортсмени, націоналісти. Протягом останніх восьми років ми провели не один десяток успішних заходів у сфері національно-патріотичного виховання. Вихованцями нашої неформальної організації стали більше ста чоловік, більшість з яких готові до співпраці. Завдяки активній громадянській позиції, орієнтації на спорт та здоровий спосіб життя, участі в революції гідності та в бойових діях на сході наша команда є взірцем та прикладом для великої кількості молоді, яка нам симпатизує.

**Стратегія розвитку кінотеатру**

Однією із важливих задач молодіжного центру є відродження кінотеатру, адже серед всіх видів мистецтва - кіно займає унікальне місце в сучасному світі, а відповідно і в житті людини.

**Мета** - реконструкція кінотеатру, зміна маркетингової стратегії, збільшення прибутку.

Загальна площа будівлі - 2683 м2.
Під кінопоказ відведено три зали:

1. Червоний кінозал - 506 м2, 415 місць.

З головних і єдиних переваг залу - великий сучасний екран зі срібним покриттям та сучасна апаратура для трансляції фільмів у форматі 2D.

Для показу фільмів у форматі 3D, потрібно допридбати апаратуру ще на 200-300 тисяч.

 Звук - відлуння Радянського Союзу у прямому сенсі. Працівники кінотеатру, власними зусиллями переробили колонки, щоб хоч трохи походило на сучасне озвучення але звук все одно доноситься із запізненням.

Необхідно: придбати сучасну стерео систему, замінити місця для сидіння на більш комфортні, облаштувати звукоізоляцію, провести косметичний ремонт зали.

1. Блакитний кінозал - 424 м2, 300 місць.

 Конструкція залу ідеально підходить для тренінгів, конференцій та концертів.

 Екран - око Радянського Союзу, та при великому бажанні, можна щось роздивитись. Для кінопоказу апаратура не підходить, та можна підключити проектор для показу інформації, відповідно до заходу. Як варіант залучення молоді - показ спортивних трансляцій

1. Круглий кінозал - 80 м2, 70 місць.

 Зал дуже затишний, ідеальне місце для проведення різного роду семінарів, майстер-класів.

 Екран - старий але достатньо великий.

 Для кінопоказу апаратура не підходить, та можна підключити проектор для показу інформації, відповідно до заходу.

Головні проблеми, що об'єднують всі зали - протікаючий дах, жахливі крісла для сидіння, погане освітлення, стара підлога, застарілий інтер'єр.

 Витрачаються величезні кошти на обігрів території, а результату майже немає. Без верхнього одягу знаходитись у будівлі не реально.

Треба терміново замінити систему опалення на ефективну, більш сучасну, яка взимку буде підігрівати повітря, а влітку-охолоджувати.Необхідно облаштувати гардероб.

Після вдалої реконструкції, потрібно запустити ефективну рекламу, яка проінформує молодь про оновлений кінотеатр. Необхідно підключити соцмережі в повній мірі та створити конкурентоспроможний сайт.

Підрахувати приблизний прибуток кінотеатру можливо наступним чином:

вартість квитка 50грн.\*4 сеанси кіно (в день) \*100 чоловік (на одному сеансі)\*30 календарних днів =600000 грн/міс

Через те, що наповненість залу може бути різною, прибуток, з точки зору ризику, слід розділити на 2. Таким чином, місячний прибуток від продажу квитків становитиме 300´000 грн.

Враховуюи те, що дистриб'ютор, який надає кіноплівку, отримує 50% прибутку від проданих квитків, прибуток кінотеатру від продажу квитків може становити 150000 грн.