

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-92>

УДК 38.439.5

## АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЗОРЕЛЬ» ТА ПОРАДИ ЩОДО ЇХ ПОКРАЩЕННЯ

### ANALYSIS OF THE ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF «AZOREL» LLC AND ADVICE ON THEIR IMPROVEMENT

**Германюк Наталія Володимирівна**

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри,  
Вінницький національний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9676-1127>

**Germaniuk Nataliia**

Vinnitsia National Agrarian University

У статті проаналізовані умови становлення та розвитку українського аграрного виробника ТОВ «Азорель», еволюція його розширення від невеликого сімейного господарства до підприємства регіонального значення з продукцією із власною торговою маркою. Проаналізовано принципові орієнтири аграрного виробництва на питання якості продуктів харчування, що спонукає підприємство притримуватися європейських стандартів. Здійснено діагностику підприємства за методом PEST та SNW-аналізу, що дозволило визначити сильні, слабкі сторони в управлінні підприємством та сформулювати рекомендації щодо покращення менеджменту. Сформульовано висновок, що автоматизація виробництва в майбутньому призведе до зменшення витрат на виробництво, збільшення продуктивності, разом з тим вплине на скорочення кількості робочих місць.

**Ключові слова:** продукти харчування, органічне виробництво, аграрне підприємство, якість продукту.

The article analyzes the conditions of formation and development of the Ukrainian agricultural production of Azorel LLC, the evolution of its expansion from a small family farm to a regional enterprise with products under its own trademark. The basic orientations of agricultural production on the issue of food quality are analyzed, which encourages the enterprise to adhere to European standards. Diagnostics of the enterprise was carried out using the PEST and SNW-analysis methods, which made it possible to identify strengths and weaknesses in the management of the enterprise and formulate recommendations for improving management. The conclusion is formulated that the automation of production in the future will lead to a decrease in production costs, an increase in productivity, and at the same time will affect the reduction of the number of jobs. The recommendation for the enterprise to carry out an analysis of demand and supply for dairy products in the region, a deeper study of its competitors with the aim of determining its own advantages and disadvantages for correcting the development strategy, is substantiated. It is worth paying attention to the fact that the development of the company must be balanced, that is, it is necessary to take care of the balanced use of resources, risks and opportunities. It is recommended to focus on improving the production process, warehouse and logistics management, and the development of e-commerce. There is a well-founded need to form a high-quality staff that meets the company's needs and to ensure their professional development and training, as well as establishing an effective communication system between management and employees. Lack of openness in communication with partners, gaps in knowledge of legislation and a weak reporting control system were identified as shortcomings in enterprise management. It is substantiated that the implementation of the recommendation will contribute to the further development of the enterprise, increase the quality of its products, and increase its profitability and competitiveness on the regional market of dairy products

**Key words:** food products, organic production, agricultural enterprise, product quality.

**Постановка проблеми.** Питання здорового харчування сьогодні хвилює науковців, виробників, урядовців, а також широке коло споживачів харчової продукції, оскільки люди

почали розмірковувати над причинами поширених хвороб та можливістю максимізувати час життя. Люди почали більше цікавитись не тільки інформацією про склад продуктів

харчування, а й технологією та умовами її виготовлення, що безпосередньо забезпечує певний рівень якості цієї продукції. Особливо уважно споживачі слідкують за якістю молока та м'яса, продуктів, що вживаються майже щодня. Відповідно до запиту споживачів щодо якісної сільськогосподарської продукції українські аграрії змінюють умови утримання тварин, виробництва молока та м'яса. Важливим орієнтиром для вітчизняного виробника щодо якості аграрної продукції стали європейські стандарти якості. Суспільство отримало можливість познайомитись з першою органічною продукцією, оцінити її смакові якості та погодитись на підвищення витрат на придбання такої продукції. Питання «ціна-якість» було вирішено.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Значну увагу дослідженню питань розвитку ринку молока та молочної продукції приділяли у своїх працях такі фахівці, як О. М. Гіржева [1], О. А. Козак [2], Н. С. Косар, В. М. Лисюк, Ю. А. Тарасова [3], В. В. Россоха, О. А. Петриченко [4], Ю. А. Толбатов, І. В. Тюха [5], А. В. Чмут [6]. Автори розглядають проблеми розвитку молочної виробництва, споживання молока та молочних продуктів населенням на регіональному рівні у контексті світових тенденцій, підвищення цін на молокопродукти, що перевищують темпи збільшення доходів більшості населення.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Вирішення питання якості продуктів харчування починається безпосередньо з виробництва, саме тому аналіз умов розвитку окремих виробництв має велике значення для формування висновків у масштабах регіону та прийняття стратегічних рішень на рівні держави в цілому. Дослідження розвитку окремих аграрних підприємств, їх особливостей надасть поштовху щодо розвитку ефективного виробництва якісної аграрної продукції в Україні.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає в дослідженні розвитку аграрного підприємства ТОВ «Азорель» в контексті підвищення вимог з боку споживачів до якості продукції харчування. Відповідно до мети поставлені наступні завдання:

1) дослідити історію розвитку аграрного підприємства ТОВ «Азорель»;

2) проаналізувати переваги та помилки в просуванні продукції аграрного підприємства ТОВ «Азорель»;

3) здійснити діагностику підприємства за методом PEST та SNW-аналізу;

4) сформулювати рекомендації щодо покращення ефективності аграрного підприємства ТОВ «Азорель».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** ТОВ «Азорель» є підприємством, яке займається вирощуванням молочного стада, розведенням великої рогатої худоби з використанням сучасних технологій та виробництвом молока і молочної продукції через повний завершений цикл виробництва. Знаходиться в Немирівському районі Вінницької області.

Історія створення підприємства сягає 2005 року і почалася з 5 корів і двох працівників, які їх обслуговували. У 2009 р. створено власне ТОВ «Азорель» продукція якого з'явилася на полицях магазинів уже в 2011 році під ТМ «Азорель».

Як і у більшості сільськогосподарських підприємств, організація та управління є ключовими факторами, що впливають на ефективність та успішність діяльності. Компанія працює за європейськими зразками і має формат від 50 до 100 голів корів. Основна мета компанії полягає в забезпеченні якісної молочної продукції, виробленої з використанням натуральних технологій та з урахуванням індивідуальних потреб кожної корови. Тобто будучи по суті сімейною фермою (юридичною особою), вони характеризуються замкненим циклом виробництва. Згідно з їхнім офіційним сайтом, компанія має високу якість продукції та використовує новітні технології у своїй діяльності. Ефективне управління та організація ТОВ «Азорель» Немирівського району потребують постійного вдосконалення та пристосування до змін.

Нині ТОВ «Азорель» – це успішне підприємство, яке займається виробництвом молочної продукції. На сьогоднішній день, їх дійне стадо складається з 80 голів порід Голштин і Монбельярд, які дають більше однієї тони молока на добу. Продукція компанії виробляється власними силами, починаючи від вирощування кормів і закінчуючи переробкою молока. В оренді має дві ділянки 2,15 і 0,83 га. Статутний фонд ТОВ «Азорель» складає 1 490 000 грн.

Організаційні складові їх діяльності : розведення великої рогатої худоби молочних порід; виробництво молочних продуктів (сирів, йогуртів, молока); реалізація молочної продукції на оптовому та роздрібному рівнях.

Організація виробництва передбачає особливу увагу до деталей в праці з тваринами, тому компанія «Азорель» робить акцент на індивідуальному догляді за кожною коровою та молодняком. Такий підхід, вважається не тільки сприяє покращенню якості молока, але й забезпечує здоров'я тварин.

Продукція «Азорель» продається як великим торговим мережам, так і в роздрібній тарі, що свідчить про високу якість продукції та довіру споживачів.

Однією з важливих складових успішного управління компанії є постійне вдосконалення технологій та удосконалення управлінських процесів. У цьому контексті компанія «Азорель» зробила декілька вагомих кроків на шляху до покращення ефективності та якості виробництва. Вона використовує тільки натуральні компоненти у виробництві своєї молочної продукції. Крім того, компанія не використовує сухе молоко, стабілізатори, консерванти та сухий білок. У 2023 році виграли тендер і є постачальниками молочної продукції у 5 дошкільних закладів.

Успіх «Азорелі» не обмежується тільки якістю виробленої продукції. Крім цього, компанія успішно працює над підвищенням рівня сервісу та забезпеченням зручних умов для клієнтів. В компанії є сайт (<http://azorel.ua/>) і сторінки в соцмережах у фейсбук (<https://www.facebook.com/azorel.ua/>) та інстаграмі (<https://www.instagram.com/azorel.ua/>). На сайті є інформація про всі продукти, зокрема детальний опис їх складу та корисних властивостей.

Крім того, сайт містить контактну інформацію про компанію, зокрема, адресу, телефон, електронну пошту та графік роботи. Тут також надається інформація про можливість співпраці з компанією, зокрема, про можливість придбання молочної продукції оптом та про співпрацю з дистриб'юторами.

Підприємство не має достатньої прозорості та відкритості у своїй діяльності. Наприклад, на їхньому офіційному сайті немає детальної інформації про керівництво компанії та її працівників. Важливо ретельно підбирати співробітників, які відповідають потребам компанії та мають відповідний досвід та знання. Компанія повинна ставити перед собою вимоги до кваліфікації та компетенцій співробітників, а також забезпечити їх професійний розвиток та навчання. Крім того, компанія не має активної присутності в соціальних мережах, що є важливим елементом взаємодії з клієнтами та збільшенням їхнього довір'я. Для вирішення

цієї проблеми компанії рекомендується розширити свою присутність в інтернеті. Якщо компанія прагне залучити нових клієнтів, то можна додати більше деталей про продукти та послуги, які надає компанія, і їх переваги. Також можна розміщувати публікації з фото та відео матеріалами. Важливо звернути увагу на підвищення рівня маркетингу і просування продукції ТОВ «Азорель» на ринку. Підприємство повинно активніше використовувати соціальні мережі, як ефективний інструмент для залучення клієнтів та збільшення продажів і для впізнаваності бренду. Зокрема, на сторінках в соціальних мережах можна публікувати корисні поради, цікаву інформацію про бренд, історії успіху клієнтів, участь в подіях та спонсорство. Такі публікації залучають увагу аудиторії та допомагають створювати позитивний імідж компанії. Крім того, важливо взаємодіяти з аудиторією, відповідати на запитання та відгуки. Це дозволяє створити довіру до бренду та позитивні емоції у клієнтів.

Важливо регулярно оновлювати веб-сайт підприємства з актуальною інформацією про продукцію, контакти та режим роботи. Якщо ж мета – залучити нових працівників, то можна розміщувати інформацію про вакансії та умови праці в компанії. Також можна додати відгуки про компанію від наявних співробітників, що допоможе залучити більше кандидатів.

Ферма повинна розглянути можливість розвитку електронної комерції, щоб збільшити свою онлайн-присутність та привернути більше клієнтів. Вона може створити власний інтернет-магазин, або продавати свої продукти через популярні електронні майданчики, але тут обов'язково потрібно враховувати терміни зберігання продукту і географію продажу, доставку відповідно. Однак, для розробки стратегії розвитку компанії з точки зору управління і менеджменту, необхідно дослідити детальнішу інформацію про компанію, таку як її фінансові показники, конкурентне середовище, поточні проблеми тощо. Проте звісно, як у більшості компаній це комерційна таємниця і не відображається на сайті.

Одним з ключових напрямків діяльності компанії є розведення великої рогатої худоби молочних порід, як уже зазначалося. З метою розвитку бізнесу, «Азорель» не стоїть на місці, а постійно розширює свій асортимент. Крім традиційної молочної продукції (молоко: свіже, пастеризоване, ультрапастеризоване, збірне та з високим вмістом жиру; кефір;

ряжанка), компанія виробляє йогурти, сметану (з вмістом жирності 20% та 30%), творог, масло вершкове (з вмістом жирності 72,5% та 82,5%) та сир (твердий, м'який, розсольний, напівтвердий).

Проте, на сайті не зазначено, чи планує компанія розширювати або змінювати свою лінійку продуктів у майбутньому.

У зв'язку з цим, однією з можливих стратегій розвитку компанії може бути розширення її виробничих потужностей та збільшення обсягу виробництва молока та молочних продуктів за рахунок збільшення поголів'я.

Для досягнення цієї мети необхідно вивчити попит на продукцію компанії та конкурентне середовище, щоб зрозуміти, які продукти найбільш потрібні зараз на ринку та як компанія може зайняти свою нішу в даному сегменті. Також необхідно дослідити можливості розширення виробничих потужностей компанії, включаючи придбання нового обладнання та підвищення кваліфікації працівників, якщо це потрібно для розширення асортименту.

Однак, як і будь-який бізнес, компанія «Азорель» має свої виклики та проблеми. Однією з них є конкуренція на ринку молочної продукції. Хоча компанія й має свій унікальний продукт, який відрізняється від продуктів великих молочних ферм (натуральність), все ж інші компанії поступово розвивають свої виробничі потужності та покращують якість своєї продукції.

Ще однією з проблем, з якою зіштовхується кожна молочна ферма, є нестабільність ринку.

Проведемо діагностику підприємства за методом PEST та SNW-аналізу.

За методом PEST аналізуються чотири складові макроекономічного середовища, які можуть впливати на діяльність компанії. Представимо чинники макроекономічного впливу на ТОВ «Азорель» та їх оцінку у табл. 1. Ферма «Азорель» функціонує в умовах нестабільної політики, що супроводжується рядом викликів та перешкод. Фактори економічної та політико-правової групи негативно впливають на діяльність, що свідчить про необхідність перегляду стратегічних орієнтирів. З оцінок видно, що політичний та економічний фактор негативно впливає на діяльність компанії, однак соціальний та технологічний фактори сприятливі для її розвитку. Однак, у галузі високий попит, а якщо розглядати унікальність ферми (натуральність продукції) то і доволі низький рівень конкуренції, тож співпраця з постачальниками та клієнтами має довго-

строковий характер, а рентабельність незначна. Це знижує ризики входу до галузі нових конкурентів. Позитивна економічна ситуація в майбутньому у країні може дозволити компанії збільшувати виробництво та розширювати свою діяльність. Соціальні тенденції, такі як зростання здорового способу життя та попит на молочні продукти, також сприяють успішній роботі компанії. Нарешті, наявність нових технологій та інновацій може дозволити компанії покращити якість та ефективність своєї продукції та процесів виробництва.

Далі представимо дані після аналізу внутрішнього середовища. SNW-аналіз допомагає побачити, які фактори можуть бути визначальними в успіху або невдачі компанії. Це може бути корисним при розробці стратегії компанії та вирішенні проблем, які виникають на її шляху.

Отже, за допомогою SNW – аналізу нами визначено:

*Сильні сторони:*

- добре відома марка в регіоні, що сприяє вірогідному попиту на її продукцію;
- диверсифікована продуктова лінійка, що дозволяє розширювати клієнтську базу;
- високі показники виробництва та продажів у минулих роках;
- наявність власних земельних ділянок та ферм для вирощування власної кормової бази, що знижує витрати на виробництво.

*Нейтральні сторони:*

- потенційні конкуренти, що можуть зменшити частку ринку;
- низька ціна на молочну продукцію на міжнародному ринку, що може негативно вплинути на прибутковість компанії;
- невелика кількість продуктів у порівнянні з конкурентами (великими технологічними підприємствами).

*Слабкі сторони:*

- можливість зміни цін на електроенергію, що може збільшити витрати на виробництво;
- залежність від стану здоров'я худоби та ризик поширення захворювань серед тварин;
- недостатня присутність в інтернет просторі і використання онлайн-продажів та інтернет-маркетингу, що може призвести до втрати клієнтів.

Організація та управління даного підприємства потребують покращення в декількох напрямках. Основні рекомендації щодо покращення ефективності компанії наведені нижче.



Таблиця 1

## Чинники макроекономічного впливу на ТОВ «Азорель» за методом PEST та їх оцінка

Складові PEST	Опис	Оцінка впливу на ТОВ «Азорель»
Політичний фактор (Political)	Включає законодавство, стабільність політичної ситуації, рівень корупції, ставлення до бізнесу	Політична стабільність в Україні є середньою, що може негативно вплинути на бізнес-клімат компанії. Рівень корупції також є високим, що може призвести до несправедливих конкурентних переваг для конкурентів, які мають більші можливості отримати дозволи та інші необхідні документи. Оцінка впливу – негативно.
Економічний фактор (Economic)	Включає рівень інфляції, рівень безробіття, стан валютного ринку, рівень економічного розвитку	Рівень інфляції в Україні є високим, що може призвести до підвищення вартості сировини, електроенергії, засобів виробництва та інших складових витрат. Рівень безробіття теж є високим, що може призвести до зниження попиту на продукцію компанії. Стан валютного ринку та рівень економічного розвитку є не стабільними, що створює певні ризики для розвитку компанії. Оцінка впливу – негативно.
Соціокультурний фактор (Sociocultural)	Включає демографічні характеристики населення, зміну смакових уподобань та стилів життя	Зміни в уподобаннях споживачів можуть вплинути на попит на продукцію компанії та її конкурентоспроможність. Оцінка – залежить від конкретних тенденцій. Проте попит на молокопродукти є переважно стійким, якщо компанія дотримується високих стандартів
Технологічні фактори	Інновації, автоматизація. Інновації можуть вплинути на конкурентоспроможність компанії та збільшити її ринкову долю	Оцінка – позитивна, адже підприємство зазначає на своєму сайті що використовує як інноваційне технологічне обладнання, так і високопродуктивних корів. Автоматизація може в майбутньому зменшити витрати на виробництво та збільшити продуктивність, але може також призвести до зменшення кількості робочих місць. Оцінка – залежить від конкретних рішень, але загалом може бути позитивною.

Джерело: складено автором

*Розробка стратегії.* Першим кроком до покращення організації є розробка стратегії. Компанія повинна визначити свої мету та цілі, а також способи досягнення їх. Щоб забезпечити ефективне управління, ТОВ «Азорель» Немирівського району повинно ставити перед собою стратегічні цілі, які відповідають потребам ринку та клієнтів. Компанія повинна постійно моніторити своє оточення та аналізувати тенденції в галузі, щоб бути готовою до змін та викликів, повинна бути гнучкою та швидко реагувати на змінні умови ринку. Стратегія повинна бути ясною та конкретною, а також повинна бути роз'яснена всім співробітникам.

*Залучення кваліфікованих співробітників.* Компанія повинна залучати та тримати в своїй команді кваліфікованих співробітників. Рекрутування відбувається через рекламу,

соціальні мережі, оголошення на різних платформах та підтримка зв'язків з вузами та іншими спеціалізованими організаціями. Надзвичайно важливо також встановити ефективну систему комунікації між керівництвом та співробітниками, щоб забезпечити правильне розуміння цілей та завдань компанії. Комунікація повинна бути відкритою та прозорою. Необхідно перевірити оптимальність розподілу навантаження для працівників на різних посадах, щоб забезпечити оптимальну рентабельність підприємства. Крім того, компанія повинна створити клімат, який стимулює творчість та інновації серед своїх співробітників. Кожен співробітник повинен мати можливість вносити свої ідеї, думки та пропозиції щодо покращення роботи компанії, а керівництво повинно визнавати успіхи та досягнення своїх працівників.

*Оптимізація виробничого процесу.* Ферма повинна оптимізувати свій виробничий процес, щоб зменшити витрати на виробництво та збільшити продуктивність. В сільському господарстві багато процесів є фізичними та трудомісткими, але залежно від обладнання та технологій можна покращити ефективність виробництва. Компанія повинна провести аналіз виробничих процесів та інвестицій, щоб визначити, які з них є найбільш ефективними та прибутковими.

*Використання інноваційних технологій* (технологічні інновації). Застосування новітніх технологій та інновацій може покращити ефективність роботи та збільшити прибуток компанії. Ферма «Азораль» повинна розглянути можливість використання інноваційних технологій для покращення продуктивності та ефективності діяльності. Це може включати в себе використання технологій для збільшення продуктивності та якості продукції, а також впровадження програм для автоматизації процесів. Одним із способів покращення ефективності управління в ТОВ «Азорель» може бути застосування сучасних інформаційних технологій для автоматизації рутинних процесів та ведення обліку. Наприклад, використання спеціалізованого програмного забезпечення для обліку оборотних коштів, контролю за складськими залишками, управління виробничим процесом та планування продажів може значно зменшити витрати часу та зусиль для ведення бухгалтерського обліку, а також збільшити точність та забезпечити доступність даних і сприяти ефективнішому використанню ресурсів компанії. Крім того, для покращення організації роботи та комунікації в компанії можна впровадити систему внутрішнього корпоративного зв'язку, яка дозволить працівникам зв'язуватися між собою та обмінюватися інформацією швидко та ефективно. Така система також забезпечить можливість проведення онлайн-засідань, які дозволять займатися поточними питаннями та вирішувати важливі проблеми в режимі реального часу.

*Планування та контроль.* Один з основних аспектів управління – планування. Компанія повинна мати чіткий план дій та використовувати систему контролю для відстеження виконання плану та досягнення цілей. Планування та контроль повинні бути системними та забезпечувати вчасну реакцію на непередбачувані ситуації та відхилення від плану. Сюди входить і планування ресурсів. Ферма має мати ясні та докладні плани щодо використання

ресурсів, таких як робоча сила, обладнання та інвестиції. Це допоможе зменшити витрати та покращити ефективність роботи.

*Покращення фінансової діяльності.* Ферма повинна зосередитися на покращенні своєї фінансової діяльності, забезпечуючи ефективно управління фінансами та контролюючи витрати, проводити аналіз фінансових показників та приймати вчасні рішення, щоб забезпечити стабільність та прибутковість.

*Покращення менеджменту та логістики.* Ферма повинна зосередитися на покращенні управління своїм складом та логістикою. Компанія повинна забезпечити ефективний контроль за розподілом своїх продуктів, щоб зменшити витрати та підвищити ефективність.

*Встановлення комунікаційних каналів.* Ефективна комунікація та координація робіт є важливим елементом успішного управління. Компанія повинна встановити внутрішні та зовнішні комунікаційні канали, щоб забезпечити ефективний обмін інформацією та співпрацю з клієнтами, постачальниками та іншими стейкхолдерами. Компанія повинна бути відкритою до співпраці з партнерами та іншими компаніями в галузі. Співпраця може забезпечити доступ до нових технологій та ринків, а також дозволить спільно вирішувати виклики та проблеми.

На офіційній сторінці в інстаграм ТОВ «Азорель» лише 18 публікацій. Потрібно збільшувати кількість дописів і активно розповідати користувачам про свої продукти, щоб підвищити впізнаваність та довіру до своєї ТМ і домогтися того що у торгових мережах дані користувачі будуть впізнавати і віддавати перевагу саме продукції цієї ТМ. Щодо того, що публікувати, компанія може ділитися новинами про свої товари та послуги, розміщувати фото та відео-огляди на товари, ділитися цікавими інформаційними матеріалами, які стосуються тематики продукції, а також відповідати на запитання та коментарі своїх клієнтів. Усі публікації повинні бути орієнтовані на цільову аудиторію та містити цінну інформацію, яка може зацікавити та допомогти клієнтам. Крім того, важливо планувати та регулярно публікувати новий контент, щоб підтримувати інтерес аудиторії та зберігати активність на сторінці.

Це ж стосується і сторінки у фейсбуці (meta). Наша пропозиція про те, що компанія може публікувати і надалі фото і відео своїх продуктів, тестування, огляди, рецензії, поради з їх використання та споживання. Варто зазначити, що візуальний зміст зазви-

чай здатний привернути увагу більше, ніж текстовий. Для привернення уваги аудиторії можна використовувати яскраві та цікаві зображення, проводити опитування і на їх основі створювати графічний контент, створювати гіфки, відео та інші формати контенту.

Також можна публікувати корисні статті та блоги, які викладають новини про продукти, сезонні знижки, спеціальні пропозиції та акції, розповіді про історію компанії, про те, як вона створює продукти та розвивається, відео контент, що дозволяє показати продукцію в різних ракурсах, етапи виробництва і створення продукції (наприклад етапи виготовлення сиру) та роботу компанії в дії, рекомендації та поради стосовно своїх продуктів і взаємодіяти зі своїми клієнтами в режимі онлайн.

Крім зазначеного вище, компанія може залучати своїх клієнтів та збільшувати свою аудиторію в соціальних мережах шляхом проведення різноманітних акцій, розіграшів, конкурсів та розміщення ексклюзивного контенту, наприклад, знижок або промокодів на придбання товарів або призами будуть їх власні продукти. Це не тільки дозволить компанії підвищити свою відомість в соціальних мережах, а й залучити нових клієнтів.

Також, компанія може співпрацювати з інфлюенсерами та блогерами, які мають аудиторію у цільовій групі (наприклад відомий шеф повар чи фітнес тренер, які використовують продукцію компанії). Вони можуть робити відео-огляди на продукцію компанії, розміщувати фото в соціальних мережах та рекомендувати її своїм фоловерам. Щоб доповнити веб-сайт, можна додати наступне: розширити інформацію про історію компанії: описати детальніше, як компанія заснувалася і які кроки були зроблені, щоб розвиватися до того, якою вона є сьогодні.

**Команда:** показати персонал ферми, вказавши посади, їх досвід та особисті якості; додати фотографії, щоб сторінка сайту виглядала більш особисто, адже якщо мова йде про сімейну ферму – то важливим є сімейні цінності, родинні зв'язки і т.д..

**Клієнти:** вказати, з якими оптовими клієнтами працює ферма (наприклад в яких магазинах, супермаркетах можна купити продукцію).

**Цінності:** пояснити, які цінності важливі для компанії та її співробітників. Наприклад, можливість працювати з екологічно чистою сировиною, підтримка соціально відповідальних проектів тощо.

Оптимізувати швидкість завантаження сторінок. Для цього можна використовувати

стиснення зображень, мінімізацію CSS та JavaScript файлів, використовувати кешування. Підвищити якість фотографій. На сайті можна додати якісні фотографії товарів, що дозволить клієнтам краще побачити продукцію та відчувати її якість. Покращити навігацію сайту. Додати чіткі категорії та підкатегорії товарів, що дозволить клієнтам швидше знайти необхідний товар. Додати чат-бот або зручну форму зворотного зв'язку для швидкої взаємодії з клієнтами. Покращити мобільну версію сайту. Забезпечити адаптивний дизайн сайту, що дозволить користувачам зручно переглядати сайт на різних пристроях. Підвищити безпеку сайту. Захистити сайт від хакерських атак та вірусів, що може відлякувати клієнтів та погіршити репутацію компанії. Додати інформацію про новинки та знижки на головну сторінку сайту, що забезпечить більше інформації клієнтам та приверне їх увагу до сайту. Додати можливість співпраці з партнерами або додаткові послуги (доставка наприклад), що може збільшити обсяги продажів. Перевірити правильність розміщення та написання текстів на сайті, щоб уникнути помилок інтерпретації клієнтами. Врахувати вимоги SEO (пошукової оптимізації) при написанні текстів на сайт.

**Забезпечення навчання та розвитку.** Один з найбільш важливих ресурсів компанії – її персонал. Компанія повинна забезпечувати навчання своїх співробітників та розвиток персоналу, щоб вони могли зростати професійно та покращувати свої навички. Ферма повинна зосередитися на розвитку свого персоналу, забезпечуючи необхідну підготовку для покращення ефективності та збільшення професійного рівня співробітників. Вона має використовувати інноваційні методи навчання та створювати сприятливі умови для розвитку кар'єри своїх співробітників. Це може включати в себе організацію тренінгів та семінарів, стажування (стажування на кращих молочних фермах, при вузах і т.д.) та інші програми для підвищення їхніх знань та навичок.

**Фокус на якості та задоволенні клієнтів.** Компанія повинна завжди ставити на перший план якість своєї продукції та задоволення клієнтів. Для забезпечення якості виробництва та задоволення потреб споживачів, можна ввести систему контролю якості продукції та надати інформацію про неї споживачам. Ферма має забезпечити високі стандарти якості, прозорість та відповідальність у відносинах з клієнтами. Нарешті, необхідною складовою успішного управління є забезпечення відповідності компанії вимогам законодавства

та міжнародним стандартам (якщо планується вихід на міжнародний ринок). Компанія повинна стежити за змінами в законодавстві та приводити свою діяльність у відповідність з вимогами. Розвиток нових напрямків має супроводжуватися постійним покращенням якості. Для цього компанія може використовувати різні методи, такі як сертифікація якості, які підтверджують високу якість продукції та забезпечують довіру споживачів.

Додаткову інформацію про стандарти та сертифікації треба розміщувати на сайті: детальніше описати стандарти та сертифікації, які використовуються для контролю якості продукції, та навести приклади сертифікатів, які отримала компанія.

*Відгуки клієнтів:* додати блок з відгуками клієнтів про якість продукції та сервісу компанії на сайт. Це може бути корисно для тих, хто розглядає покупку, оскільки відгукам довіряють більше, ніж просто опису компанії.

Рекомендації по зберіганню продукції: додати рекомендації та поради по зберіганню на сайт, щоб продукти якомога довше зберігалися та не втрачали якість. Опис процесу контролю якості: додати опис процесу контролю якості на сайт, який використовує компанія, щоб гарантувати, що продукція відповідає вимогам якості. Це може забезпечити додатковий рівень довіри до компанії та її продукції. Розвивати соціальну відповідальність: компанія може зосередитися на зменшенні впливу на довкілля та збільшенні соціальної відповідальності в громадському житті. Ці поради можуть допомогти ТОВ «Азорель» підвищити ефективність своєї діяльності та досягти нових висот у ринкових умовах.

*Розвиток нових ринків та продуктів.* Залучення нових клієнтів та збільшення обсягів продажу можна досягти шляхом розробки та виробництва нових продуктів, які будуть цікаві для споживачів. Ферма повинна розвивати нові ринки та продукти, щоб збільшити свої доходи та конкурентоспроможність. Це може включати в себе вивчення ринкових тенденцій та потреб споживачів, дослідження нових технологій та інновацій. Розширення асортименту продукції: можливість розширення асортименту молочної продукції може принести нових клієнтів і допомогти розвивати бізнес. Наприклад, компанія може розширити свій асортимент сирів, йогуртів, молочних напоїв та інших продуктів, що допоможе залучити нових клієнтів та збільшити прибуток.

*Маркетинг та реклама.* Покращення маркетингових стратегій: для підвищення про-

дажів та залучення більше клієнтів можна розглянути можливість покращення маркетингових стратегій та реклами або створення нової ефективної маркетингової стратегії. Компанія повинна зосередитися на розвитку бренду та рекламі. Розробка бренду: розробити сильний бренд на основі ТМ «Азорель», який допоможе підвищити пізнаваність компанії та залучити нових клієнтів. Можна використовувати різні інструменти, такі як соціальні мережі, електронна пошта та реклама в засобах масової інформації, робити акції та рекламні кампанії, щоб залучити нових клієнтів та збільшувати продажі. Успішність будь-якої компанії залежить від її відомості серед споживачів. Залучення більш широкої аудиторії можливе за допомогою реклами та маркетингових акцій. Тому потрібно розробити ефективну рекламну стратегію для просування продуктів компанії на ринку, ще однією порадою може бути тимчасове (не в штат, а на виконання певних робіт) залучення кваліфікованих фахівців у галузі управління та маркетингу для оптимізації роботи та розвитку бізнесу компанії. Це може стосуватися і візуального покращення сайту та ведення сторінок в соціальних мережах. Такі фахівці зможуть допомогти в організації бізнес-процесів, забезпечити підвищення конкурентоспроможності продукції, а також розробити стратегію маркетингу та продажу товарів, що дозволить збільшити обсяги продажу та отримання прибутку.

*Продажі та дистрибуція:* розвивати канали продажу та дистрибуції продукції, залучити нових партнерів та розширювати географію продажів. Можна спробувати знайти стабільних клієнтів серед підприємств громадського харчування, супермаркетів та інших продуктових магазинів. Крім того, такі продукти є популярними серед споживачів, що дає компанії можливість розширювати свої ринки збуту в бік рекреаційних закладів регіону. Розвиток власної мережі роздрібною торгівлі: існує можливість збільшення продажів і зниження витрат, створивши власну мережу роздрібною торгівлі. Крім того, це дозволить контролювати якість продукції та забезпечити її свіжість для споживачів. Поки що лише в м. Немирів розташований фірмовий магазин де продається продукція та сире розливе молоко. Компанія також може розглянути можливості розвитку нових каналів збуту, таких як електронна комерція.

Крім того, можна розглянути можливість розвитку експорту продукції ТОВ «Азорель».



Наприклад, варто дослідити попит на молочну продукцію в інших країнах та визначити, які є можливості для експорту, які є необхідні дозволи та сертифікації для вивезення продукції за кордон.

Загальна порада для покращення організації та управління ТОВ «Азорель» Немирівського району полягає в тому, щоб створити культуру постійного вдосконалення та інновацій. Компанія повинна ставити собі високі цілі та постійно підвищувати свій рівень ефективності та конкурентоспроможності. Для цього потрібно встановити механізми збору та аналізу даних про роботу компанії, щоб постійно вдосконалювати свої процеси та стратегії. Вони допоможуть створити кращу організаційну культуру, яка забезпечить успіх компанії в майбутньому. Зважаючи на ці поради, ТОВ «Азорель» Немирівського району зможе забезпечити стабільність та розвиток своєї

діяльності, підвищити конкурентоспроможність та зайняти лідерські позиції.

**Висновки.** Для успішної діяльності в галузі сільського господарства важливо знати свій ринок та потреби споживачів. Компанія має провести аналіз попиту та пропозиції на молочну продукцію в регіоні, вивчити своїх конкурентів, визначити свої переваги та недоліки, щоб вибрати стратегію, яка дозволить збільшити прибуток та підвищити конкурентоздатність компанії. Варто зосередитися на покращенні виробничого процесу, структурі управління, на розвитку електронної комерції. Важливим залишається питанні підбору співробітників та їх перманентне навчання. Незайвим було б запровадження системи мотивації та стимулювання працівників. Реалізація наданих рекомендацій сприятиме збільшенню прибутковості та конкурентоспроможності підприємства на регіональному ринку.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гіржева О. М. Аналіз виробництва молока в Харківській області. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2009. Вип. 3(50). С. 107–118
2. Козак О. А. Розвиток молокопродуктового підкомплексу в умовах міжнародної інтеграції України: монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2021. 400 с.
3. Косар Н. С., Кузьо Н. Є., Білик І. І. Стратегії розвитку молокопереробних підприємств України у сучасних умовах. *Агросвіт*. 2016. № 4. С. 14–20.
4. Россоха В. В., Петриченко О. А. Розвиток ринку молока та молокопродукції в Україні. *Економіка АПК*. 2018. № 8. С. 43–54.
5. Толбатов Ю. А. Проблеми виробництва молока і молочної продукції. *Економічний вісник університету*. 2010. № 1(15). С. 17–30. URL: <http://surl.li/nsspi>
6. Чмут А. В., Антош Н. В. Гармонізація відносин молокопереробних підприємств з постачальниками сировини в умовах посилення контролю якості та безпечності харчових продуктів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 26–2. С. 24–28

#### REFERENCES:

1. Ghirzheva O. M. (2009) Analiz vyrobnytstva moloka v Kharkivskij oblasti [Analysis of milk production in the Kharkiv region]. *Visnyk aghrarnoji nauky Prychornomorja*. vol. 3, no. 50, pp. 107–118
2. Kozak O. A. (2021) Rozvytok molokoproduktovoho pidkompleksu v umovakh mizhnarodnoyi intehtratsiyi Ukrainy: monohrafiya [Development of the dairy sub-complex in the conditions of international integration of Ukraine: monograph]. Kyiv : NNTS «IAE», 400 p.
3. Kosar N. S. Kuzo N. Ye, Bilyk I. I. (2016) Stratehii rozvytku molokopererobnykh pidprijemstv Ukrainy u suchasnykh umovakh [Strategy of development of dairy enterprises of Ukraine in modern conditions]. *Ahrosvit*, vol. 4, pp. 14–20.
4. Rossokha V. V., Petrychenko O. A. (2018) Rozvytok rynku moloka ta molokoproduktsiyi v Ukraini [Development of the milk and milk products market in Ukraine. Economy of agro-industrial complex]. *Ekonomika APK*, no. 8, pp. 43–54.
5. Tolbatov Yu. A. (2010). Problemy vyrobnytstva moloka i molochnoi produktsii [Problems of milk and dairy production]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu*, vol. 15, pp. 17–30. Available at: <http://surl.li/nssqi>
6. Chmut A. V., Antosh N. V. (2017). Harmonizatsiia vidnosyn molokopererobnykh pidprijemstv z postachalnykamy syrovyny v umovakh posylennia kontroliu yakosti ta bezpechnosti kharchovykh produktiv [Harmonization of relations of dairy enterprises with suppliers of raw materials in conditions of strengthening of quality control and safety of food products]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, vol. 26-2, pp. 24–28.