

2. Гасай О., Пупшкар З.М. Механізм набору і відбору працівників в організацію. Збірн. матеріалів доповідей Всеукраїнської науково – практичної конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки.» Частина 1. Тернопіль, ТНЕУ, 2019.
3. Науменко Л. М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapisuchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/> (<http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapisuchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/>)
4. Холодницька А. В. Сучасні технології підбору персоналу та можливості їхнього практичного використання. *Науковий вісник Полісся*. 2015.

Наталія РОЖКО

к.е.н., доцент кафедри промислового маркетингу
Тернопільського національного технічного університету
імені Івана Пулюя

ІРРАЦІОНАЛЬНИЙ ТА РАЦІОНАЛЬНИЙ ВИРОБНИК В УМОВАХ НАДЛИШКУ РИНКУ

Провівши дослідження ринку в умовах надлишку ірраціональний виробник може застосувати наступні заходи:

1. Акції по стимулюванню попиту на даний товар (штучне створення попиту). Такий процес вимагає додаткових вкладень в рекламу, але часто приносить хороший результат (наприклад, оформити кучочок гурмана, де разом з вином буде викладений сир і виноград).

2. Створення штучного дефіциту. Іноді достатньо лише оголосити про те, що протягом наступних двох тижнів не буде поставок товару (наприклад, у зв'язку з відпусткою або святами). Це допомагає оптимізувати запас, якщо товар має хорошу оборотність, але закуплений в надлишку.

3. Використання овочів та фруктів на потреби підприємства. У деяких магазинах існує відділ кулінарії, куди переводиться товар з відповідним до кінця терміном реалізації. Головне тут – найсуворіший контроль якості такої продукції.

4. Здійснення благодійних акцій або пожертвувань. Проте результат за такої ситуації може бути різним: наприклад, збиток для фермерів

5. Крайній захід – викинути непотрібну продукцію.

Дещо іншою є поведінка раціонального виробника в умовах надлишку. Він може націлити свої зусилля на:

1. Максимальний розпродаж зі знижкою або глобальне зниження ціни

2. Створення "комплектів". Залежаний товар дається як бонус або як

подарунок. Можливо і продаж надлишку за принципом "два в одному" ("при покупці двох банок горошку споживач отримує третю банку (або банку кукурудзи) безкоштовно!").

3. Стимулювання персоналу за результатами продажу. Можна призначити грошову або натуральну винагороду продавцям за продаж "неліквідів". Особливо гостро це працює, якщо покупець може вибирати між кількома видами товарів.

4. Продаж конкурентам за пільговими цінами.

5. Повернення постачальнику або виробнику. Кращий момент для такого роду переговорів напередодні угоди про закупівлю нової товарної лінії або розміщенні великого замовлення на закупівлю. Наприклад, якщо виробник може здійснювати вторинну переробку овочів та фруктів.

Зростання попиту на свіжі продукти може відбуватися у випадку з удосконаленням технології пакування та перевезення. Завдяки кращим технологіям у перевезенні, пакуванні й селекції, овочі можна перевозити на великі відстані та протягом тривалого часу, з врахуванням товарного вигляду і високої якості.

Завдяки поліпшеним можливостям зберігання овочів та фруктів, їх можна споживати цілий рік. Наприклад, зберігання капусти в умовах контрольованої атмосфери дозволяє зберігати овочі свіжими і хрусткими ледь не до наступного врожаю. Як наслідок, високоякісну свіжу капусту можна купити в магазинах протягом цілого року.

Використані джерела

1. Шмаглій О. Б., Плодоовочевий сектор України: чинники розвитку та пріоритети зростання Економіка України". 2015. 5 (642). С.52-68.
2. Шумейко А., Рibaкова О. Пропозиція. *Головний журнал з питань агробізнесу*. URL://propozitsiya.com/ua/tinok-fruktiv-i-yagid

Анжеліка СИНІЧЕНКО

старший викладач кафедри менеджменту
та поведінкової економіки ДонНУ
імені Василя Стуса, м. Вінниця

МЕТОДИ МОТИВАЦІЙНОГО ВПЛИВУ МЕНЕДЖЕРІВ ВИЩОЇ ЛАНКИ

У сучасних умовах функціонування одним з перспективних завдань для підприємства стає пошук ефективних методів стимулювання персоналу, серед яких є мотивація співробітників. З огляду на це постає завдання перед менеджерами вищої ланки – знайти компроміс між умовами роботи і оплатою