

**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**

- торгівлі та послуг (продавець продовольчих товарів, касир, кухар, прибиральник, робітник з благоустрою);
- у сфері логістики (кур'єр, водій, вантажник, завідувач складу);
- в охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги (медсестра / медбрат, соціально-працівник);
- в охоронній сфері (сторож)[1].

Отже, на сучасному етапі, коли національна економіка познає змін, активізувався й попит на робочу силу, але пропозиція не може в достатній мірі закрити цю потребу. Тому зараз панує безробіття, яке є тривалим процесом у зв'язку із значними коливаннями в економіці та суттєвими структурними змінами. Для виправлення цього необхідна розбудова підприємств та залучення інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про зайнятість населення : Закон України від 01.03.1991 № 803-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. - 2018. - № 14. – С. 120 – 170./
2. Бражко О. В. Вплив людського потенціалу на соціально-економічний розвиток України / О. В. Бражко // Економіка та держава. – 2018. – №7. – С.97-99.
3. Державне регулювання зайнятості населення в Україні [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecv\\_d\\_2013\\_3\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecv_d_2013_3_39)

**Науковий керівник:** *Синяєва Л.В., д.е.н., професор кафедри менеджменту, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного.*

## **ПОТРЕБИ ТА ЇХ РОЛЬ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА**

**Шило А.С., [nastya.shilo98@gmail.com](mailto:nastya.shilo98@gmail.com)**

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

Економічну природу людини можна розглядати як сукупність її економічних потреб і захоплень. Усвідомлені економічні потреби виявляються як економічні інтереси. Тому потреби є вихідним пунктом розробки національної економічної, соціальної і науково-технічної політики розвинутих країн. Так, суспільні потреби є основою для прийняття рішень у найважливішій для розвитку виробництва структурно-інвестиційній сфері.

Актуальність теми обумовлена тим, що людська особистість є водночас і діючим суб'єктом цілісної системи економічних відносин та економічних інтересів. Тільки реалізуючи свої інтереси, людина суттєво й активно впливає на економіку загалом, бере участь у всіх галузях і сферах соціального життя. Побудувати ефективну, раціональну систему господарювання, досягти серйозних успіхів у соціально-економічному зростанні суспільство може, лише реалізуючи у відтворювальній життєдіяльності все зростаючі потреби і виходячи з певних інтересів людини. Загальновизнано, що в основі спонукання до трудової діяльності лежать матеріальні потреби. Визначаючи їх спрямованість, потрібно виходити з того, що відтворення людини, як і виробничого процесу на макро- або мікрорівні, є обміном речовин з природним середовищем, який потрібно постійно підтримувати у динамічній рівновазі. Ця рівновага характеризується системою певних параметрів, що мають гранично допустимі й оптимальні значення, звичайно, не раз і назавжди визначені. Відхилення від цих значень, їх очікування породжує стан напруження, спонукаючи до дії з метою його подолання. Такий стан, як вважають дослідники, можна назвати потребою.

Продуктивні сили, безперервно розвиваючись, не лише створюють умови для задоволення потреб, які склалися, а й стають ґрунтом для виникнення нових потреб. Зростання маси і різноманітності споживних вартостей у результаті зростання продуктивних сил призводить до зміни структури виробництва і витіснення старих потреб новими. Цей процес, як і сам процес суспільного виробництва, відбувається безперервно, що свідчить про дію в суспільстві закону зростання потреб. Вивчення потреб набуває великого значення

в сучасній економічній діяльності, адже концепція маркетингу передбачає визначення потреб як передумови виробничого процесу. Згідно з нею виробляти слід лише такі товари, які необхідні споживачам, тоді не треба докладати великих зусиль для реалізації їх.

#### **Список використаних джерел**

1. Дзюбик С., Ривак О. Основи економічної теорії. – К.: Основи, 20.
2. Мочерний С.В. Політекономія: Підручник. – К.: Вікар, 2005.
3. Основи економічної теорії: Політекономічний аспект: Підручник/ Відп. ред. Г.Н. Климко. – 4-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання-прес, 20016. – 615 с.
4. Політична економія. Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів/ За ред. В.О. Рибалкіна, В.Г. Бодрова. – К.: Академвидав, 2016. –672 с. (Альма-матер)

**Науковий керівник:** *Синяєва Л.В., викладач кафедри «Менеджмент», Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного.*

### **МОТИВАЦІЯ ЖІНКИ - КЕРІВНИКА**

Шило А. С., [nastya.shilo98@gmail.com](mailto:nastya.shilo98@gmail.com)

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

У всіх країнах переважає думка, що амбіції жінки повинні бути спрямовані на те, щоб вийти заміж за успішного бізнесмена або задовольнитися тим, що вона народила і виростила дітей. Але багатьом жінкам цього недостатньо, і вони прагнуть не тільки до сімейного, а й до професійної реалізації.

Провідними мотивами у жінок є мотиви самореалізації та інтересу. Це означає, що реалізація себе в справі і можливість перевірити власні сили разом з матеріальною зацікавленістю є головними цілями жіночого бізнесу. Скромну позицію в системі мотивів жінок-підприємців займає мотив самоствердження.

Матеріальний інтерес завжди змагається у внутрішній структурі з особистісними мотивами і якщо перемагає, то лише при загостренні страху за фінансове благополуччя тих, хто поруч.

Жіноча мотивація більшою мірою, ніж у чоловіків, рухлива і змінюється під впливом певних факторів: стану фірми, складу команди, фінансового тиску, самооцінки, уявлення про ступінь реалізації цілей і т.п. Однак гроші, інтерес і самореалізація - повторювані стимули, які стоять на перших місцях і завжди взаємопов'язані.

Найбільш актуальною для жінок-підприємців є потреба в самореалізації та активної діяльної життя, яка і мотивує пріоритет роботи в системі цінностей. Ймовірно, підприємцями стають переважно ті жінки, які вибирають в якості пріоритетного над сім'єю і особистим життям саме цей "шлях" самореалізації - роботу, кар'єру, бізнес.

Для таких жінок робота є найбільш значущою сферою їхнього життя, більш значущою, ніж сім'я. Високий ранг має і самореалізація, можливості якої жінки-підприємці бачать переважно в бізнесі і саморозвитку. Ці три названі сфери зберігають свої ранги і в ранжируванні за розподілом часу.

Таким чином, основну і регулюючу роль в ціннісно-орієнтаційній сфері жінок-підприємців грає робота, яка мотивована потребою в самореалізації і активного життя. Висування роботи на провідну позицію в системі ціннісних орієнтацій визначає специфіку спрямованості особистості жінок-підприємців. На відміну від чоловіків-підприємців, не всі жінки-підприємці охоче визнають за собою роль підприємця і ділової людини, не дивлячись на те, що фактично її виконують: тільки 3% приймають її беззастережно; 36.4% - частково; 54.6% - в деякій мірі. Пов'язано це, на їхню думку, перш за все з небажаними соціально-психологічними наслідками, які несе виконання цієї ролі для традиційних сфер життя жінки.

Наявність в сім'ї прикладу жіночої ділової активності сприяє формуванню установки на