

УДК 339.13

Аналіз сфер управління діяльністю ТОВ «Захід-Агро МХП»

Борщовська А.С.,

здобувач вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Анотація: У роботі проаналізовано отримані результати практичної діяльності, надано відповідні рекомендації щодо вдосконалення робочих процесів та взаємодії з ринком, висвітлені особисті враження та зроблено висновки з цього досвіду. Розглянуто основні аспекти щодо статусу МХП, його структури та системи управління.

Досліджено сфери управління діяльністю підприємства (які вважають основними), аналізуючи їх проблемні аспекти та оцінюючи ефективність їх функціонування, наведено висновки, які стосуються результатів практики та пропозицій щодо покращення управлінської діяльності у ТОВ "Захід-Агро МХП".

Ключові слова: ТОВ "Захід-Агро МХП", агробізнес, сталий розвиток, цілі, управління, маркетинг, виробництво, експорт, ринок.

ТОВ "Захід-Агро МХП" – найбільший виробник та експортер курятини в Україні. Компанія спеціалізується на виробництві курятини та вирощуванні зернових, а також веде іншу аграрну діяльність (виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання) [1].

Організація ТОВ "Захід-Агро МХП" зареєстрована 22.06.2010 р. за юридичною адресою: Івано-Франківська обл., місто Рогатин, вул. Шашкевича, корпус А. Керівником організації є Валанчюс Тетяна Олександрівна. На момент останнього оновлення даних 06.02.2024 р. стан організації – не перебуває в процесі припинення

Підприємство має високий рівень соціальної відповідальності, створює нові робочі місця; виплачує конкурентну заробітну плату; інвестує в розвиток соціальної інфраструктури. Місія МХП – бути інноваційною та екологічно відповідальною компанією, що забезпечує людей якісними та безпечними продуктами харчування, впроваджуючи сучасні технології в сільське господарство та розвиваючи сталий агробізнес.

Управління виробничою діяльністю на підприємстві – це комплекс заходів, спрямованих на ефективну організацію, координацію та контроль усіх процесів, пов'язаних із виробництвом продукції. Управління виробничою діяльністю на підприємстві базується на системному підході, що включає планування, ефективну організацію ресурсів та контроль за виконанням технологічних процесів.

Операційне управління в "МХП Захід Агро" є ключовим елементом успішної діяльності компанії, що охоплює весь виробничий цикл від підготовки землі до реалізації готової продукції. Управління виробничою діяльністю в "МХП Захід Агро" являє собою комплексну систему, що поєднує стратегічне планування, оперативне управління, технологічні інновації та ефективну логістику. Компанія активно використовує сучасні технології точного землеробства для оптимізації виробничих процесів та підвищення врожайності [2].

Управління маркетинговою діяльністю підприємства – це комплексний процес, спрямований на формування, реалізацію та контроль маркетингових стратегій, які забезпечують ефективне просування продукції, підвищення конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій. Управління маркетинговою діяльністю підприємства МХП базується на комплексному підході до просування продукції, формування брендів і побудови ефективної комунікації з цільовими аудиторіями. Маркетингова стратегія "МХП Захід Агро" демонструє комплексний підхід, спрямований на забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку. Компанія використовує масове виробництво для мінімізації витрат, що дозволяє пропонувати продукцію за конкурентоспроможними цінами. Однією з ключових складових маркетингової діяльності МХП є розвиток власних брендів, серед яких ТМ «Наша Ряба» та «Бацинських», що орієнтовані на різні сегменти споживачів. Маркетингові активності підприємства включають дослідження споживчих уподобань, розробку нових продуктів відповідно до сучасних трендів, а також впровадження програми лояльності. "МХП Захід Агро" розробляє інформаційні матеріали (листівки, брошури), які забезпечують функціональну рекламну політику і можливість отримання достатньої інформації для прийняття рішень клієнтами. Маркетингова стратегія "МХП Захід Агро" є однією з найбільш продуманих і адаптивних у галузі, що дозволяє компанії зберігати конкурентні позиції [3].

Протягом 2019-2025 року підприємство, збільшує акцент на комунікації зі споживачем через мережу Інтернет, включаючи SMM, контент-маркетинг та аналіз даних для персоналізації пропозицій.

Управління персоналом у МХП є важливою складовою стратегією компанії, спрямованою на забезпечення ефективної роботи та розвитку людських ресурсів. В компанії акцентують увагу на підвищенні кваліфікації фахівців, розвитку внутрішнього потенціалу та створенні сприятливого середовища. Одним із основних напрямків є постійне навчання та професійний розвиток персоналу. Управління персоналом МХП також включає створення системи мотивації та оцінки ефективності роботи співробітників. Це забезпечується через систему премій, бонусів, а також можливість кар'єрного зростання для тих, хто досягає високих результатів у своїй роботі.

Загалом, управління персоналом у МХП спрямоване на створення стабільної та мотивованої команди, яка може ефективно реалізовувати

стратегії компанії, підтримуючи високий рівень продукції. «Захід-Агро МХП» має дивізіональну організаційну структуру. Це означає, що підрозділи холдингу (агropідприємства) формуються за географічним принципом. МХП активно інвестує в навчання та розвиток своїх співробітників, пропонуючи різноманітні програми підвищення кваліфікації та кар'єрного зростання. Мотивація та залучення персоналу є пріоритетом для МХП. Компанія створює умови для задоволення потреб, включаючи, не лише конкурентоспроможну заробітну плату, але й різноманітні соціальні пільги, програми медичного страхування, можливості для навчання та розвитку, а також визнання досягнень співробітників. Корпоративна соціальна відповідальність є невід'ємною частиною стратегії МХП, що відображає прагнення компанії до сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Управління конкурентоспроможністю МХП є багатогранним процесом, який охоплює різні аспекти діяльності компанії. МХП прагне до лідерства на ринку, постійно вдосконалюючи свої виробничі та управлінські процеси. Компанія активно інвестує в інновації, впроваджуючи сучасні технології у виробництво та логістику. Одним із ключових факторів конкурентоспроможності МХП є вертикальна інтеграція, яка дозволяє контролювати весь цикл виробництва – від вирощування зерна до реалізації готової продукції. Це забезпечує високу якість продукції та ефективне управління витратами.

При визначенні стратегії бізнесу «Захід-Агро МХП», було досліджено, що ця компанія поєднує у собі усі три базові стратегії які пропонує М.Портер [4]. За стратегією «Лідерство за витратами «Захід-Агро МХП» зосереджується на зниженні витрат у виробництві курятини та зернових. За стратегією «Диференціація» компанія створює унікальну спеціальність в своїх продуктах. «Захід-Агро МХП» вирощує екологічно чисті зернові, які відповідають високим стандартам якості. За стратегією «Фокусування» компанія спрямує свої зусилля на вирощування спеціалізованих сортів зернових культур та для виробництва органічних продуктів, а також зосереджується на виробництві зернових для екологічно свідомих споживачів, які цінують якість і сталий розвиток.

Щоб удосконалити діяльність підприємства, слід враховувати його сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози на ринку. Ось кілька пропозицій, які на нашу думку потрібні для удосконалення діяльності підприємства [5]. Для того, щоб підприємство ефективно реагувало на виклики ринку та максимально використовувало свої можливості, необхідний глибокий та систематичний аналіз. Збільшення інвестицій у науково-дослідні роботи є ключовим для створення інноваційних агротехнологій. Необхідно не лише вивчити потенційні ринки, але й розробити адаптовані стратегії експорту, враховуючи місцеві особливості та вимоги. Партнерство з місцевими агropідприємствами в інших країнах може стати ефективним способом виходу на нові ринки та мінімізації ризиків. Створення власного

відділу ринкового аналізу дозволить підприємству оперативно реагувати на зміни в попиті, аналізувати діяльність конкурентів та відстежувати нові технологічні тенденції. Розробка та впровадження агротехнологій, що враховують екологічні аспекти, є не лише вимогою часу, але й стратегічною необхідністю. Ці пропозиції спрямовані на покращення конкурентоспроможності підприємства та адаптацію до змін в сучасному аграрному ринковому середовищі. Важливо постійно оцінювати та модифікувати стратегії відповідно до динаміки ринку та внутрішніх можливостей підприємства.

Підсумовуючи, можна сказати, що для успішного розвитку підприємства в сучасному аграрному ринковому середовищі необхідно приділяти увагу на наступне: стратегічне планування та аналіз ринку є критично важливими для виявлення можливостей та мінімізації ризиків; технологічна модернізація та екологічна стійкість є необхідними для підвищення конкурентоспроможності та відповідності сучасним вимогам; вдосконалення внутрішніх процесів та управління якістю є ключовими для забезпечення високої якості продукції та ефективності виробництва.

Список використаних джерел:

1. Філія товариства з обмеженою відповідальністю "Захід-Агро МХП" "Воскресинцівський елеватор" URL: <https://vkursi.pro/card/filiia-tovarystva-z-obmezhenoiu-vidpovidalnistiu-zakhid-ahro-mkhp-voskresyntsivskyi-elevator-40512471>.
2. Офіційний сайт МХП URL: <https://mhp.com.ua/uk/tov-zaxid-agro-mxp>
3. Сайт YouControl — сервіс перевірки контрагентів URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/37042858/
4. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / А. Олійник, Р. Скільський (пер. з англ.). Київ: Основи, 1998.
5. Павлишин М.Л. Дослідження досягнення цілей сталого розвитку агропідприємствами АПК України, які ведуть бізнес в умовах невизначеності / Теоретичні та прикладні аспекти сталого розвитку регіонів України: колективна монографія. Рига: Izdevnieciba "Baltija Publishing" (Латвія). 2025. *Сайт Open Ukrainian Citation Index (OUCI)* URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/category/mono>.

Annotation: The paper analyzes the results obtained from practical activities, provides, relevant recommendations for improving work processes and market interaction as well as highlighted personal impressions and made conclusions from this experience. The main aspects of MHP's status, its structure, and management system are considered.

The spheres of enterprise activity management (considered as mine) are investigated, analyzing their problematic aspects and evaluating the effectiveness of their functioning. Conclusions concerning the results of the internship and proposals for improving management activities at LLC "Zahid-Agro MHP" are presented.

Keywords: LLC "Zahid-Agro MHP", agribusiness, sustainable, development, goals, management, marketing, production, export, market.

Науковий керівник:

Павлишин М.Л.

доцент кафедри менеджменту

Львівський національний університет імені Івана Франка

м. Львів