

стратегічне планування, ефективну організацію, постійну координацію, ретельний контроль та мотивацію персоналу. Ефективне адміністрування забезпечує глибоке розуміння потреб та поведінки споживачів, сприяє впровадженню інноваційних підходів та допомагає підприємству динамічно адаптуватися до викликів сучасного бізнесу. У цілому, адміністрування процесу вдосконалення маркетингової діяльності є не тільки інструментом для досягнення бізнес-цілей, але й стратегічним ресурсом, що сприяє стійкому розвитку та зростанню підприємства.

Література:

1. Балановська Т., Гоголя О., Драмарецька К., Восколупов В., Голік В. Використання маркетингового менеджменту для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7. № 3. pp. 142-161.

2. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/38.pdf (дата звернення: 25.01.2024).

3. Чміль Г.Л., Верзілова Г.Р. Місце маркетингової діяльності у забезпеченні економічного зростання торговельного підприємства. *Підприємство та інновації*. 2019. № 10. С. 178-182.

4. Янчук Т., Денисова А. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві та напрями її вдосконалення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-121> (дата звернення: 20.02.2024).

ПРОБЛЕМИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ТРУДОВОЮ ІМІГРАЦІЄЮ

Погорелова Т.О., доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8246-7135>

Мобільність працівників відіграє вирішальну роль у ринковій економіці. Оскільки метою будь-якого ринку є сприяння добровільному обміну, суспільство покладається на вільний рух працівників між роботодавцями для розподілу робочої сили таким чином, щоб досягти максимального задоволення як для працівників, так і для споживачів.

Однак мобільність коштує дорого. Працівники повинні знайти час, щоб знайти інформацію про іншу роботу, і принаймні для деяких працівників пошук роботи є найнеефективнішим, якщо вони спочатку

кинуть поточну роботу. Розірвати стосунки з поточним роботодавцем означає залишити друзів і знайоме оточення. Знайшовши нову роботу, працівники цілком можуть зіткнутися з грошовими, і майже напевно, зіткнуться з психічними витратами, пов'язаними з переїздом у нове середовище, а у випадку імміграції, виникає потреба вивчити нову мову та адаптуватися до нової культури. Коротше кажучи, працівники, які переходять до нових роботодавців, несуть витрати в найближчій перспективі, щоб потім можна було підвищити корисність.

Мобільність працівників між країнами та між регіонами всередині країни є важливим фактом економічного життя.

Теорія людського капіталу передбачає, що міграція відбувається з районів з відносно поганими можливостями заробітку до місць, де можливості кращі. Дослідження міграційних потоків підтверджують це передбачення.

Міграція є дуже вибірковою в тому сенсі, що це не діяльність, в якій однаково ймовірно будуть залучені всі люди. Як припускає теорія людського капіталу мобільність набагато вища серед молоді та краще освічених.

Вік є найважливішим фактором для визначення того, хто мігрує.

Є два пояснення тому, що міграція – це діяльність насамперед молоді. По-перше, чим молодший, тим довший період, протягом якого можна отримати вигоди від інвестицій, і тим більша поточна вартість цих вигод.

По-друге, велика частина витрат, пов'язаних з міграцією, є психічного характеру: втрати, пов'язані з відмовою від друзів, зв'язків із громадою та перевагами знання шляху. Коли ми дорослішаємо, наші зв'язки з громадою стають міцнішими, а втрати, пов'язані з їх розривом, стають все більшими.

Хоча вік, мабуть, є найкращим показником того, хто переїжджає, освіта є єдиним найкращим показником того, хто переїде в межах вікової групи. Люди з вищою освітою мають набагато більше шансів переїхати за межі штату.

Вплив віку, доступу до інформації, потенційних прибутків і відстані також мають відношення до міжнародної міграції.

Одним з аспектів потенційної вигоди від міграції, який є винятково важливим при аналізі міжнародних потоків робочої сили, є розподіл доходів у країні відправлення порівняно з країною приймання.

Мігранти зазвичай переїжджають туди, де вони мають більше можливостей для заробітку. Наскільки великими будуть ці підвищення заробітку для окремих мігрантів, залежить від причин і підготовки до переїзду.

Найбільшого збільшення доходів від міграції можна очікувати серед тих, чий переїзд мотивований кращою пропозицією роботи та хто отримав цю пропозицію в процесі пошуку роботи, який проводився перед тим, як залишити свою попередню роботу. Дослідження чоловіків і жінок віком від двадцяти років, які належали до цієї категорії, виявило, що заробітки зросли на 14-18 % більше, ніж заробітки немігрантів. Навіть ті, хто звільнився добровільно та мігрував з економічних причин без попереднього пошуку роботи, заробляли на 6-9 % більше, ніж якби вони залишилися на місці. Прибуток жінок і чоловіків, які мігрували з економічних причин, був дуже схожим.

Жінки переїжджають частіше, ніж чоловіки, через сімейні обставини, але в міру того, як вони закінчують коледж або аспірантуру та починають кар'єру, їхнє бажання переїхати через сімейні обставини може знизитися. Зростаюча перевага серед пар із вищою освітою щодо життя у великих містах, де чоловік і дружина мають доступ до багатьох альтернативних можливостей роботи без переїзду, відображає витрати міграції як зв'язаного переїзду.

Більшість досліджень віддачі від імміграції зосереджено на порівнянні доходів іммігрантів із доходами місцевих працівників у приймаючій країні. По-перше, іммігранти заробляють значно менше, ніж їхні корінні колеги, коли вони вперше прибувають до приймаючої країни. По-друге, кожна наступна когорта іммігрантів досягла менших результатів після прибуття, ніж її попередниця. По-третє, відносний заробіток іммігрантів зростає з часом, що означає, що їхній заробіток зростає швидше, ніж у корінних жителів, особливо в перші 10 років після імміграції.

Навряд чи дивно, що іммігранти спочатку заробляють значно менше, ніж корінні жителі. Навіть після контролю впливу освіти (типовий іммігрант менш освічений, ніж типовий корінний житель), іммігранти заробляють менше через труднощі з мовою (наприклад, англійською), незнайомість з можливостями працевлаштування та відсутність досвіду роботи в іншій країні (і, як наслідок, невпевненість роботодавців щодо їх продуктивності).

Падіння початкових доходів у іммігрантів відносно корінних жителів були широко досліджені в останні роки. Схоже, це відображає той факт, що іммігранти до більш розвинених країн все частіше прибувають із країн із відносно низьким рівнем освіти, і тому вони прибувають із дедалі меншим людським капіталом.

Література:

1. Яковчук В. Аналіз причин та наслідків міграційної кризи в країнах ЄС. *Науковий вісник РДГУ*. 2019. № 2(17). С. 24-36.
2. Brent Radcliffe. The Economics of Labor Mobility. 2023. URL: <https://www.investopedia.com/articles/economics/09/labor-mobility.asp> (date of application: 08.02.2024).
3. Jason Long, Joseph Ferrie. Labour Mobility. URL: <https://faculty.wcas.northwestern.edu/fe2r/papers/Labour%20Mobility.pdf> (date of application: 08.02.2024).

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Подлесний О.Ю., здобувач другого (магістерського) рівня ВО*,
Сумський національний аграрний університет м. Суми, Україна

Формування стратегії розвитку підприємства є вирішальним елементом у забезпеченні його сталого зростання та адаптації до постійно змінюваного ринкового середовища. Такий процес вимагає глибокого аналізу внутрішніх ресурсів та зовнішніх можливостей, а також визначення місії, цілей та ключових напрямків діяльності, що дозволяють підприємству ефективно конкурувати та процвітати.

Формування стратегії розвитку підприємства - це комплексний процес, який передбачає визначення довгострокових цілей організації, вибір методів їх досягнення та розробку конкретних планів дій. Сутність цього процесу полягає у системному підході до аналізу внутрішнього стану підприємства та його зовнішнього оточення, з урахуванням впливу економічних, соціальних, політичних та технологічних факторів.

Мета формування стратегії розвитку полягає у забезпеченні стійкого розвитку підприємства, підвищенні його конкурентоспроможності, адаптації до змін ринкового середовища та максимізації вартості для акціонерів та інших зацікавлених сторін [3, с. 131].

Функції формування стратегії розвитку включають: аналітичну (збір та аналіз інформації про внутрішнє середовище підприємства та його зовнішнє оточення); прогностичну (визначення можливих сценаріїв розвитку подій, оцінка ризиків та визначення перспективних

* *Науковий керівник – Шумкова В.І., к.е.н., доцент*