

досвід, управлінська позиція, задоволеність професійно-управлінською діяльністю, індивідуальний стиль управління та ін.);

3) ресурси організації, в якій працює менеджер (сфера діяльності організації, цілі організації, їх досяжність, умови праці, особливості організаційної культури та ін.);

4) ресурси суспільства (умови розвитку суспільства, ситуація на ринку праці та ін.).

У процесі такої самоактуалізації виділені такі основні етапи:

- 1) самовизначення;
- 2) самовираження;
- 3) особистісна самоактуалізація;
- 4) досягнення професійного "акме".

І до результатів самоактуалізації віднесені: 1) особистісна зрілість (самоєфективність; особистісна компетентність); 2) професійно-управлінська зрілість (професіоналізм, професійно-управлінська компетентність, професійно-управлінська самосвідомість); 3) організаційні досягнення (розвиток кадрового потенціалу організації, використання більш гнучкої та ефективної моделі управління); 4) соціально-корисні досягнення організації (усвідомлення загальнолюдського, загальнокультурного значення поставлених цілей; благодійна діяльність, меценатство, спонсорська діяльність).

Діяльність, спрямовану на самореалізацію, умовно можна поділити на внутрішню і зовнішню. Це своєрідний психологічний процес, в якому людина має навчитися пізнавати особисте „Я”, прислухатися до голосу імпульсу, розкривати свою природу, досягати розуміння, осягати істину. Саме в цьому, на думку А. Маслоу, і полягає процес самореалізації. Своєрідний погляд на процес самореалізації запропонував В. Разумний. Він вважає, що створити себе - означає зіграти роль відповідно до ситуації, що змінюється. Можна сказати, що шлях людини до себе означає правильне пізнання її реальних задатків. Самоактуалізація особистості - це вміння злитися зі своєю внутрішньою природою, вибрати свою мотивацію до життя, здатність постійно розгортати свої потенції.

Отже, проаналізувавши проблему самоактуалізації особистості менеджера, ми можемо зробити висновок, що по-перше, рефлексія, як особливий вид діяльності, що передбачає осмислення внутрішнього світу особистості та проектування стратегії майбутнього життя є важливим механізмом самоактуалізації; по-друге, процес самоактуалізації менеджерів досить тісно переплітається з процесом життєтворчості, і, по-третє, діяльність, спрямована на самореалізацію умовно поділяється на внутрішню і зовнішню. Самоактуалізація, це перш за все, щоденна кропітка робота над собою, що має стати нормою життя кожного менеджера. Адже, лише самоактуалізована людина розуміє, що миті успіху іноді передують роки важкої праці над собою.

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП «ІНТЕРЕС-ЦЕНТР»

Ю.О. БЕЗСМЕРТНА, студ. V курсу

Науковий керівник: к.е.н., доцент БУТИЛО І.А.

Зовнішньоекономічна діяльність є однією із сфер господарської діяльності, яка пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом товарів, послуг, виходом підприємств, організацій на зовнішній ринок. Тому вона є надзвичайно важливою складовою частиною господарської діяльності підприємств. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності та підвищення її ефективності на підприємствах України є актуальним на сьогодні питанням, адже це фактор підвищення

ефективності господарської діяльності не лише на рівні окремих підприємницьких структур, а і в масштабах усієї країни. В Україні зазначеними проблемами функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємства займаються такі фахівці, як Білий В., Губенко В., Завьялов П. Кредисов А., Лозенко А. П., Павленко Ф., Щербак В., Яковлев А., Якубовський М. та ін. [1].

Серед підприємств Черкаської області особливо хочеться відзначити приватне підприємство «Інтерес-Центр», яке розміщене у місті Умань. Висока якість виробленої та пропонованої продукції - головний принцип компанії. Дане підприємство як юридична особа було створено у 2009 році. Головною спеціалізацією являється переробка зерна олійних культур та виробництво олії, продаж високоякісних кормів фірми «Dossche» та впровадження на ринку України високоекологічного поліпшувача ґрунту UGmax. Для досягнення своїх цілей і ефективного вирішення поставлених завдань підприємство об'єднує досвід ринкової економіки, демократизації суспільства з професійними навичками і знаннями як вітчизняних, так і закордонних спеціалістів.

Одним із основних напрямків діяльності даного підприємства є виробництво соняшникової олії. Новітнє обладнання та постійний контроль якості забезпечує конкурентноспроможність виробництва та створює оптимальні умови для бажаючих переробити насіння соняшника. Високі показники виходу олії та макуха, характерні для виробництва, доступні розцінки за переробку - запорука ефективної і постійної співпраці між даним підприємством і виробниками соняшникового насіння. Вдале розміщення, наявність усього ланцюга виробництва: від приймальних ваг до зберігання та видачі готової продукції створює оптимальні умови для клієнтів з Уманського, Христинівського, Маньківського, Тальнівського та Жашківського районів Черкаської області, та і з ближніх районів Київської, Вінницької, Кіровоградської та Одеської областей [3].

ПП «Інтерес-Центр» має налагоджену співпрацю із зарубіжними партнерами з Польщі. Саме з цієї країни ПП «Інтерес-Центр» імпортує поліпшувач ґрунту UGmax. На даному етапі розвитку це єдина зовнішньоекономічна операція, яку здійснює підприємство. Співпраця ПП «Інтерес-Центр» з польським виробничо-торгівельним підприємством «Богдан» розпочалась 7 березня 2012 року, коли був підписаний договір про купівлю-продаж поліпшувача ґрунту UGmax. В договорі також вказувалось, що ПП «Інтерес-Центр», купуючи вищеназаний товар, бере на себе зобов'язання введення в оборот, маркетинг, рекламу і продаж поліпшувача ґрунту UGmax на території України. Таким чином, станом на 2013 рік даний поліпшувач ґрунту реалізувався в межах України за ціною 380 грн/л.

UGmax – це поліпшувач ґрунту (органічне добриво). UGmax, як поліпшувач ґрунту, сприяє збільшенню урожайності сільськогосподарських культур та зменшенню затрат на їх виробництво, які виникають при погіршенні родючості ґрунту.

UGmax поліпшує якість ґрунту [3]:

- ✓ робить доступними поживні речовини;
- ✓ поліпшує фітосанітарний стан агроценозу;
- ✓ підвищує урожайність сільськогосподарських культур та поліпшує якісні показники отриманої продукції.

При систематичному використанні UGmax забезпечує:

- ✓ покращення структури ґрунту;
- ✓ збільшення ефективності використання мінеральних і органічних добрив та засобів захисту рослин;

✓ покращення здатності ґрунту поглинати вологу, накопичувати та утримувати її;

✓ покращення показників рН ґрунту.

UGmax також слід використовувати в овочівництві та садівництві, як для

підживлення так і під основне внесення. Дуже якісна дія спостерігається при підживленні кімнатних рослин та інших декоративних культур.

Також приватне підприємство "Інтерес-Центр" є офіційним представником бельгійської фірми Dossche в Черкаській області. На даний час ПП«Інтерес-Центр» не імпортує дану продукцію з-за кордону, а лише закуповує її у своїх колег на Україні, а потім займається реалізацією в межах України. ПП«Інтерес-Центр» пропонує найвищої якості корми та кормові добавки для годівлі тварин в сільському господарстві, що забезпечують найкращі результати в тваринництві та є ідеальним рішенням для виробників тваринницької продукції, які хочуть отримати корми відмінної якості, високі показники продуктивності тварин та низьку собівартість виробленої продукції. Висока якість продукції, відмінні показники продуктивності тварин та, як наслідок, низька собівартість виробництва тваринницької продукції стали основними причинами вибору виробниками тваринницької продукції фірми DOSSCHE. Дані корми ПП«Інтерес-Центр» реалізувало на території України у 2013 році за ціною 245-275 грн за мішок (25 кг).

В сучасних умовах є всі потенційні можливості для подальшої оптимізації вирощування соняшника та виробництва соняшникової олії. Напрями визначення ефективності виробництва включають не тільки максимальні доходи виробників при мінімальних затратах, а й повне задоволення потреб населення країни у продуктах харчування та забезпечення зростання суспільного добробуту. Вивченням цього питання займалися вчені та науковці [2,с.42]. Але проблема підвищення економічної ефективності виробництва все ще залишається актуальною. У перспективі приватне підприємство «Інтерес-Центр» повинне орієнтуватись у своїй зовнішньоекономічній діяльності на експорт готових виробів, значне скорочення поставок сировини, екологічно несприятливих продуктів. Мається на увазі експорт олійної продукції, зокрема готової до вживання соняшникової олії. Особливе значення для розвитку зовнішньоекономічних зв'язків повинно мати нарощування експортного потенціалу за рахунок розвитку форм виробничого співробітництва із зарубіжними партнерами. Достатня кількість дешевої кваліфікованої робочої сили дасть змогу створити навіть нові галузі господарства, виробництво електронного та лазерного обладнання, що мало б відчутно збільшити експорт даного підприємства.

Першим етапом аналізу шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства має стати визначення кола країн, які є потенційно привабливими з точки зору проникнення на їхні ринки. Сира соняшникова олія користується попитом на Близькому Сході, досить великі обсяги Україна поставляє в країни Північної Африки та на Південь Європи, однією з провідних країн-покупців якої виступає Франція. Рафінована соняшникова олія експортується в країни СНД. Саме ці країни є потенційними партнерами ПП «Інтерес-Центр».

Перевагами співпраці з приватним підприємством «Інтерес-Центр» є екологічність виробленої продукції на новітньому обладнанні. При виробництві олії та макуха не використовуються компоненти, що приводять до втрати натуральних смакових якостей та жиророзчинних поживних речовин. Отже, підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності в ПП«Інтерес-Центр» можливе шляхом експорту за кордон високоякісної соняшникової олії, що забезпечить підприємству високу прибутковість та конкурентоспроможність, а також відкриє нових закордонних партнерів та розширить бізнес.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вівчар О. І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 24-30. — (проблеми мікро- та макроекономіки України).

2. Євчук Л. А. Напрями підвищення ефективності вирощування соняшнику та виробництва соняшникової олії / Л. А. Євчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2005. – №1. – С. 42–46.
3. Приватне підприємство «Інтерес-Центр» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://interes-centre.at.ua/>

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «АГРОФІРМА «ЛІГА» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Н.В. БІЛОЗУБ, студ. ІV курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент ВЕРНЮК Н.О.

У сучасних умовах господарювання, що характеризуються загостренням конкурентної боротьби та підвищенням вимог споживачів до готової продукції, провідна роль в управлінні підприємством належить стратегічному управлінню маркетинговою діяльністю. Необхідно чітко знати, як правильно дослідити власні та ринкові можливості, вибрати відповідні цільові ринки та сегменти, розробити ефективний комплекс маркетингу і успішно втілювати у життя маркетингові зусилля. Отже, суть стратегічного управління маркетингом повинна полягати у пошуку рішень, спрямованих на задоволення потреб споживачів та отримання конкурентних переваг за допомогою спеціалізованих ринкових заходів.

Вивчення й узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду управління маркетинговою діяльністю підприємства є сферою наукових інтересів багатьох вчених-економістів. Так, основні теоретико-прикладні засади маркетингу та формування стратегії управління маркетинговою діяльністю закладені такими відомими вченими, як Т. Амблер, Г. Армстронг, Р. Браун, Г.-Е. Діхтль, Ф. Котлер, М. Портер та ін. Серед вітчизняних економістів і менеджерів, які зробили вагомий внесок у розробку наукових основ стратегічного управління маркетингом та розвиток сучасної маркетингової теорії, варто виділити О.С. Виханського, Л.В. Балабанова, Л.І. Євченко, В.Л. Корінева, А.П. Наливайко, З.П. Румянцеву, Р.А. Фатхутдінова та ін.

Однак, актуальними залишаються питання розробки ефективних стратегій маркетингу для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних аграрних підприємств. Грамотне, обґрунтоване управлінське рішення та правильно сформульована маркетингова стратегія допоможуть, на нашу думку, підприємству вижити за несприятливих умов зовнішнього середовища.

Метою даної статті є розгляд теоретичних основ формування стратегії маркетингу та розробка напрямів удосконалення маркетингової діяльності аграрного підприємства, які б сприяли підвищенню прибутковості та ефективності виробництва.

Об'єктом дослідження обрано ТОВ «Агрофірма «Ліга», яке розташоване в с. Антонівка, Уманського району, Черкаської області. ТОВ «Агрофірма «Ліга» має лінійно-функціональну структуру управління. Очолює підприємство (директор агрофірми) – Кисіль Ірина Петрівна, а виконавчим директором є Десятник Віктор Миколайович.

Основним видом діяльності ТОВ «Агрофірма «Ліга» є виробництво та реалізація сільськогосподарської продукції. Агрофірма має зерново-технічний з розвиненим молочним скотарством напрям спеціалізації. Площа сільськогосподарських угідь у 2013 р. становила 1271 га, середньооблікова чисельність працівників – 59 осіб, з них у рослинництві працює 39 особи, а у тваринництві – 20 осіб. В цілому діяльність підприємства є прибутковою, а рівень рентабельності у 2013 році склав 37,4 %. Однак,