

Обсяги виробництва пшениці в Поліссі мають визначатися внутрішніми потребами регіону та країни. Це дасть змогу забезпечити цією сировиною вітчизняну макаронну та круп'яну промисловість. Значна частина цього зерна може бути реалізована на світовому ринку.

Для відновлення росту збору зернових потрібно, на нашу думку, провести комплекс заходів, перш за все економічного та організаційного характеру:

1. Пониження рівня цін на фінансові ресурси та надання можливості ліквідувати диспаритет цін.

2. Земля повинна стати товаром та є предметом залога при фінансуванні конкретного підприємства.

3. Повинно впровадити рівність всіх форм власності та законодавчо це задекларувати.

4. Створення умов для конкуренції в галузі.

5. Впровадження економічно-обґрунтованої державної підтримки підприємств як зернового господарства, так і агропромислового комплексу взагалі.

Слід підкреслити, що ці заходи можуть допомогти подолати кризу, що склалась в аграрному секторі країни.



*ТОВСТОКОРИЙ Є.С., СОСОННИЙ В.Є.**

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИКИ ПРИ ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Починаючи з 1990-х рр. логістика стала найважливішим стратегічним інструментом в конкурентній боротьбі, невід'ємною частиною стратегії бізнесу.

Логістичний процес в аграрному виробництві на рівні сільськогосподарських підприємств реалізується за допомогою потоків, що функціонують між елементами і підсистемами виробничого підприємства, а також між виробником і зовнішнім середовищем. Управління підприємством, що інтегрує сукупність функцій стратегічного планування, організації, мотивації і контролю та ін., задає параметри бажаного стану функціонування підприємства, мотивуючи їх досягнення через систему стимулів. Саме ці стимули і можна визначити як конкурентні переваги аграрних підприємств, тому процес їх формування на даному етапі розвитку АПВ є актуальним.

Впровадження методів логістичного менеджменту в практику бізнесу дозволяє підприємствам істотно скоротити товарні запаси, прискорити оборотність оборотних коштів, знизити собівартість продукції і логістичні витрати, забезпечити задоволення споживачів в якості продукції і супутньому сервісі. Так, ефективний логістичний менеджмент може зменшити загальні витрати, даючи підприємству постійне лідерство в рівні витрат на певному сегменті ринку з подальшим акцентом на мінімізації ціни і високому рівні якості продукції та послуг.

Інтеграційні процеси у світі і глобалізація економіки змінюють поведінку сучасного споживача, який при ухваленні рішення про покупку товару виходить з набору очікувань на рівні найкращих світових стандартів, вимагає товари найвищої якості за прийнятною ціною, очікує швидкого реагування на їх запити і скорочення циклу поставки. Підприємства все більш оцінюються не тільки з точки зору якості їх продукції та сервісу, але гнучкості та здатності дотримуватися правил логістики: поставляти готову продукцію вчасно в невеликих обсягах, відповідно до замовленого кількості і безпосередньо до місця споживання. Не менш очевидно вплив логістики на поліпшення становища підприємств на ринку, що оцінюється збільшенням їх частки і багато в чому залежить від конкурентоспроможного рівня обслуговування споживачів.

* Науковий керівник – Мандич О.В., к.е.н., доцент

Істотний вплив на оборотний капітал логістика надає через скорочення запасів. В результаті учасники ланцюжка товароруку повинні бути збудовані в сучасні логістичні канали, що дозволить знизити собівартість продукції на основі мінімізації витрат з її доставки споживачеві та термінів її товароруку.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і відмінності від конкурентів, які мають бути реальними і виділяти продукцію на ринку.

Однак, в будь-якому разі, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [2-4].

Література.

1. Аникин Б.А. Коммерческая логистика / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. – М. : Проспект, 2005. – 432 с.
2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринку» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». – Випуск 5.– Х. : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
3. Іващенко О.В. Формування прибутку с сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.
4. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник ХНТУСГ. – Вип. 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.
5. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.



ФЕДЕРКА С.Ю.*

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

ЗАВДАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Кадрова політика – це сукупність соціально-правових, організаційно-економічних і психологічних заходів в держави з формування. Використання і відтворення трудового (кадрового) потенціалу [1].

Кадрова політика має за головну мету забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації.

Основними завдання кадрової політики є:

- своєчасне забезпечення підприємства (організації) персоналом необхідної якості й у достатній кількості;
- забезпечення умов реалізації передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян;
- раціональне використання трудового потенціалу;
- формування і підтримання ефективної роботи трудових колективів.

Основні різновиди кадрової політики:

- політика добору кадрів;
- політика професійного навчання;
- політика оплати праці;
- політика формування кадрових процедур;
- політика соціальних відносин.

* Науковий керівник – Шабінський О.В., д.е.н., професор