

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»**

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Єлошин Антон Костянтинович

КУРСОВА РОБОТА

**ПРОЄКТ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ТОВ «ФМ
«ХЛАДОПРОМ»**

| | |
|---------------------------------|--|
| Навчальна дисципліна | <u>Основи проєктного аналізу</u> назва навчальної дисципліни |
| Ступінь освіти | <u>фаховий молодший бакалавр</u> фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр |
| Галузь знань | <u>05 Соціальні та поведінкові науки</u> шифр і назва галузі знань |
| Спеціальність | <u>051 Економіка</u> код і найменування спеціальності |
| Освітньо-професійна програма | <u>Економіка підприємства</u> назва освітньо-професійної програми |
| Академічна група | <u>Е-23</u> назва академічної групи |

Харків – 2025

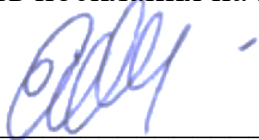
ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Керівник:

Нагорна Ірина Володимирівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних наук

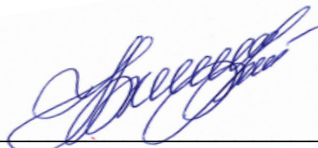
Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач

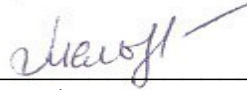

_____ А. К. Слошин
підпис здобувача ПІБ здобувача

Підсумкова оцінка: 76 (балів)

Члени комісії з захисту:


_____ (підпис)

І. В. Нагорна


_____ (підпис)

М. О. Мельничук

ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Слошин Антон Костянтинович

ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ

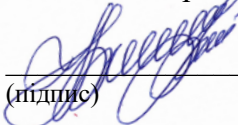
| | |
|-------------------------------------|--|
| Навчальна дисципліна | Основи проектного аналізу |
| Тема роботи | назва навчальної дисципліни Проект вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» |
| Термін подання завершеної роботи | тема курсової роботи 31.05.2025 р. |

Графік виконання роботи

| Назва етапів виконання або структурних елементів роботи (проекту) | Дата закінчення |
|--|--------------------|
| Вибір та затвердження теми | 03.03 – 08.03.2025 |
| Добір та аналіз літератури за обраною темою | 10.03 – 22.03.2025 |
| Складання плану курсової роботи | 24.03 – 29.03.2025 |
| Написання вступу та I розділу | 31.03 – 26.04.2025 |
| Написання II розділу курсової роботи | 28.04 – 17.05.2025 |
| Написання висновків та пропозицій, оформлення курсової роботи | 19.05 – 24.05.2025 |
| Подання курсової роботи керівнику для рецензування (для рекомендації до захисту) | 26.05 – 31.05.2025 |
| Захист курсової роботи | 02.06 – 07.06.2025 |

Завдання видав


Керівник,
викладач циклової комісії економіки,
управління та адміністрування, спеціаліст
вищої категорії, кандидат економічних наук


(підпис) І. В. Нагорна

«05» березня 2025 р.

Завдання отримав

Здобувач


(підпис) А. К. Слошин

«05» березня 2025 р.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| Вступ..... | 5 |
| Розділ 1 Концепція, цінність та ефективність проєкту | 7 |
| 1.1. Основні етапи формування та реалізації проєкту | 7 |
| 1.2. Основні учасники проєкту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ | 9 |
| 1.3. Основні фази проєкту, витрати та основні вигоди від проєкту .. | 11 |
| Розділ 2 Маркетинговий, технічний, інституційний, екологічний, соціальний, фінансовий та економічний аналіз..... | 13 |
| 2.1. Маркетинговий, технічний, інституційний аналіз..... | 13 |
| 2.2. Екологічний та соціальний аналіз | 14 |
| 2.3. Фінансовий та економічний аналіз | 16 |
| Висновки..... | 19 |
| Список використаних джерел..... | 20 |

ВСТУП

Актуальність теми курсової роботи «Проект вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ»» зумовлена сучасними тенденціями розвитку бізнесу, які вимагають від підприємств не лише зосередження на фінансових показниках, а й створення сприятливих умов праці, формування соціальної відповідальності та забезпечення високого рівня добробуту працівників. Успішна соціальна політика є однією з ключових передумов збереження кваліфікованого персоналу, зниження плинності кадрів, підвищення лояльності працівників та формування позитивного іміджу роботодавця. Це особливо важливо для підприємств харчової промисловості, таких як ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ», де стабільність трудового колективу й висока мотивація персоналу безпосередньо впливають на якість продукції та конкурентоспроможність на ринку.

Зміни у трудовому законодавстві, очікування покоління молодих працівників, зростаюча увага до принципів корпоративної соціальної відповідальності та впровадження європейських стандартів у сфері трудових відносин вимагають постійного перегляду та оновлення соціальної політики підприємств. Особливої актуальності набувають питання забезпечення гнучких форм зайнятості, організації медичних, освітніх та рекреаційних програм для персоналу, запровадження внутрішніх систем підтримки працівників у кризових ситуаціях. У цьому контексті дослідження та розробка ефективного проекту вдосконалення соціальної політики для конкретного підприємства дозволяє не лише вирішити поточні кадрові проблеми, а й забезпечити його довгострокову стабільність та розвиток у відповідності до сучасних соціально-економічних викликів.

Метою курсової роботи є розробка проекту вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» з урахуванням сучасних вимог до управління персоналом та підвищення соціальної відповідальності підприємства.

Відповідно до зазначеної мети сформовано такі завдання курсового дослідження:

- навести основні етапи формування та реалізації проєкту;
- навести основні учасники проєкту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ;
- навести основні фази проєкту, витрати та основні вигоди від проєкту;
- охарактеризувати маркетинговий, технічний, інституційний аналіз;
- охарактеризувати екологічний та соціальний аналіз;
- охарактеризувати фінансовий та економічний аналіз.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПЦІЯ, ЦІННІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЄКТУ

1.1. Основні етапи формування та реалізації проєкту

Концепція проєкту полягає у комплексному підході до оновлення соціальної політики підприємства, спрямованої на підвищення якості трудового життя працівників, зміцнення корпоративної культури та забезпечення стабільного соціального клімату в колективі. Проєкт передбачає вивчення актуального стану соціальних програм на підприємстві, ідентифікацію основних проблем і прогалин у системі соціального захисту та мотивації персоналу, а також впровадження сучасних інструментів управління соціальним розвитком.

Основна ідея концепції полягає в тому, що інвестиції у добробут працівників прямо впливають на продуктивність, якість праці, рівень залученості та готовність персоналу підтримувати стратегічні цілі компанії. У рамках проєкту пропонується впровадження заходів, спрямованих на:

- поліпшення умов праці та безпеки на робочому місці,
- розширення соціального пакета (страхування, компенсації, гнучкі графіки, підтримка сімей),
- створення системи внутрішніх комунікацій для підвищення прозорості рішень управлінців,
- розвиток програм професійного навчання та кар'єрного зростання,
- посилення корпоративної культури через командні заходи, ініціативи щодо підтримки здоров'я, ментального добробуту та соціальної взаємодії.

Проєкт ґрунтується на принципах соціальної відповідальності бізнесу, сучасних підходах до управління персоналом, а також враховує галузеві особливості діяльності підприємства. Його реалізація має не лише покращити якість трудового середовища, а й зміцнити позиції компанії на ринку як привабливого роботодавця.

Основні етапи формування та реалізації проекту вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ»:

1. Аналітичний етап (підготовчий). На цьому етапі здійснюється збір та аналіз інформації про поточний стан соціальної політики на підприємстві. Вивчаються внутрішні документи (колективний договір, положення про соціальні гарантії, програми мотивації), проводяться опитування чи інтерв'ю з працівниками, аналізуються звіти з охорони праці, плинності кадрів, рівня задоволеності персоналу. Також досліджуються найкращі практики в галузі та відповідність чинному законодавству.

2. Діагностичний етап. На основі аналізу виявляються проблемні зони в соціальній політиці: недостатні соціальні гарантії, низький рівень мотивації, відсутність програм розвитку персоналу, слабка корпоративна культура тощо. Проводиться SWOT-аналіз соціальної політики підприємства для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз.

3. Проектувальний етап. Формується стратегія вдосконалення соціальної політики:

- визначаються цілі та пріоритети (наприклад, зменшення плинності кадрів, підвищення лояльності персоналу);
- розробляються конкретні заходи (новий соціальний пакет, програма внутрішнього навчання, розширення медичного страхування, підтримка родин працівників, ініціативи з добробуту);
- обґрунтовується бюджет проекту та економічна доцільність змін.

4. Організаційно-реалізаційний етап. На цьому етапі відбувається впровадження запланованих заходів. Формується команда для реалізації проекту, затверджуються регламенти, розподіляються відповідальні особи, запускаються пілотні ініціативи. Важливу роль відіграє комунікація із працівниками — їм пояснюється зміст і переваги нової соціальної політики.

5. Етап моніторингу та оцінки ефективності. Після впровадження здійснюється контроль за виконанням заходів, проводиться оцінка результатів (через KPI, опитування, аналітику HR-відділу). Порівнюються показники до і після

реалізації проєкту (зниження плинності, зростання задоволеності працівників, зменшення витрат на пошук персоналу). За необхідності вносяться корективи в програму.

6. Завершальний етап. Підбиваються підсумки, готується звіт про результати проєкту, формулюються висновки та рекомендації щодо подальшого розвитку соціальної політики. При успішній реалізації можливе масштабування практик на інші структурні підрозділи підприємства.

1.2 Основні учасники проєкту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ

Основними учасниками проєкту вдосконалення соціальної політики ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» є керівництво підприємства, яке приймає стратегічні рішення; HR-відділ, що реалізує заходи; фінансовий та юридичний відділи, які відповідають за бюджетне та правове забезпечення; а також представники трудового колективу. На реалізацію проєкту впливають зовнішні фактори, такі як економічна ситуація в країні, зміни у законодавстві, конкурентне середовище та соціальні очікування працівників. Внутрішні фактори включають фінансові можливості компанії, рівень корпоративної культури, мотивацію персоналу та ефективність організаційної структури.

Основні учасники проєкту вдосконалення соціальної політики ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ»:

1. Керівництво підприємства

– ухвалює стратегічні рішення щодо змін у соціальній політиці, затверджує бюджет, пріоритети й контролює реалізацію проєкту.

2. Відділ кадрів (HR-відділ)

– відповідає за аналіз потреб працівників, розробку заходів, комунікацію з колективом та імплементацію змін.

3. Фінансово-економічний відділ

– проводить розрахунки витрат на впровадження проєкту, оцінює рентабельність запропонованих змін і формує фінансові обґрунтування.

4. Юридичний відділ

– забезпечує відповідність проєкту чинному законодавству, перевіряє документи, контракти та умови трудових відносин.

5. Представники трудового колективу / профспілки

– представляють інтереси працівників, висловлюють побажання, зауваження, беруть участь в обговореннях.

6. Зовнішні консультанти (за потреби)

– фахівці у сфері соціальної політики, HR, корпоративної відповідальності або психології, які можуть надати незалежну експертизу.

Фактори зовнішнього середовища, що впливають на проєкт:

1. Економічна ситуація в країні

– рівень інфляції, курс валют, рівень безробіття впливають на можливості підприємства інвестувати в соціальні програми.

2. Законодавчі вимоги

– зміни в трудовому кодексі, податковому регулюванні, обов'язкові соціальні гарантії.

3. Конкурентне середовище

– політика інших роботодавців у галузі; потреба приваблювати та утримувати працівників на ринку праці.

4. Соціальні очікування працівників

– зростання інтересу до гнучкої роботи, медичних програм, ментального здоров'я, балансу «робота-життя».

Фактори внутрішнього середовища, що впливають на проєкт

1. Фінансовий стан підприємства

– прибутковість, наявність резервів, готовність інвестувати в «непрямі» витрати.

2. Рівень корпоративної культури

– взаємини в колективі, відкритість до змін, ступінь залученості працівників.

3. Кваліфікація та мотивація персоналу

– впливає на здатність працівників приймати зміни, брати участь у розробці ініціатив.

4. Організаційна структура

– ступінь централізації управління, наявність відповідальних осіб за соціальні програми.

1.3. Основні фази проєкту, витрати та основні вигоди від проєкту

Проєкт вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» охоплює кілька взаємопов'язаних фаз, кожна з яких відіграє важливу роль у досягненні кінцевої мети – покращення умов праці, підвищення мотивації персоналу та посилення корпоративної стійкості. Початковий етап передбачає ретельне дослідження поточного стану соціальної політики на підприємстві, вивчення задоволеності працівників, аналіз наявних пільг, гарантій, заходів підтримки та відповідності практик чинному законодавству. У цій фазі також визначаються ключові проблеми, які потребують розв'язання, наприклад: низький рівень залученості персоналу, висока плинність кадрів або недостатня підтримка працівників у складних життєвих ситуаціях.

На основі зібраної інформації формується стратегія розвитку соціальної політики, що включає проєктування змін, визначення пріоритетних напрямів удосконалення, розробку нових механізмів стимулювання та підтримки працівників. Після цього настає фаза реалізації – запроваджуються оновлені практики, переглядаються внутрішні регламенти, відбувається інформування працівників та адаптація кадрових процесів до нових вимог. Після основного впровадження здійснюється етап моніторингу, під час якого оцінюється ефективність змін, аналізуються відгуки персоналу, показники плинності кадрів, продуктивність праці та інші ключові індикатори.

Фінансування проєкту залежить від масштабів і запланованих ініціатив. До витрат можуть входити кошти на додаткові соціальні пакети, медичне страхування,

організацію навчання чи оздоровлення персоналу, технічне дооснащення для покращення умов праці, оплати праці консультантів, розробку інформаційних матеріалів тощо. Інвестиції в соціальну сферу, навіть якщо вони здаються затратними на першому етапі, мають довгостроковий ефект і є економічно доцільними.

Серед основних вигод від реалізації такого проєкту – зростання рівня лояльності працівників, зниження плинності кадрів, покращення іміджу компанії як відповідального роботодавця, зміцнення корпоративної культури та покращення внутрішнього мікроклімату. Крім того, підвищується загальна продуктивність праці, зменшуються витрати на пошук та навчання нових працівників, покращуються позиції компанії на ринку праці. У перспективі вдосконалена соціальна політика здатна створити конкурентну перевагу, яка буде сприяти сталому розвитку підприємства в довгостроковому вимірі.

РОЗДІЛ 2

МАРКЕТИНГОВИЙ, ТЕХНІЧНИЙ, ІНСТИТУЦІЙНИЙ, ЕКОЛОГІЧНИЙ, СОЦІАЛЬНИЙ, ФІНАНСОВИЙ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

2.1. Маркетинговий, технічний, інституційний аналіз

У межах проекту вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» важливу роль відіграє комплексний аналіз середовища реалізації, зокрема маркетинговий, технічний та інституційний аспекти. Кожен з них забезпечує глибше розуміння умов функціонування підприємства, потреб цільової аудиторії та можливостей ефективного впровадження змін.

Маркетинговий аналіз у цьому контексті передусім спрямований не на зовнішній ринок, а на внутрішній – тобто на аналіз потреб, мотивацій та очікувань персоналу, які фактично виступають «споживачами» соціальної політики. Вивчення внутрішнього ринку праці дозволяє виявити ключові запити працівників: бажання стабільності, справедливих умов праці, соціального захисту, можливостей розвитку, гнучкості та балансу між роботою й особистим життям. У межах маркетингового дослідження аналізується також позиціонування компанії як роботодавця у галузі та регіоні, рівень її конкурентоспроможності на ринку праці, привабливість умов праці в порівнянні з іншими підприємствами. Враховується також соціальний імідж компанії, репутація серед теперішніх і потенційних працівників, а також візуальне та інформаційне представлення політики соціальної відповідальності у зовнішніх комунікаціях.

Технічний аналіз у проекті фокусується на наявних ресурсах підприємства та технічних можливостях реалізації нових соціальних ініціатив. Він охоплює дослідження матеріальної бази, організаційної інфраструктури, кадрових ресурсів, систем управління та засобів внутрішньої комунікації. Наприклад, впровадження нових стандартів охорони праці або заходів із покращення умов праці вимагає перевірки технічного стану виробничих приміщень, вентиляції, освітлення, ергономіки робочих місць. Для запуску навчальних чи медичних програм

необхідно оцінити доступність обладнання, приміщень для тренінгів чи консультацій, а також наявність кваліфікованих спеціалістів. Водночас важливо з'ясувати, наскільки ефективно функціонують внутрішні канали інформування персоналу, адже без оперативної та прозорої комунікації реалізація соціального проєкту може втратити ефективність. Технічний аналіз допомагає оцінити, що реально можна втілити на базі підприємства, а для чого слід залучати зовнішні ресурси.

Інституційний аналіз, у свою чергу, розглядає проєкт у ширшому контексті організаційного устрою підприємства, внутрішніх нормативних актів, культурних і поведінкових норм, а також загального рівня готовності до змін. Він дає змогу оцінити, наскільки організація структурно та процедурно готова до впровадження нових елементів соціальної політики. У центрі уваги — управлінські механізми, стиль лідерства, система прийняття рішень, гнучкість процедур і здатність компанії адаптуватися до змін. Інституційний контекст включає також формальні рамки — положення колективного договору, політики у сфері HR, стандарти охорони праці, внутрішні регламенти. Окреме значення має корпоративна культура: наскільки вона підтримує довіру, діалог, участь працівників у прийнятті рішень. Якщо організаційне середовище сприяє ініціативності, відкритості до нового, орієнтації на людський капітал – реалізація проєкту матиме значно більше шансів на успіх.

Отже, маркетинговий, технічний та інституційний аналізи взаємодоповнюють одне одного, створюючи повну картину передумов, можливостей і обмежень для вдосконалення соціальної політики підприємства. Їх комплексне врахування дозволяє сформувати реалістичну, ефективну й адресну стратегію змін, яка відповідатиме як інтересам працівників, так і стратегічним цілям компанії.

2.2. Екологічний та соціальний аналіз

Екологічний та соціальний аналіз у контексті проєкту вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» є важливою складовою, яка дозволяє оцінити зовнішні та внутрішні чинники сталого розвитку підприємства, рівень його соціальної відповідальності, а також потенціал гармонійної взаємодії з працівниками, місцевою громадою та довкіллям.

Екологічний аналіз зосереджується на тому, як діяльність підприємства впливає на навколишнє середовище, та наскільки відповідально компанія ставиться до природних ресурсів. У випадку харчової промисловості, зокрема виробництва морозива, як у «ХЛАДОПРОМі», важливу роль відіграють питання утилізації упаковки, споживання енергії, використання води у виробничому процесі, поводження з відходами та шкідливими викидами. Компанія має звертати увагу на впровадження енергоощадних технологій, мінімізацію негативного впливу на довкілля та дотримання екологічних стандартів, зокрема в межах ISO 14001 або інших систем екологічного менеджменту. Якщо підприємство використовує природні холодильні агенти замість фреонів або сортує й повторно використовує пакувальні матеріали — це не лише зменшує його екологічний слід, але й формує позитивний імідж в очах працівників та споживачів.

Екологічна відповідальність також має соціальний вимір. У сучасному світі працівники дедалі більше цінують роботу в компаніях, які демонструють турботу про довкілля. Це стає чинником залучення молодих фахівців, які керуються принципами екологічної свідомості. Тому екологічні практики прямо впливають на конкурентоспроможність підприємства як роботодавця. У цьому сенсі екологічний аналіз не є ізольованим, а має тісний зв'язок із соціальним виміром функціонування компанії.

Соціальний аналіз, у свою чергу, фокусується на якості взаємодії підприємства з працівниками, локальними громадами, споживачами та іншими зацікавленими сторонами. У центрі уваги — створення безпечних, гідних і стабільних умов праці, забезпечення прав працівників, підтримка у складних життєвих обставинах, рівність можливостей і розвиток корпоративної етики. Важливо оцінити, чи існує механізм зворотного зв'язку, чи мають працівники

реальний вплив на прийняття рішень, чи розвивається на підприємстві культура підтримки, наставництва, навчання й професійного зростання.

Особливе значення в соціальному аналізі має інклюзивність. Підприємство має враховувати потреби різних категорій працівників, у тому числі жінок, людей старшого віку, осіб із обмеженими можливостями. Наприклад, якщо підприємство впроваджує політику нульової дискримінації, створює умови для поєднання роботи та сімейного життя (гнучкий графік, часткова зайнятість), це підвищує рівень задоволеності персоналу та зменшує плинність кадрів. Соціально орієнтована політика також може передбачати підтримку ментального здоров'я, що є особливо актуальним у сучасних умовах високого стресу, спричиненого як економічними, так і суспільно-політичними викликами.

Зовнішній соціальний контекст — не менш важливий. Якщо підприємство активно співпрацює з місцевими громадами, інвестує у розвиток соціальної інфраструктури, підтримує благодійні ініціативи, дбає про регіон, у якому функціонує, — це створює синергію між бізнесом і суспільством. У прикладі з ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ», це може бути участь у міських екологічних акціях, організація дитячих заходів, підтримка шкіл чи лікарень. Такі дії не лише формують позитивний імідж, а й сприяють лояльності споживачів та працівників.

У підсумку, екологічний та соціальний аналіз допомагають інтегрувати принципи сталого розвитку у внутрішню політику компанії. Вони сприяють побудові довгострокових стратегій, орієнтованих на людину й довкілля, що у свою чергу забезпечує стабільність, конкурентоспроможність і репутаційну перевагу на ринку.

2.3. Фінансовий та економічний аналіз

Фінансовий та економічний аналіз у межах проекту вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» є ключовими інструментами, що дають змогу не лише оцінити реальні можливості підприємства щодо впровадження

соціальних ініціатив, але й спрогнозувати їх вплив на фінансову стійкість, конкурентоспроможність і загальний економічний результат діяльності компанії.

Фінансовий аналіз дозволяє виявити ресурсну базу підприємства, оцінити динаміку основних фінансових показників і встановити, наскільки впровадження нових елементів соціальної політики є фінансово доцільним. Він ґрунтується на аналізі звітності, зокрема балансу, звіту про фінансові результати, рух грошових коштів, а також розрахунках коефіцієнтів ліквідності, платоспроможності, рентабельності, оборотності активів. Для «ХЛАДОПРОМу», як підприємства з сезонною продукцією, особливо важливо оцінити коливання виручки, прибутковості у високий і низький сезони, залежність від зовнішніх факторів, таких як ціни на енергоносії, інфляція або коливання валютного курсу. Саме такі змінні прямо впливають на можливості інвестування у соціальні програми — наприклад, створення корпоративного дитячого садка, розширення медичного страхування або фінансування освітніх курсів для персоналу.

Важливим аспектом є також аналіз структури витрат компанії: він дозволяє зрозуміти, де саме можуть бути оптимізовані витрати без шкоди для якості продукції або продуктивності праці. Якщо, наприклад, підприємство зменшує витрати на неефективні логістичні процеси або надає перевагу власній енергогенерації, це звільняє ресурси для розвитку соціальної інфраструктури всередині компанії. При цьому необхідно не лише зафіксувати наявні фінансові ресурси, але й оцінити їх потенціал зростання внаслідок підвищення мотивації працівників, зниження плинності кадрів і покращення загального клімату в колективі. У цьому контексті фінансовий аналіз переходить від суто облікової функції до стратегічного інструменту прогнозування.

Економічний аналіз, зі свого боку, має ширше спрямування й дозволяє оцінити вплив проекту на загальну ефективність функціонування підприємства, взаємозв'язок між вкладеннями в соціальні ініціативи та економічними вигодами в середньо- й довгостроковій перспективі. Він передбачає не лише розрахунки економічної ефективності, але й моделювання сценаріїв розвитку підприємства залежно від рівня інвестицій у соціальну сферу. Наприклад, якщо компанія інвестує

у навчання працівників сучасним технологіям управління виробництвом або роботизації процесів, це може забезпечити не лише підвищення продуктивності, але й зменшення витрат на виправлення помилок, технічні простой та зовнішнє консультування.

Показовими є приклади провідних міжнародних компаній, які довели економічну ефективність соціально орієнтованого підходу. Згідно з дослідженням McKinsey, компанії, що реалізують стратегії підвищення добробуту працівників, зазвичай мають кращі показники прибутковості та інноваційності. Цей підхід працює і в українських реаліях: компанії, які в умовах війни зберегли робочі місця, забезпечили психологічну підтримку персоналу та забезпечили соціальні гарантії, демонструють вищу стабільність і рівень довіри серед партнерів та клієнтів.

Отже, економічний аналіз дозволяє вийти за межі простих калькуляцій витрат і доходів і побачити вплив соціального інвестування на імідж, лояльність персоналу, стабільність виробничого процесу, зменшення ризиків і підвищення загальної вартості бізнесу. У випадку ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» це може означати перехід від короткострокового мислення до довгострокової стратегії сталого зростання, в основі якої — люди як головна цінність і рушійна сила компанії.

Таким чином, фінансовий і економічний аналіз є взаємодоповнювальними складовими обґрунтування проєкту: перший забезпечує тверезу оцінку ресурсів, другий — глибоке розуміння цінності інвестицій у соціальний розвиток для загального успіху підприємства. Їх комплексне поєднання дає змогу зменшити ризики, обґрунтувати ефективність рішень і створити стабільну платформу для реалізації нової соціальної політики.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного аналізу проєкту вдосконалення соціальної політики для ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» можна зробити низку важливих висновків. По-перше, соціальна політика підприємства є критичною складовою його сталого розвитку, що впливає не лише на добробут працівників, а й на загальну ефективність і конкурентоспроможність компанії.

Впровадження комплексних соціальних ініціатив сприяє підвищенню мотивації персоналу, зниженню плинності кадрів і покращенню внутрішнього клімату, що, в свою чергу, позитивно відображається на продуктивності праці. По-друге, фінансовий та економічний аналіз підтвердили доцільність інвестицій у соціальну сферу з огляду на довгострокову вигоду – підвищення лояльності працівників, зниження операційних ризиків і посилення репутації підприємства на ринку. По-третє, екологічний та соціальний аналіз показали, що відповідальне ставлення до довкілля і соціальна відповідальність формують конкурентні переваги, що є важливим у сучасних ринкових умовах.

Отже, реалізація запропонованого проєкту дозволить ТОВ «ФМ «ХЛАДОПРОМ» не лише покращити внутрішню соціальну інфраструктуру, а й закласти міцну основу для сталого зростання й розвитку бізнесу в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева, І. М. Сучасні підходи до управління якістю продукції. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 320 с.
2. Бондаренко, О. В. Стратегічне управління соціальною політикою підприємства. Львів: Видавничий дім «Кондор», 2020. 250 с.
3. Гончаренко, О. М. Підвищення якості продукції на підприємствах: теорія і практика. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 280 с.
4. Дуденко, В. І. Управління якістю на підприємствах: посібник. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2019. 350 с.
5. Звіт незалежного аудитора ТОВ «ФМ «ХЛАДПРОМ». Режим доступу: https://khladoprom.com/video/docs/TOV-FM-Khladoprom-Zvit-Auditora-2020_Zvit_upravlinnya_2020.pdf
6. Жуков, А. М. Соціальна відповідальність підприємств: сучасні підходи та моделі. Дніпро: Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара, 2021. 290 с.
7. Карпенко, С. В. Ефективність соціальних програм на підприємствах: монографія. Київ: Наукова думка, 2018. 230 с.
8. Коваленко, Т. Г. Менеджмент якості: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Вінниця: ВНТУ, 2020. 400 с.
9. Кучеренко, В. М. Розвиток соціальної політики на підприємствах України. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 210 с.
10. Лазаренко, Ю. В. Інноваційні підходи до управління якістю продукції. Полтава: ПНТУ ім. Ю. Кондратюка, 2021. 275 с.
11. Михайлова О. І., Дем'яненко Т. В. Маркетинг: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2016. 480 с.
12. Петрова І. М., Ковальчук І. П., Шевченко О. М. Маркетинг: навч. посіб. К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2017. 528 с.

13. Свідерська В. Л. Маркетинг. Теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2017.
14. Сидоренко, П. Г. Оцінка ефективності соціальної політики на підприємствах. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2018. 260 с.
15. Сідлецька І.Г., Ковальчук І. П., Гриців І. О. та ін. Маркетинг: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2019. 402 с.
16. Шинкарук О. В., Шинкарук І. В. Маркетинг.: Альтерпрес, 2017.
17. Яценко О.Г., Василів Н. В., Черненко О. В. та ін. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2019. 256 с.