

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО  
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ  
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2020 року  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



**Мелітополь 2020**

zayavi-o-sebe/

3. Нехай В.В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: Дис . ... док. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: СУМДУ, 2019. 543 с. URL:

<https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13951266124923024159&btnI=1&hl=ru&authuser=1>;

4. Нехай В. В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) (Index Copernicus та ін.)*. 2018. № 2 (37). С. 122–128;

5. Нехай В. В. Обрання консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту сільськогосподарської техніки. *Національний менеджмент в умовах інтеграційних та глобалізаційних викликів* / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Михайлової. Суми : ФОП Литовченко Є. Б., 2019. С. 193–218.

6. Нехай В. В. Інновації створення маркетингових організацій. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts 21st–22nd of May, 2020*. Marijampole and Kaunas, Lithuania, С. 64-65.

**Науковий керівник: Нехай В.В.**, д.е.н., доцент кафедри менеджменту, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

## ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

**Торопов Є.П.** (ГР. 21МБМН), viktorija24023@ukr.net

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

З початку існування організованого виробництва, людство прагне до якнайповноціннішої реалізації виробленого. Збут завжди потребував особливої уваги, організаційної творчості та високого ступеню відповідальності.

Менеджери підприємств, які вкладають значні кошти у виробництво, мають турбуватись про належний збут виробленого ще на стадії втілення ідеї виробництва певного продукту. Методи, якими користуються при організації збуту різноманітні, але єдиним є поділ на прямий та непрямий збут. І той, і інших вимагають вкладення певних коштів і кожен випадок обрання типу збуту супроводжується підрахунком вартості його втілення.

Так, підприємства сільськогосподарського машинобудування виробляють стратегічно необхідну продукцію. Вона потрібна сільському господарству не лише своєї країни та країн пострадянського простору, а й далекого зарубіжжя. Але належного збуту ця продукція не має. На заводі стоїть ціла низка обставин, зокрема, слабка система управління на рівні окремих господарських одиниць та відсутність прагнення, а подекуди й свідоме уникнення змін, тобто прослідковуються недоліки спрямування зусиль на потреби ринку, робота «від можливого», що не сприяє конкурентоспроможності [1].

«Збут являє собою вид діяльності суб'єкта, що здійснює господарську діяльність з виробництва та реалізації споживачеві або фірмі-посереднику вироблених товарів. Він є кінцевим етапом перебування продукту на підприємстві, який настає після циклу виробництва і для підприємства є визначальним на шляху до отримання бажаного та очікуваного результату діяльності» [2-4]. Цей висновок є ґрунтовним, бо ж для відтворення процесу виробництва необхідно відновити витрачені ресурси (фінансові, матеріальні, кадрові) та отримати певний прибуток, заради якого господарська діяльність організована. Безперервна циклічність цього дійства і є свідченням прибуткової господарської діяльності.

Парадигма збуту полягає у формуванні сукупності фундаментальних знань, прийомів, цінностей, прагнень, які збігаються по суті зі знаннями, прийомами, цінностями, які властиві цілеспрямованому, організованому господарюванню. Збут являє собою вид діяльності

суб'єкта, що здійснює господарську діяльність з виробництва та реалізації споживачеві або фірмі-посереднику вироблених товарів. Він є кінцевим етапом перебування продукту на підприємстві, який настає після циклу виробництва і для підприємства є визначальним на шляху до отримання бажаного та очікуваного результату діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нехай В.В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: Дис . ... док. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: СУМДУ, 2019. 543 с. URL: <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13951266124923024159&btnI=1&hl=ru&authuser=1>;

2. Нехай В. В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) (Index Copernicus та ін.)*. 2018. № 2 (37). С. 122–128;

3. Нехай В. В. Обрання консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту сільськогосподарської техніки. *Національний менеджмент в умовах інтеграційних та глобалізаційних викликів* / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Михайлової. Суми : ФОП Литовченко Є. Б., 2019. С. 193–218.

4. Нехай В. В. Інновації створення маркетингових організацій. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts 21st–22nd of May, 2020*. Marijampole and Kaunas, Lithuania, С. 64-65.

## **ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ**

**Чертюк В. В.**, vikyachertyuk123@gmail.com

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

Сьогодні існує розбалансованість ринку праці та його деформації. Все це спричинено надмірними темпами лібералізації економіки, яке посилюється політичною нестабільністю в країні, ігноруванням ринкових законів, в першу чергу, попиту і пропозиції робочої сили, а також пандемією. Крім того, на етапі формування ринкових відносин в Україні склався нетиповий ринок праці, який характеризується прихованим безробіттям, аномальним співвідношенням основних макроекономічних показників, загрозуючою поляризацією доходів населення і поглибленням соціальної нерівності. За таких умов зростає роль держави в управлінських процесах, що мають спрямовуватися на підвищення ефективності функціонування ринку праці, виведення вітчизняної економіки на рівень розвинених країн світу на основі удосконалення механізмів державного регулювання ринку праці.

Ринок праці зараз в унікальному становищі. За словами експерта Інституту Growford Олексія Куша, це гібридна криза, адже вона спричинила як кризу попиту, так і кризу пропозиції на ринку праці. Посилення конкуренції, розвиток економіки знань, інформаційних технологій, зміни в змісті і формах праці потребують оновлення системи регулювання ринку праці. Для України також актуальними є внутрішні чинники соціально-економічної нестабільності, пов'язані із посиленням соціальної напруги в суспільстві на фоні зниження рівня життя, погіршенням умов зайнятості, територіальними та професійно-кваліфікаційними диспропорціями між попитом та пропозицією на ринку праці, загостренням ситуації на локальних ринках праці[2]. В Україні прогнозують рівень безробіття-**9,4%** за підсумками 2020 року. Натомість МВФ дає ще песимістичніший прогноз-10%. Ситуація дещо покращиться у 2021: безробіття може впасти до 9,1%. Є прогноз, що мігранти будуть повільно повертатися до місць роботи за межами України, тому що тут будуть актуальні для них спеціальності[3].

За даними Державної служби зайнятості, зараз є попит на:

- працівників у сферах сільського та лісового господарства;