

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

Кадровою політикою традиційно вважають систему правил і норм, що приводять людські ресурси організації у відповідність до стратегії компанії. Тому методи роботи з персоналом підприємство використовує згідно з обраною концепцією бізнесу.

Метою кадрової політики є забезпечення збалансованості процесів поновлення та збереження кількісного та якісного складу кадрів. Безумовно, що основними факторами впливу на кадрову політику фірми є стан зовнішнього середовища та ситуація на ринках послуг і праці [2].

Кадрова політика в умовах ринкової економіки передбачає, перш за все, підходити до роботи з кадрами, розглядаючи її в нерозривному зв'язку з сутністю проблем, що вирішуються на даному етапі, підбираючи кадри у відповідності з новими задачами. Вирішальним критерієм при підборі і оцінці кадрів, перш за все керівних кадрів, є їх відношення до роботи в умовах ринку, причому відношення не на словах, а на ділі. Особливе значення має висунення і підтримка людей ініціативних, мислячих, енергійних, які можуть і бажають на практиці активно просувати в життя курс на розвиток підприємства в умовах ринкової економіки.

Особлива увага приділяється використанню людського фактору, підвищенню якості і творчої віддачі інтелектуального, кадрового потенціалу, покращенню підготовки і використання спеціалістів.

Кадрова політика в організації може відігравати пасивну, превентивну та активну роль.

Пасивна роль кадрової політики зводиться до ліквідації негативних наслідків конфліктів, коли керівництво врегульовує суперечку без прагнення виявити чи усунути її причину.

Превентивна роль базується на діагностиці персоналу та прогнозуванні кадрової політики на середньостроковий період.

Активна роль кадрової політики надає можливість розробки цільових кадрових програм, їх корекції на основі постійного моніторингу службової ситуації та відповідно до змін зовнішнього середовища [3].

Кадрова політика – один із найважливіших інструментів активної дії на всі процеси, що відбуваються в колективі, в тому числі і на розвиток економіки країни, так як вирішення багатьох господарських питань, що виникають, багато в чому залежить від правильності використання кадрів.

Робота з кадрами відноситься до ключових моментів діяльності будь-якого підприємства як елемента економіки держави.

Сучасний етап політичного і економічного розвитку не може обійтися без енергійних, творчо мислячих керівників, що вміють аналізувати ситуацію, чітко формувати цілі та виявляти альтернативи, володіти методами їх об'єктивної оцінки, брати на себе відповідальність в складних ситуаціях.

Зростання ролі людського фактору в сучасному виробництві підтверджується результатами досліджень провідних американських вчених. Вкладення в людські ресурси і кадрову роботу стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності і виживання фірм.

Кадрова політика набуває все більш важливе значення як фактор підвищення конкурентної спроможності, довгострокового розвитку. Більшість спеціалістів формулюють сучасну концепцію управління людськими ресурсами достатньо широко, підкреслюючи її відмінності за критеріями оцінки ефективності (більш повне використання потенціалу співробітників, а не мінімізація витрат); за ознакою контролю (самоконтроль, а не зовнішній контроль); по переважній формі організації (органічна, гнучка форма організації, а не централізована бюрократична) і т.п. При цьому ними відмічається наявність тенденції до підвищення ролі аналітичних функцій кадрових служб, особливо в останні два десятиліття. Характерна риса в організації роботи з персоналом в рамках нової концепції - намагання кадрових служб до інтеграції всіх аспектів роботи з людськими ресурсами, всіх стадій їх життєвого циклу з моменту найму до виплати пенсійної винагороди.

Велике значення має розробка підходів до оцінки роботи службовців і управлінського апарату. Ціллю акції з вирішення цієї проблеми є не скорочення робочих місць, а раціоналізація праці шляхом оцінки всіх операцій, які проводяться. Фіналом є визначення ідеальної схеми функціонування адміністративної ланки підприємства. Для цього конкретними діями є: перепідготовка персоналу, переорієнтація і навіть реорганізація деяких підрозділів.

**Література.**

1. Аверин А.Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации: [учебное пособие] / А.Н. Аверин. – М. : Изд-во РАГС, 2014. – 224 с.
2. Александрова А.І. Ринок робочої сили та проблеми зайнятості населення / А.І. Александрова // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Вип. 171. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – С. 32-40.
3. Державна політика: [підручник] / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; ред. кол.: Ю.В. Ковбасюк, К.О. Ващенко, Ю.П. Сурмін [та ін.]. – К. : НАДУ, 2014. – 448 с.
4. Кадрова політика і кадрова служба: [навчальний посібник] / С.М. Серьогін, Н.Т. Гончарук, Н.А. Липовська [та ін.]; за заг. ред. проф. С.М. Серьогіна. – Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2011. – 352 с.
5. Липсиу Й.В. Секреты умелого руководителя / Й.В. Липсиу. – М. : Экономика, 2013. – 320 с.
6. Основы менеджмента и маркетинга: [Учебник] / Под ред. Р. Садогорова. – Минск : Высшая шк., 2015. – 382 с.
7. Шцекин Г.В. Социальная теория и кадровая политика: [монографія] / Г.В. Шцекин. – К. : МАУП, 2000. – 576 с.



**ФЕДЮКІН І.О.\***

*Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка*

## **ДИВЕРСИФІКАЦІЯ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Однією з функціональних стратегій при стратегічному управлінні підприємницької діяльності є маркетингова стратегія. Підприємницькі структури, що орієнтуються на профільну диверсифікацію, зайняті пошуком привабливих напрямків діяльності. Ціллю їх пошуку є виявлення таких напрямів, ланцюги цінностей яких відповідають тим, що вже входять в портфель ділової активності бізнес одиниці.

Маркетингова стратегія є особливим видом діяльності підприємства і створює зв'язки з зовнішнім середовищем і формує потенційну потребу у виробництві та реалізації певного виду продукції, що може бути придбане споживачами. Управління на основі маркетингу – це процес, що базується на інформації про бажання потенційних клієнтів, для того, щоб можна було запропонувати товари, послуги що задовольняють ці потреби. Також підприємство може запропонувати нові розробки. Проте в обох випадках при плануванні стратегії диверсифікації є складова інноваційного управління – формування асортиментної лінії, розробка нових і удосконалення наявних товарів та послуг. Диверсифікація є процесом створення нової цінності і для підприємства і для споживача, тобто утворюються відносини на взаємовигідній основі [1].

Утворена взаємодія стає концепцією стратегічного управління. Зв'язок між маркетинговим плануванням і стратегічним управлінням при диверсифікації діяльності дозволяє провести класифікацію стратегій за двома ознаками:

- рівень ієрархії;
- об'єкту та виконуваними функціями.

---

\* Науковий керівник – Дудник О.В., к.е.н., ст.. викладач