

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

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Черняєва Таміла Іванівна

КУРСОВА РОБОТА

**ПРОЄКТ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ДЛЯ ТОВ «ХАРКІВСЬКИЙ
МОЛОЧНИЙ КОМБІНАТ» ТМ АГРОМОЛ»**

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



Т. І. Черняєва

ПБ здобувача

Підсумкова оцінка: 90 (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

Черняєва Таміла Іванівна

ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ

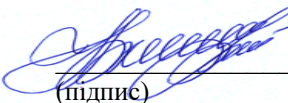
Навчальна дисципліна	Основи проєктного аналізу
Тема роботи	назва навчальної дисципліни Проект покращення фінансового стану для ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ Агроمول»
Термін подання завершеної роботи	тема курсової роботи 31.05.2025 р.

Графік виконання роботи

Назва етапів виконання або структурних елементів роботи (проєкту)	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

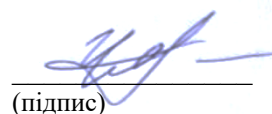
Керівник,
викладач циклової комісії економіки,
управління та адміністрування, спеціаліст
вищої категорії, кандидат економічних наук


(підпис) І. В. Нагорна

«05» березня 2025 р.

Завдання отримав

Здобувач


(підпис) Т. І. Черняєва

«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 ..	10
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	15
2.3. Фінансовий та економічний аналіз	17
Висновки.....	19
Список використаних джерел.....	22

ВСТУП

Актуальність теми курсової роботи, присвяченої проєкту покращення фінансового стану для ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол», обумовлена сучасними економічними викликами, що постали перед підприємствами агропромислового комплексу України, особливо в умовах нестабільної фінансової ситуації, високих інфляційних коливань, порушення логістичних ланцюгів і зростання витрат на сировину, енергоносії та обслуговування кредитного боргу. У таких обставинах саме фінансова стабільність і здатність підприємства ефективно управляти власними ресурсами стають визначальними факторами не лише для збереження позицій на ринку, а й для довгострокового розвитку.

ТОВ «Харківський молочний комбінат», що є одним із важливих гравців у галузі виробництва молочної продукції під торговою маркою «Агромол», стикається з викликами, притаманними для всієї галузі: коливанням попиту, сезонністю постачання сировини, зростанням конкуренції як з боку національних, так і імпорتنих виробників. У цьому контексті покращення фінансового стану підприємства передбачає не лише забезпечення платоспроможності й рентабельності, а й підвищення інвестиційної привабливості, здатності до модернізації, впровадження інноваційних технологій, утримання конкурентних переваг та зміцнення партнерських відносин із постачальниками, дистриб'юторами й банківськими установами.

Успішна реалізація проєкту покращення фінансового стану дозволить підприємству сформувати стійку систему управління витратами, оптимізувати структуру активів і зобов'язань, удосконалити управління обіговими коштами, а також впровадити сучасні підходи до планування бюджету й контролю фінансових результатів. Усе це сприятиме зміцненню позицій компанії на ринку молочних продуктів, підвищенню довіри з боку споживачів, партнерів і регуляторних органів, що, в умовах економічної невизначеності, набуває ключового значення.

Отже, дослідження і розробка заходів щодо покращення фінансового стану ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» є не лише науково важливою, але й практично необхідною ініціативою, спрямованою на забезпечення життєздатності підприємства, збереження робочих місць, підтримку продовольчої безпеки та сталого розвитку на регіональному й національному рівнях.

Метою курсової роботи є розробка та обґрунтування проєкту покращення фінансового стану ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» шляхом впровадження ефективних фінансових стратегій і механізмів управління ресурсами.

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.

Об'єктом курсової роботи є фінансово-господарська діяльність ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол».

Предметом є процеси, інструменти та механізми покращення фінансового стану підприємства на основі сучасних методів фінансового аналізу та управління.

У курсовій роботі застосовуються такі методи дослідження, як аналітичний метод використовується для вивчення фінансової звітності підприємства, зокрема балансу, звіту про фінансові результати, з метою виявлення динаміки змін показників та виявлення проблемних зон. Порівняльний метод застосовується для зіставлення результатів діяльності підприємства з аналогічними показниками конкурентів або галузевими нормативами.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПЦІЯ, ЦІННІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЄКТУ

1.1. Основні етапи формування та реалізації проєкту

Концепція проєкту покращення фінансового стану для ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» ґрунтується на впровадженні стратегічних і оперативних рішень, спрямованих на стабілізацію грошових потоків, підвищення прибутковості та оптимізацію фінансових ресурсів підприємства. Основою концепції є всебічна оцінка поточної ситуації на підприємстві з точки зору ефективності використання активів, структури витрат і джерел фінансування, з подальшим формуванням цілісної програми антикризових заходів. У межах цього підходу передбачається не лише усунення наявних фінансових труднощів, але й створення стійкого механізму управління, який дозволяє уникнути подібних проблем у майбутньому.

Цінність проєкту полягає в його здатності забезпечити довгострокову фінансову стабільність і підвищити інвестиційну привабливість підприємства. Завдяки реалізації проєкту компанія отримає змогу зміцнити свої позиції на ринку молочної продукції, зменшити залежність від зовнішніх джерел фінансування, а також ефективніше керувати витратами й прибутками. Економічна доцільність цього проєкту підкріплюється тим, що він ґрунтується на реалістичній оцінці ресурсного потенціалу підприємства, враховує внутрішні резерви зростання і пропонує конкретні інструменти для досягнення фінансового балансу.

Ефективність проєкту вимірюється не лише у фінансових показниках, таких як зростання рентабельності чи скорочення заборгованості, а й у якісних змінах – посиленні внутрішнього контролю, зниженні ризиків, підвищенні фінансової культури управлінського персоналу. Крім того, очікувані результати мають позитивний вплив і на соціально-економічне середовище, зокрема через забезпечення стабільної роботи підприємства, збереження робочих місць і підвищення добробуту працівників.

Формування та реалізація проєкту покращення фінансового стану для ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» – це складний і багаторівневий процес, який охоплює глибоке дослідження внутрішнього середовища підприємства, аналіз зовнішніх впливів, визначення проблемних зон і формулювання цілей, що відповідають актуальним потребам компанії. На початковому етапі ключовим завданням є проведення фінансового аудиту, який дозволяє виявити слабкі місця в системі управління витратами, обліку й звітності, а також оцінити рівень платоспроможності й ліквідності підприємства. Наприклад, якщо підприємство має нестачу обігових коштів або проблеми з дебіторською заборгованістю, це потребує відповідної стратегії, спрямованої на оптимізацію фінансових потоків і реструктуризацію боргів.

Наступним етапом є стратегічне планування, під час якого розробляється програма фінансового оздоровлення. На цьому рівні важливо враховувати не лише внутрішні можливості підприємства, а й ринкові умови, такі як конкуренція, державне регулювання, ціни на сировину й зміни у попиті на молочну продукцію. Саме тут формується бачення майбутнього фінансового стану підприємства, визначаються джерела фінансування проєкту, окреслюються інструменти контролю й моніторингу результатів. Наприклад, одним із рішень може бути впровадження сучасного програмного забезпечення для управління фінансами або автоматизація обліку, що дозволить підвищити точність і своєчасність фінансової інформації.

Реалізаційна фаза передбачає втілення розроблених заходів у практичну діяльність підприємства. Це може включати реструктуризацію кредитного портфеля, укладення нових договорів з постачальниками на вигідніших умовах, модернізацію виробничого обладнання для зниження енерговитрат або розширення ринків збуту. Паралельно з реалізацією змін здійснюється постійний моніторинг ключових фінансових показників, що дає змогу коригувати дії у випадку відхилення від плану. На прикладі ТОВ «Харківський молочний комбінат» це може виглядати як поступове зменшення залежності від банківських кредитів через зростання обсягів реалізації продукції та збільшення обігових коштів.

Завершальний етап передбачає оцінку досягнутих результатів і підведення підсумків. Успішність проєкту визначається тим, наскільки вдалося досягти запланованих цілей – зокрема, покращення фінансової стійкості, забезпечення позитивного грошового потоку, підвищення рентабельності та зміцнення позицій компанії на ринку. Важливим елементом цього етапу є також підготовка рекомендацій для подальшого розвитку й запобігання повторенню фінансових труднощів у майбутньому.

1.2 Основні учасники проєкту, фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ

У проєкті покращення фінансового стану для ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» ключову роль відіграють основні учасники, кожен із яких виконує свою функцію у загальному механізмі реалізації задуманих змін. Центральною фігурою є керівництво підприємства, оскільки саме воно визначає стратегічні напрями розвитку, формує загальну логіку фінансових перетворень і забезпечує організаційну підтримку реалізації заходів. Ефективність дій керівництва багато в чому залежить від здатності до гнучкої адаптації, вміння приймати рішення на основі фінансової аналітики та залучати відповідних фахівців для вирішення вузькопрофільних завдань. Наприклад, при запровадженні нової системи бюджетування потрібна участь досвідченого фінансового аналітика, який зможе оцінити можливості оптимізації витрат та розробити відповідні сценарії управління грошовими потоками.

Також важливими учасниками є фінансовий відділ і бухгалтерія підприємства, оскільки саме вони здійснюють оперативний контроль за рухом коштів, проводять аналіз платоспроможності, готують звітність для зовнішніх і внутрішніх користувачів. Їх робота стає основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У разі реалізації змін, пов'язаних із автоматизацією обліку або переходом на нові стандарти фінансової звітності, необхідне також залучення

ІТ-фахівців, які здатні налаштувати програмне забезпечення відповідно до потреб підприємства. Зовнішні консультанти, такі як аудиторські компанії або бізнес-консультанти, можуть забезпечити незалежний погляд на ситуацію та надати рекомендації, які враховують галузеві тренди або досвід інших підприємств.

Функціонування проєкту значною мірою визначається впливом зовнішнього середовища. Зовнішні фактори включають макроекономічну ситуацію в країні, податкову політику, валютні коливання, зміну цін на сировину та енергоресурси, а також стан конкурентного середовища. Наприклад, зростання цін на молоко-сировину внаслідок сезонних коливань або глобальних криз безпосередньо впливає на собівартість продукції, знижуючи маржинальність. Так само коливання курсу національної валюти може ускладнити закупівлю імпортного обладнання або комплектуючих, що потребує відповідного коригування у фінансовому плануванні.

Водночас внутрішнє середовище підприємства визначається його організаційною структурою, системою управління, кадровим потенціалом, корпоративною культурою, виробничими потужностями та інформаційними ресурсами. Якщо в колективі низький рівень мотивації, слабкий зв'язок між відділами або відсутня культура ефективного бюджетування, реалізація навіть найкращої фінансової стратегії може зіткнутися з внутрішнім опором. Наприклад, якщо працівники не розуміють цілей проєкту або не бачать для себе особистої вигоди, ініціативи з оптимізації витрат можуть бути сприйняті як загроза. Тому управління змінами, внутрішня комунікація та залучення персоналу до процесу прийняття рішень мають першочергове значення.

Таким чином, успіх проєкту залежить не лише від правильної постановки фінансових завдань, а й від ефективної взаємодії усіх зацікавлених сторін, урахування ризиків, пов'язаних із зовнішніми обставинами, та адекватного управління внутрішніми ресурсами, які дозволяють трансформувати стратегії в реальні, сталі результати.

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

У межах проєкту покращення фінансового стану ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» реалізація відбувається через послідовні фази, кожна з яких відіграє критичну роль у досягненні поставленої мети. Початковий етап включає діагностику фінансової ситуації підприємства. На цьому етапі проводиться глибокий аналіз структури доходів і витрат, виявляються збиткові напрями діяльності, оцінюються показники рентабельності, ліквідності, оборотності та платоспроможності. Наприклад, якщо аналіз показує, що витрати на зберігання молочної продукції суттєво перевищують середньоринкові, це сигнал до пошуку варіантів оптимізації логістики або модернізації складських приміщень.

На основі результатів діагностики формується стратегічна концепція змін, яка стає основою наступної фази – планування. На цьому етапі визначаються конкретні цілі, такі як підвищення рівня ліквідності на 20% або зменшення операційних витрат на 15%, і розробляється покроковий план дій. Наприклад, підприємство може вирішити впровадити систему управління витратами за центрами відповідальності або ввести автоматизовану систему контролю за дебіторською заборгованістю. Це вимагає ретельного техніко-економічного обґрунтування, оцінки ресурсних потреб і визначення показників ефективності.

Реалізаційна фаза передбачає втілення запропонованих заходів. У процесі виконання запланованих дій відбувається навчання персоналу новим процедурам, закупівля або оновлення необхідного програмного забезпечення, налагодження нових процесів звітності, а також удосконалення внутрішніх бізнес-процесів. Якщо, наприклад, одним із напрямів стало запровадження системи електронного документообігу для прискорення фінансових операцій, це потребує початкових інвестицій, проте дозволяє зменшити навантаження на персонал та підвищити точність фінансових операцій.

Фінальний етап включає оцінку результатів. Тут аналізуються досягнуті показники у порівнянні з початковими цілями, виявляються слабкі місця і потенціал для подальшого вдосконалення. Якщо підприємству вдалося досягти зростання чистого прибутку або зменшити частку проблемної дебіторської

заборгованості, це свідчить про ефективність вжитих заходів. У разі часткового невиконання плану проводиться коригування стратегії з урахуванням нових факторів.

Фінансова частина проєкту охоплює як прямі витрати, пов'язані з його реалізацією, так і очікувані вигоди. До витрат можуть входити витрати на консалтинг, придбання ІТ-рішень, модернізацію облікової системи, навчання персоналу, проведення внутрішнього аудиту. Ці витрати можуть сприйматися як обтяжливі на старті, проте вони є необхідною інвестицією у підвищення ефективності підприємства. Наприклад, впровадження ERP-системи може коштувати кілька сотень тисяч гривень, але при цьому забезпечить прозору систему фінансового управління, що у перспективі призведе до зменшення витрат, оптимізації витрат і кращого стратегічного планування.

Щодо вигод, то їх можна вимірювати як у грошовому, так і в нефінансовому вимірах. Підвищення рентабельності, зростання чистого прибутку, покращення кредитного рейтингу підприємства та зменшення ризиків банкрутства є безпосередніми фінансовими результатами. Але не менш важливими є нефінансові вигоди: підвищення прозорості управлінських рішень, зростання довіри з боку партнерів і кредиторів, підвищення мотивації персоналу через більш стабільні умови праці. Наприклад, запровадження внутрішнього контролю за витратами дозволяє виявляти і попереджувати зловживання, що позитивно впливає як на моральний клімат в організації, так і на фінансові результати.

Отже, фази проєкту не є ізольованими етапами, а логічно взаємопов'язаними процесами, що формують єдиний цикл стратегічного фінансового розвитку підприємства. Їх успішна реалізація дозволяє не лише стабілізувати поточний стан, а й створити основу для довгострокового зростання і підвищення конкурентоспроможності «Агромолу» в умовах динамічного ринку.

РОЗДІЛ 2

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

2.1. Маркетинговий, технічний, інституційний аналіз

У межах проєкту покращення фінансового стану ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» маркетинговий, технічний та інституційний аналізи відіграють важливу роль, адже саме вони дають змогу сформуванню цілісної картини функціонування підприємства в умовах сучасного конкурентного середовища та виявити потенційні шляхи підвищення його ефективності.

Маркетинговий аналіз дає змогу глибоко дослідити ситуацію на ринку молочної продукції, вивчити поведінку споживачів, оцінити рівень попиту, структуру конкурентного середовища, а також виявити основні тенденції галузі. У випадку з ТМ «Агромол» важливим є розуміння специфіки попиту саме в регіональному розрізі, адже уподобання споживачів у Харківському регіоні можуть суттєво відрізнятися від загальнонаціональних. Наприклад, аналіз може показати, що зростає популярність органічної продукції або молочних продуктів без лактози, що вимагає переорієнтації виробництва чи доповнення асортименту. У процесі аналізу також може бути виявлено, що найбільш ефективними каналами просування для цього сегмента є соціальні мережі та місцеві супермаркети, а не традиційна реклама на телебаченні, яка менш рентабельна. Це дає змогу не лише адаптувати маркетингову стратегію до реальних умов, а й раціонально розподіляти рекламний бюджет.

Технічний аналіз дає уявлення про стан виробничих потужностей, технологій, рівень автоматизації, ефективність виробничих процесів та витрати на утримання обладнання. У випадку «Агромолу» це означає перевірку функціонування ліній пастеризації, фасування, охолодження та зберігання молочної продукції. Якщо аналіз виявляє, що окремі етапи виробництва є застарілими, мають високий рівень енергоспоживання або вимагають значних

ручних операцій, це вказує на потребу в модернізації. Наприклад, впровадження нових автоматичних фасувальних ліній може дозволити не лише знизити витрати на оплату праці, але й зменшити відсоток браку, підвищити швидкість обслуговування замовлень і стабільність якості продукції. Водночас технічний аналіз враховує й інфраструктурні обмеження, зокрема пропускну здатність електромережі, доступ до води та охолодження, можливості логістики й складування, що критично важливо для молочної промисловості.

Інституційний аналіз зосереджений на вивченні організаційної структури підприємства, ефективності системи управління, дотримання вимог законодавства, а також взаємодії з органами влади, регуляторними інституціями та партнерами. У випадку «Агромолу» це означає дослідження внутрішньої системи прийняття рішень, розподілу відповідальності між підрозділами, політики кадрового управління, системи мотивації працівників. Наприклад, якщо виявляється, що фінансові рішення приймаються централізовано, без достатньої участі керівників виробничих підрозділів, це може гальмувати оперативність у реагуванні на проблеми. Також інституційний аналіз враховує ступінь цифровізації внутрішніх процесів, рівень автоматизації документообігу, обліку та звітності. Умовно кажучи, якщо на підприємстві досі використовуються паперові форми для обліку витрат, це створює додаткові ризики помилок і затримок, що негативно впливає на управління фінансами. Окрему увагу інституційний аналіз приділяє відповідності підприємства чинному законодавству, зокрема у сфері екології, безпеки харчових продуктів, охорони праці, що особливо актуально в умовах активного контролю за харчовою галуззю з боку державних органів.

Загалом ці три аналітичні блоки взаємопов'язані між собою і формують єдину картину стану підприємства. Наприклад, успішна реалізація технічного оновлення можлива лише за умови належного інституційного супроводу і глибокого маркетингового обґрунтування. У випадку «Агромолу» це може проявлятися в тому, що модернізація виробничої лінії проводиться не просто для зниження витрат, а як реакція на ринковий запит на новий формат пакування чи більш стійку упаковку, що підвищує лояльність покупців і збільшує продажі.

Таким чином, результати маркетингового, технічного й інституційного аналізів слугують не лише діагностикою поточного стану, а й обґрунтуванням доцільності та ефективності запропонованих змін у межах проєкту покращення фінансового становища підприємства.

2.2. Екологічний та соціальний аналіз

Екологічний та соціальний аналіз у межах проєкту покращення фінансового стану ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» має стратегічне значення, адже стосується не лише зовнішньої відповідальності підприємства перед суспільством, а й формування його репутації, забезпечення стійкості в довгостроковій перспективі та відповідності сучасним вимогам ринку і законодавства.

Екологічний аналіз охоплює дослідження рівня впливу підприємства на навколишнє природне середовище, зокрема в аспектах управління відходами, водопостачання, споживання енергії, викидів у повітря, шумового забруднення та використання пакувальних матеріалів. У випадку молочного комбінату особливо актуальним є питання очищення стічних вод, які утворюються в процесі миття обладнання, термічної обробки та фасування молока. Якщо очисні споруди підприємства застарілі або не відповідають сучасним нормам, це створює ризики забруднення довкілля, накладення штрафів з боку державних екологічних інспекцій, а також підриває довіру місцевої громади. Разом із тим, інвестиції в нові енергоощадні технології, наприклад, в систему повторного використання води чи заміну освітлення на LED-лампи, можуть зменшити витрати підприємства на комунальні послуги й водночас посилити його екологічний імідж. Впровадження екологічної сертифікації на виробництво (наприклад, ISO 14001) є не лише позитивним сигналом для споживачів, які обирають відповідальну продукцію, а й додатковою конкурентною перевагою у співпраці з роздрібними мережами або експортерами, які вимагають дотримання сталих стандартів.

Соціальний аналіз фокусується на вивченні впливу підприємства на людей – як працівників, так і мешканців місцевої громади, партнерів і кінцевих споживачів. Для ТМ «Агромол» ключовим аспектом є дотримання трудових прав персоналу, безпечні умови праці, справедливе матеріальне заохочення, можливості для навчання і кар'єрного зростання. Якщо підприємство не приділяє достатньої уваги соціальному клімату, це призводить до високої плинності кадрів, зниження продуктивності праці, погіршення якості продукції, що прямо впливає на фінансові результати. Наприклад, нестабільний колектив на виробництві створює труднощі в підтриманні єдиних стандартів гігієни та технологічної дисципліни – надзвичайно важливих у харчовій галузі. Соціальний аналіз також включає оцінку соціальних проєктів, які реалізує підприємство. Наприклад, участь у місцевих благодійних ініціативах, підтримка шкільного харчування, спонсорство спортивних заходів або навчання для молоді зміцнюють імідж компанії, формують лояльність з боку громадськості, що у довгостроковій перспективі знижує ризики конфліктів і сприяє стабільності операцій.

Особливої актуальності набуває питання соціального впливу на споживачів. Якщо продукція підприємства не відповідає очікуванням у сфері якості, безпеки або прозорості інформації на етикетках, це викликає суспільне обурення, поширення негативних відгуків у соціальних мережах, а в деяких випадках – штрафи та судові позови. Натомість орієнтація на чесність у маркетингових комунікаціях, публікація звітів про соціальну відповідальність і залучення споживачів до участі в опитуваннях або дегустаціях формує міцні довірчі зв'язки між брендом і аудиторією. У контексті соціального аналізу також досліджується гендерний баланс у керівництві, рівень інклюзивності, доступність робочих місць для осіб з інвалідністю та дотримання принципів рівних можливостей.

Таким чином, екологічний і соціальний аналізи дають змогу виявити неочевидні чинники, які можуть впливати як на витрати, так і на прибутки підприємства. Вони забезпечують глибоке розуміння того, як покращення взаємодії з довкіллям і суспільством сприяє довготривалій фінансовій стабільності. Наприклад, екологічно безпечне виробництво, орієнтоване на сталий розвиток,

може відкрити доступ до «зеленого фінансування» або кредитів на вигідніших умовах. А високий рівень соціальної довіри – це гарантія підтримки з боку споживачів навіть у періоди кризи. Врахування цих аспектів у межах фінансового проекту перетворює його на комплексну ініціативу сталого розвитку підприємства.

2.3. Фінансовий та економічний аналіз

Фінансовий та економічний аналіз є ключовими складовими оцінки проекту, що дозволяють глибоко зрозуміти його життєздатність, прибутковість і вплив на загальний розвиток підприємства. Фінансовий аналіз зосереджується на детальному вивченні всіх грошових потоків, які пов'язані з реалізацією проекту, зокрема оцінці початкових інвестицій, операційних витрат, доходів і прибутку. Важливо зрозуміти, які ресурси необхідні для запуску і підтримки діяльності, наскільки ефективно вони будуть використовуватися, та який час знадобиться, щоб вкладення окупилися. Наприклад, у випадку впровадження нових видів електроенергії або інформаційних технологій, початкові витрати можуть включати закупівлю обладнання, монтажні роботи, навчання персоналу, а також організаційні витрати на адаптацію бізнес-процесів. Разом з тим, операційні витрати відображаються у регулярних платежах за обслуговування, електроенергію, амортизацію обладнання, оплату праці. Зважене управління цими витратами є важливою умовою досягнення фінансової стійкості проекту.

Економічний аналіз, у свою чергу, розглядає ширший контекст – не лише безпосередні фінансові показники, а й загальний вплив на економічний стан підприємства, регіону чи навіть галузі. Цей аспект оцінює, наскільки проект сприяє підвищенню ефективності виробництва, зниженню собівартості продукції, збільшенню обсягів продажу, поліпшенню якості товарів чи послуг, розширенню ринку. При цьому економічний аналіз може розглядати як прямі вигоди, так і непрямі – наприклад, створення додаткових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх і внутрішніх ринках,

сприяння сталому розвитку та інноваціям. Якщо підприємство впроваджує інноваційний продукт, то економічний аналіз може вказувати на потенціал захоплення нових сегментів ринку, збільшення частки прибутку завдяки диверсифікації асортименту та зменшенню залежності від традиційних товарів.

З огляду на конкретний приклад, у випадку ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол» фінансовий аналіз може відобразити, наскільки інвестиції у модернізацію обладнання чи впровадження нових технологій виробництва знизять витрати на сировину, енергозабезпечення та ремонт, водночас збільшивши обсяги виробництва та покращивши якість молочної продукції. Аналізуючи фінансові показники, слід враховувати також можливі ризики, наприклад, коливання цін на сировину чи зміни податкового законодавства, що можуть впливати на чистий прибуток. Економічний аналіз дозволяє прогнозувати, як зміни в структурі витрат і доходів вплинуть на конкурентну позицію підприємства, його здатність утримувати або розширювати ринки збуту, підтримувати належний рівень зайнятості і виконувати соціальні зобов'язання.

Особливо важливою частиною аналізу є оцінка окупності інвестицій, яка дає змогу визначити період, за який проєкт почне приносити позитивний грошовий потік. Це допомагає керівництву приймати зважені рішення про доцільність впровадження інноваційних рішень. Наприклад, якщо впровадження системи автоматизації виробничих процесів дасть змогу скоротити час простоїв і зменшити кількість браку, то вкладення в таку систему можуть окупитися протягом декількох років, що зробить проєкт ефективним не лише з фінансової точки зору, а й підвищить загальну економічну стійкість підприємства.

Таким чином, фінансовий і економічний аналізи виступають невід'ємною основою прийняття стратегічних рішень, адже дають змогу не лише оцінити поточний стан і перспективи розвитку, а й визначити найоптимальніші шляхи використання ресурсів, зниження ризиків та підвищення загальної ефективності діяльності підприємства. Вони допомагають побачити реальну вартість проєкту, розставити пріоритети і сформуванати довгострокове бачення розвитку, що відповідає інтересам усіх зацікавлених сторін.

ВИСНОВКИ

Висновки, сформовані за результатами всебічного дослідження проєкту, відображають глибоке розуміння всіх ключових аспектів його формування, реалізації та впливу на діяльність підприємства. Аналіз основних етапів формування і реалізації проєкту дозволяє чітко побачити логічну послідовність дій, що забезпечує системний підхід до впровадження змін. Від ідеї та концепції до практичної реалізації – кожен етап потребує ретельного планування, розподілу ресурсів і контролю, що забезпечує мінімізацію ризиків і максимізацію результатів. Такий підхід сприяє послідовному переходу від теоретичних задумів до конкретних дій, що в результаті приводить до досягнення запланованих цілей.

Важливість визначення основних учасників проєкту та врахування факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ не можна недооцінювати, адже саме взаємодія між різними стейкхолдерами визначає якість прийняття рішень і ступінь підтримки проєкту на всіх рівнях. Внутрішні фактори, такі як організаційна культура, компетенції персоналу, наявність технологічних ресурсів, безпосередньо впливають на здатність компанії адаптуватися до змін і ефективно виконувати поставлені завдання. Зовнішні фактори, серед яких економічна ситуація, нормативно-правове поле, конкуренція, соціально-політичні умови, вносять свої корективи в реалізацію проєкту і можуть як створювати можливості, так і ставати на заваді. Розуміння цих взаємозв'язків дає змогу не лише прогнозувати можливі виклики, а й знаходити шляхи їх подолання.

Розглядаючи основні фази проєкту, варто підкреслити, що кожна з них супроводжується певними витратами, які, проте, виправдовуються отриманими вигодами. Витрати на закупівлю обладнання, навчання персоналу, організаційні заходи та інші ресурси є інвестицією в майбутнє підприємства, яка має привести до підвищення ефективності діяльності, поліпшення якості продукції чи послуг і розширення ринку. Вигоди від проєкту можуть проявлятися як у вигляді прямого економічного зиску, так і у формі посилення конкурентних позицій, покращення іміджу компанії, підвищення задоволеності клієнтів та працівників. Відповідне

планування і балансування між витратами та вигодами є запорукою успішності будь-якого проєкту.

Маркетинговий, технічний та інституційний аналізи забезпечують багатогранне розуміння зовнішніх і внутрішніх умов, в яких реалізується проєкт. Маркетинговий аналіз дозволяє оцінити потреби і поведінку цільової аудиторії, прогнозувати попит і конкурентне середовище, що допомагає більш точно сформулювати пропозицію. Технічний аналіз демонструє можливості і обмеження, пов'язані з вибором технологій, їх адаптацією і модернізацією, що впливає на якість і ефективність виробництва. Інституційний аналіз розкриває роль державних і регуляторних органів, нормативних вимог та політичної стабільності, що безпосередньо визначають рамки діяльності підприємства і проєкту.

Екологічний та соціальний аналіз висвітлюють не менш важливі аспекти, оскільки будь-який проєкт має впливати не лише на економіку, а й на довкілля та суспільство. Екологічний аспект вимагає оцінки ризиків забруднення, ресурсозбереження, дотримання стандартів і норм, що сприяє сталому розвитку і мінімізації негативних наслідків. Соціальний аналіз допомагає зрозуміти, як проєкт вплине на працівників, місцеві громади, умови праці та соціальну відповідальність підприємства. Такий підхід дозволяє гармонійно поєднати бізнес-цілі із соціальними очікуваннями і екологічними вимогами.

Фінансовий та економічний аналізи є фундаментом для прийняття зважених управлінських рішень, адже вони розкривають справжню вартість проєкту, його окупність і потенціал для збільшення прибутковості підприємства. Аналіз грошових потоків, інвестиційних витрат, операційних витрат та доходів дає змогу прогнозувати фінансову стійкість та рівень ризиків, пов'язаних із впровадженням новацій. Економічний аспект розглядає вплив проєкту на загальну конкурентоспроможність, розвиток виробництва і стабільність ринку, що сприяє підвищенню вартості підприємства в довгостроковій перспективі.

Отже, результати дослідження свідчать, що успішна реалізація проєкту можлива лише за умови комплексного підходу до аналізу і планування, що враховує всі внутрішні та зовнішні чинники, ефективне управління ресурсами, а

також збалансованість економічних, соціальних і екологічних аспектів. Такий підхід дозволяє не тільки забезпечити досягнення поставлених цілей, але й створити міцний фундамент для подальшого сталого розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаватюк Л. С. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств: стаття / Л. С. Гаватюк, А. К. Пілат. – Хмельницький: Хмельницький національний університет, 2020. – С. 47–50. – Режим доступу: <https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1752studbase.kubg.edu.ua>
2. Гаврилюк А. Р. Аналіз фінансового стану підприємства та шляхи його поліпшення: кваліфікаційна бакалаврська робота / А. Р. Гаврилюк. – Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. – 62 с. – Режим доступу: <https://studbase.kubg.edu.ua/article/5634 studbase.kubg.edu.ua+2studbase.kubg.edu.ua+2studbase.kubg.edu.ua+2>
3. Гріщенко І. В. Оцінка показників в процесі фінансового планування підприємства: стаття / І. В. Гріщенко. – Вінниця: Вінницький національний технічний університет, 2020. – С. 223–225.
4. Гріщенко І. В. Оцінка показників фінансової стійкості підприємства: стаття / І. В. Гріщенко. – Вінниця: Вінницький національний технічний університет, 2020. – С. 208–211.
5. Денисенко М. П. Заходи покращення фінансового стану підприємства у сучасних умовах господарювання: стаття / М. П. Денисенко. – Київ: Економіка і держава, 2019. – №12. – С. 61–65. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.6>
6. Кальченко О. М. Аналіз фінансового стану підприємства: методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Фінансовий аналіз» / О. М. Кальченко, О. В. Шишкіна, О. М. Парубець. – Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. – 53 с. – Режим доступу: <http://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/28401 ir.stu.cn.ua>
7. Карачун Д. А. Аналіз і оцінка фінансового стану і перспектив економічного розвитку підприємства: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра / Д. А. Карачун. – Суми: Сумський державний університет, 2021. – 53 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84300> essuir.sumdu.edu.ua

8. Коваленко С. В. Аналіз фінансового стану підприємства та розробка заходів щодо його поліпшення: дипломна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра спеціальності «Економіка» / С. В. Коваленко. – Київ: Національний авіаційний університет, 2024. – 58 с. – Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/64981studbase.kubg.edu.ua+6er.nau.edu.ua+6er.nau.edu.ua+6>

9. Макоцький М. О. Фінансовий аналіз діяльності підприємства та шляхи підвищення її ефективності: дипломна робота на здобуття освітнього ступеня магістра спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» / М. О. Макоцький. – Київ: Національний авіаційний університет, 2024. – 96 с. – Режим доступу:

<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/62428> ir.stu.cn.ua+2er.nau.edu.ua+2er.nau.edu.ua+2

10. Про Національний банк України: закон України від 20.05.1999 № 679-XIV (із змінами і доповненнями. ВРУ. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.

11. Про страхування: закон України від 7.03.1996 № 85/96-ВР із змінами і доповненнями. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>.

12. Сіренко Н.М. Проектне фінансування : курс лекцій. Миколаїв : МНАУ, 2018. 106 с.

13. Фінансова звітність ТОВ «Харківський молочний комбінат» ТМ «Агромол». Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/42802565>

14. Харківський молочний комбінат продовжує виробництво молочної продукції завдяки генератору, отриманому від уряду Німеччини. Режим доступу: <https://ukraine.un.org/uk/221047-харківський-молочний-комбінат-продовжує-виробництво-молочної-продукції-завдяки-генератору>

15. Цивільний кодекс України: закон України від 16.01.2003 № 435-IV із змінами і доповненням. ВРУ. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

16. Яцишишин Н. А. Методика аналізу фінансового стану підприємства: стаття / Н. А. Яцишишин. – Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2015. – С. 441–445. studbase.kubg.edu.ua