

ВПЛИВ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Встрова В.В., гр. ЕП-41

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Л.Л. Калініченко**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Набуття громадянами України права на вільне пересування співпадає з структурними трансформаціями економіки, що супроводжуються падінням рівня життя та зростанням безробіття, що значною мірою стимулює трудову міграцію за кордон.

Окрім впливу на обсяг виробництва й державні доходи, основний вплив наслідки міжнародної трудової міграції чинять на ринок праці та рівень заробітної плати. В країні, що експортує робочу силу переваги отримують працівники, які залишилися працювати в країні-походження, завдяки тому, що зниження конкуренції на робочі місця підвищує середню ставку заробітної плати. Натомість зростає конкуренція між підприємцями-роботодавцями, які змушені витратити більшу частину своїх прибутків на систематичне підвищення заробітних плат.

Ще більш негативними наслідками експорту робочої сили для країни-донора є «відплив умів», втрата найбільш кваліфікованих, ініціативних й талановитих кадрів.

Водночас, за даними Державної служби статистики України за 2015-2017 роки, кількість трудових мігрантів у віці 15-70 років становила 1,3 млн осіб, що на 10,3% більше, ніж за минулий період обстеження (у 2010-2012 роках). Більшою мірою виявляють бажання поїхати за кордон на постійне місце проживання або на роботу мешканці Західного та Центрального регіонів, чоловіки, люди молодшого віку, з вищим рівнем освіти та доходів.

Заданими соціологічного опитування проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» основні причини для бажання виїзду за кордон на постійне місце проживання – отримання кращих умов життя (53%), бажання забезпечити краще майбутнє для дітей (41%), відсутність достойної роботи в Україні (32%). При цьому, для респондентів, які мають дітей до 16 років, бажання забезпечити краще майбутнє для дітей є основним мотивом (52%) виїзду за кордон на постійне місце проживання.

Вітчизняні підприємства-роботодавці стають все менше привабливими для українців, тому головним завданням на сьогодні

повинно стати втримання працівників на вітчизняному ринку праці та збереження кадрового потенціалу, який є головним чинником розвитку та подальшого зростання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств мають вирішуватися проблеми еміграції освічених осіб уряд України має працювати над досягненням умов, які б утримували їх в країні. Для цього має розроблятися і реалізовуватися сучасна міграційна політика, яка направлена на задоволення соціально-економічним становищем населення. Розроблятися політика повернення мігрантів, що має включати заходи заохочування та мотивування громадян працювати у своїй країні, підвищувати рівень життя та інших базових соціально-економічних показників.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Войнова Ю.В., гр. Е-26

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **М.В. Чорна**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Прибуток відіграє важливу роль в діяльності кожного підприємства, так як з її ростом розширюються фінансові можливості для збільшення оборотних коштів. Постійне отримання прибутку неможливо без оптимізації виробничої діяльності підприємства.

У процесі аналізу прибутку і рівня рентабельності підприємства необхідно детально аналізувати виробничий потенціал цього підприємства. При цьому особливу увагу необхідно приділити розгляду факторів, що впливають на суму виручки і прибутку.

Основними шляхами досягнення цієї мети можуть бути: зростання обсягів реалізації продукції за коштами зростання кількості виробленої продукції, зниження собівартості реалізованої продукції на основі комплексної і грамотної продуманої економії витрат.

Необхідно уважно підходити до процесу реалізації продукції і вибору покупців. Ретельний і оперативний аналіз платоспроможності покупців дозволить вчасно виявити можливі складнощі з оплатою поставленої продукції, що в свою чергу може спричинити зниження фінансової стійкості підприємства.

З метою підвищення обсягу проданої продукції рекомендується застосовувати рекламу. Проведення презентацій нової продукції, різного роду тематичних свят дозволить підприємству знайти більш вигідних партнерів і охопити велику аудиторію людей.