

як істотного чинника антропогенного впливу на іхтіофауну внутрішніх водойм України / Ю.Г. Кузьменко, Т.В. Спесивий // Рибогосподарська наука України. – 2016. – 3. – С. 23–29.

5. Новицкий Р.А. Использование количественных и качественных результатов рыболовных соревнований в научных целях / Р.А. Новицкий // Рыбное хозяйство Украины. – 2014. – № 1. – С. 35–37.



ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ УКРАЇНИ

*Шишко А.В., Корнієнко В.С., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник - к.е.н., доцент Луценко О.А.

Безробіття – це соціально-економічне явище, при якому частина робочої сили (економічно активне населення) не зайнята у сфері економіки. Тобто у реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [1].

Безробіття є невід'ємною складовою ринкової економіки, одним із негативних наслідків самої природи ринку. Усі країни світу прикладають багато зусиль для подолання даного явища, але жодній ще не вдалося ліквідувати його повністю. Тому безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства.

Загалом, феномен безробіття – найбільш гостра проблема, з якою стикається населення України. Причиною такого розповсюдженого явища є неефективність використання робочої сили у минулому і відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за пристойну плату. Саме тому це явище являється як економічною, так і соціальною проблемою. Безробіття у нашій країні набуло масового характеру і складає реальну загрозу для державного та суспільного благополуччя [2].

Рівень безробіття визначають за методологією міжнародної організації праці (МОП) як співвідношення чисельності безробітних віком 15-70 років до економічно активного населення (робочої сили) означеного віку. Окрім того, згідно з методикою, в Україні визначають також рівень зареєстрованого безробіття як співвідношення чисельності безробітних, зареєстрованих у державній службі зайнятості, до середньорічної чисельності працездатного населення.

Відповідно до визначення Міжнародної організації праці (МОП) безробітними вважаються - особи у віці 15-70 років (зареєстровані та незареєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно задовольняють трьома умовами:

- не мають роботи (прибуткового заняття);
- активно шукають роботу або намагаються організувати власну справу впродовж останніх 4-х тижнів, що передували опитуванню;
- готові приступити до роботи впродовж двох найближчих тижнів.

Для розрахунку показників безробіття збирають і аналізують дані на підставі щомісячних опитувань приблизно 50тис. випадково обраних сімейних господарств. Питання стосуються наступних проблем: чи мала та чи інша особа роботу на минулому тижні; чи намагалася вона знайти роботу; скільки часу уже витрачено на працевлаштування; які дії вживались з цією метою. Виходячи з відповідей на питання, до безробітного відносять осіб старше 16 років, що у розглянутий період відповідали вище зазначеним умовам [3].

Безробіття не може бути доцільним ні в економічному, ні в соціальному плані, оскільки його зростання створює цілий комплекс проблем: скорочується купівельна спроможність населення, бюджет втрачає платників податків, підприємство – персонал. Зростає ризик соціального напруження та додаткові витрати на підтримку безробітних.

Значної шкоди Україні завдала світова фінансова криза 2008р. Найбільшого скорочення зайнятості на початку кризи зазнали такі сектори, як промисловість та будівництво. В Україні кількість офіційно зареєстрованих безробітних у 2008р. становила всього – близько 876,2, у

2009р. – 542,8, у 2010р. – 564,0тис.безробітних, в 2013р.: всього – 501,4тис.осіб. Отже протягом 2008–2013рр. безробіття в Україні поступово зменшується. А у 2014р. спостерігається зростання рівня безробіття в усіх регіонах. Найнижчий його рівень спостерігався у м.Києві - 6,5%, а найвищий - Житомирській та Чернігівській областях по 10,9%. Серед безробітних, понад 40% становили особи віком від 15 до 29 років, кожен п'ятий безробітний – у віці від 40 до 49 років, кожен четвертий – від 30 до 39 років. Кількість безробітних, зареєстрованих в центрах зайнятості, в 2015р. становила 523,1тис.осіб.

Та у 2016р. кількість людей, що не працює, становила 490,8тис.осіб. Проте дані наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

На сьогоднішній день, за інформацією Державної служби статистики України, кількість зареєстрованих безробітних у вересні 2017р. становила 303,0тис.осіб (без урахування тимчасово окупованої території та частини зони проведення антитерористичної операції) [4].

Гострою на сьогодні є проблема високої частки безробітних з вищою освітою в Україні. Тому залишається відкритим питанням про раціональність державної політики щодо фінансування навчання значної кількості місць для різних спеціальностей у системі вищої освіти.

Останнім часом також постійно загострюється ситуація з зайнятістю молоді в Україні. Питома вага молоді у загальній кількості безробітних досягла 30%. Молодь становить окрему частину ринку праці, яка має особливий розвиток. З одного боку, вік сприяє високій мобільності, відкритості, сміливості у зміні та пошуку роботи. З іншого, молоді не вистачає належного досвіду, щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці.

Також актуальною проблемою на ринку праці України, є проблема мобільності робочої сили. Трансформаційні економічні перетворення в Україні створили можливості для появи нових умов та видів мобільності робочої сили. Безпосередньою причиною трудових переміщень у кожному окремому випадку є невідповідність інтересів і вимог працівника конкретному робочому місцю, а на макроекономічному рівні невідповідність між наявним розподілом робочих місць і потребами моделі соціально-економічного розвитку [5].

Проблема безробіття на сьогоднішній день вимагає розробки та реалізації соціальних гарантій як від держави, так і від регіональних органів влади. Також вона потребує негайного вирішення і глибокого наукового аналізу та розробки на цій основі практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно-активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально-допустимого рівня.

Основними напрямками вирішення проблеми безробіття в нашій країні на наш погляд можуть бути такі:

- збільшення державного фінансування програм професійного навчання;
- надання податкових пільг для підприємств з високою часткою зайнятого населення;
- збільшення фінансування заходів щодо надання ефективної підтримки пошуку робочих місць безробітним;
- преміювання підприємств, які сплачували страхові внески протягом більше, ніж двох років, без звільнень робітників;
- надання податкових кредитів підприємствам за кожне нове створене робоче місце;
- відповідність держзамовлення на підготовку спеціалістів у відповідності із реальним станом попиту на робочу силу;
- стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;
- стимулювання підприємців до навчання, перекваліфікації й подальшого працевлаштування додаткової робочої сили; залучення приватного (як вітчизняного, так і іноземного) капіталу в райони зі стійким рівнем безробіття;
- залучення молоді, так як саме вона володіє новітніми технологіями на сучасному рівні; має завжди цікаві ідеї, які зможуть підняти економіку на якісно новий рівень.

➤ заходи щодо квотування робочих місць для представників найуразливіших груп на ринку праці, безвідсоткові кредити, що надаються безробітним, які започатковують власний бізнес [6].

Тому, запровадження вище запропонованих заходів значно покращить ситуацію зайнятості на національному ринку праці, що сприятиме покращенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства.

Отже, для вирішення проблем безробіття треба докорінно змінювати політику зайнятості. Не можна сьогодні пасивно стримувати безробіття. Тільки цілеспрямоване активне підвищення рівня зайнятості населення на діючих і на нових створених ефективних робочих місцях допоможе вивести економіку з глухого кута, дати простір розвитку ринкових і соціальних перспектив.

Література.

1. Транченко Л.В. Безробіття як соціальна проблема ринкового суспільства / Л.В. Транченко - К.: Знання. – 2012 – С.12-13.
2. Чурилова О.А. Безробіття в Україні: причини, наслідки / О.А. Чурилова - К. : Континент, 2010. – № 12. – с.182-184.
3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / О.А. Грішнова. — К.: Знання, 2011. — 390 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Мочерний С. В. Економічна теорія : навчальний посібник // С. В. Мочерний.— К. : ВЦ «Академія», 2009. — 340 с.
6. Майсюра О.М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / О.М. Майсюра – К.: Знання. - 2010. - С.60-61.



СУТНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

***Яковлева В.В., Онегіна О.С., Шевченко Ю.Ю., Харківський національний технічний
університет сільськогосподарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

Маркетинг інновацій, як один з компонентів маркетингової філософії ведення бізнесу, відіграє важливу роль у забезпеченні та підвищенні ефективності виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарських підприємств. З точки зору теорії, маркетинг інновацій можна визначити як окремий вид діяльності, який спрямовано на пошук нових сфер, розробку та оновлення існуючих способів використання потенціалу підприємств, а також виробництво продукції та створення технологій їх просування на об'єктовому ринку з метою задоволення запитів та потреб споживачів більш ефективним способом, порівняно з основними конкурентами. Це, в свою чергу, має також забезпечити отримання та максимізацію прибутку й забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства на ринку за рахунок зазначених заходів.

В економічній літературі, на сьогоднішній день, існує велика кількість варіантів визначення сутності «маркетингу інновацій». Питання, що пов'язані із вивченням інноваційної діяльності підприємств, загалом, й маркетингом інновацій, зокрема, були проаналізовані в працях відомих вчених, таких як І. Ансофф, Г. Ассель, А.Г. Войчак, С.М. Ілляшенко, Ф. Котлер, М. Портер, І.Л. Решетнікова, А.О. Старостіна, Н.І. Чухрай, Й. Шумпетер та багато ін.

Зазначеними авторами вже сформульована низка теоретичних і методологічних підходів, а також методичного інструментарію до «маркетингу інновацій», що спрямовані на розв'язання основних проблем просування інновацій на ринок, аналізу функціонування ринку для нових товарів, формування і стимулювання їх попиту тощо.