

Умови воєнного стану, військові дії, окупація частини території країни знов суттєвим чином скоригували розуміння соціально відповідальної позиції підприємств у бік орієнтації перш за все допомоги в організації оборони країни: грошовими коштами, транспортом, пріоритетом у забезпеченні продукцією, роботами та послугами сил оборони країни, часто на безоплатній основі, волонтерській роботі.

Соціальна відповідальність поширюється й на власних співробітників, які можуть втрачати роботу, але потребують утримання на час військових дій; на мешканців, особливо на тимчасово окупованих територіях, які потребують гуманітарної допомоги; на відновлення територій, що зазнають руйнувань під час війни.

Не слід також забувати й про те, що в умовах війни практично всі підприємства зазнають суттєвих втрат: людських – в зв'язку з призовом до лав озброєних сил; фінансових – в умовах скорочення виробництва та реалізації продукції; матеріальних – якщо військові дії відбуваються на території розташування підприємства.

Тому надзвичайно важливим в умовах воєнного стану стає безупинна робота підприємств на тих територіях, де це можливе; відновлення виробництва на звільнених територіях, релокація бізнесу до безпечних регіонів.

З точки зору вирішення економічних, соціальних завдань – це найбільш суттєвий аспект забезпечення існування країни в умовах воєнного стану, дійсний прояв соціальної відповідальності бізнесу.

Література

1. Аналітичні матеріали Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». URL: <http://csr-ukraine.org> (дата звернення 14.04.2022)
2. Безвух С.В. Соціальна відповідальність бізнесу в конфліктні часи. Економіка і суспільство. Хмельницький національний університет. Випуск 3. 2016. С.123-129.

УДК 331.5:338.1

*Т.О. Галайда, старший викладач
О.М. Житник, студентка
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ ТА У МИРНИЙ ЧАС: ПРОФЕСІЙНО-КВАЛІФІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ

Ринок праці це багатоаспектний інститут на котрому продавці та покупці проводять процес купівлі-продажу товару «робоча сила». Продавцями виступають люди з їх професійно-кваліфікаційними здібностями, покупцями – компанії та фірми. Третім учасником системи працевлаштування є держава, яка уособлює головного контролера та посередника даного процесу. Таким чином, ринок праці становить собою «лакмусовий папірець», який відображає стан справ у політичному й

соціально-економічному напрямках розвитку країни. Наразі функціонування сфери працевлаштування в Україні ускладнилося, адже це відбувається під впливом економічної кризи та воєнного стану. Головним спеціально створеним органом, який має забезпечувати працевлаштування населення є Державна служба зайнятості. Відтак, уведений воєнний стан на території держави неодмінно уніс свої корективи у її діяльність. Провівши аналіз статистичних даних Держслужби, ми сформуваємо діаграму на рисунку 1, яка показує зміни у структурі сукупної кількості зареєстрованих вакансій для працевлаштування за різним професійним спрямуванням у двох періодах: мирному (січень 2021 р.) та теперішньому воєнному (січень-лютий 2022 р.).

Таким чином, на 6% підвищився попит на працівників з обслуговування, експлуатації устаткування та машин. При цьому сталою залишилися частка кваліфікованих робітників з інструментом. Одним із найважливіших показників ринку праці є також рівень безробіття населення. У економічній науці прийнято говорити про природне безробіття на рівні 6%, і якщо фактичне безробіття рівне цьому значенню, то можна вважати, що в державі є повна зайнятість. Однак в Україні фактичне безробіття у 2020 та 2021 р. становило 9,5 та 9,9% відповідно. Щоправда, станом на 1 березня 2022 р. кількість вакансій, поданих роботодавцями до Держслужби, складала 53,2 тис. од., що на 10,2 тис. од. більше величини цього показника у січні 2021 р. [1]. Однак не дивлячись на окремі позитивні статистичні зміни, варто розуміти, що сфера працевлаштування нині перебуває в стані шоку, як і решта секторів економіки.

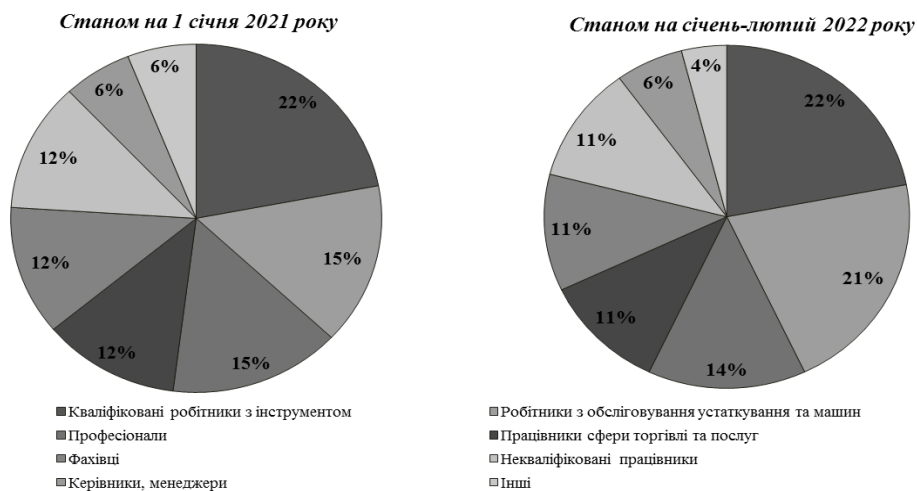


Рис. 1. Структура поданих вакансій на основі професійно-кваліфікаційного аспекту в Україні [1]

Величина основних економічних показників є результатом адаптації ринку праці до існування в умовах воєнного стану. На користь цієї думки свідчить принаймні те, що економіка України зазнала скорочення у два рази. Оскільки ринок праці тісно взаємопов'язаний з ВВП, то сьогодні першочергово працюють сектори економіки, які забезпечують базові потреби громадян, а саме опалення, електроенергія, логістика, медицина, держсектор, виробництво та продаж товарів повсякденного попиту, де це можливо [2].

Ураховуючи сучасні тенденції на вітчизняному ринку праці, провідні економісти країни намагаються давати не лише кількісні, а й якісні прогнози. Зокрема, фахівці припускають значне підвищення попиту уже у найближчий час на наступні професії: професійні військові, висококваліфіковані психологи, лікарі та медичні працівники, будівельники та архітектори, спеціалісти енергетичної галузі, робітники оборонної промисловості, педагоги й викладачі, представники мікропідприємництва послуг на експорт. Разом з тим, наголошується, що в умовах економічно-політичної кризи зміни дістануться абсолютно кожної сфери діяльності [3].

Отже, ринок праці є складним механізмом взаємодії працівників, роботодавців і держави. Сфера працевлаштування України є не лише важливою для розвитку економіки у мирний час, але й досить залежною від геополітичних чинників, і тому нині переживає етап адаптації до умов воєнного стану.

Література

1. Державна служба зайнятості. Аналітична та статистична інформація. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/all>
2. Що відбувається на ринку праці під час війни? URL: <https://thepoint.rabota.ua/scho-vidbuvayetsya-na-rynku-pratsi-pid-chas-viyny/>
3. Філатов Владислав Як зміниться ринок праці в Україні через війну. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/1/685047/>

УДК 339.138

*А.С. Бур`ян, студентка,
С.М. Валявський, к.е.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ У СФЕРІ ЗАКУПІВЕЛЬ

Однією з найважливіших задач маркетингу у сфері закупівель є вибір постачальників. Від того наскільки дисципліновано постачальники виконують свої функції, може залежати власний успіх підприємства-покупця у забезпеченні споживачів якісними товарами та послугами. Ефективне вирішення цього завдання є основою успішного функціонування та створення стійкої бази постачання.

Існує два варіанти вибору постачальника:

1. Вибір постачальника з ряду компаній, які вже були (або є) постачальниками підприємства і з якими вже встановлені ділові відносини. Це полегшує вибір, оскільки відділ закупівель підприємства має точні дані про діяльність цих компаній.

2. Вибір нового постачальника в результаті пошуку та аналізу ринку, що представляє інтерес, ринку, з яким підприємство вже працює або абсолютно нового ринку. Перевірка потенційного постачальника часто