

Пізніше цей засіб був доповнений «методикою XYZ». А ще пізніше була сформована *комплексна методика*, як синтез методик ABC і XYZ [1]. Аналіз цих методик авторами доповіді привів до висновку, що дані методики не тільки не зменшують виробничі затрати, але навпаки, здійснюють ще й додаткові – на використання цих методик! Але за рахунок чого трапляється логістичне зменшення виробничих затрат, якщо всі вони присутні як до, так й після використання цих «логістичних» методик – питання, яке залишалося відкритим.

Уважний аналіз законів логістики й особливо основного закону логістики, який був встановлений зовсім недавно [2], приводить до однозначного висновку і визначенню дійсної мети логістики: «*Мета логістики – це лише підготовка, забезпечення найбільш сприятливих умов для подальшого, за межами і в наслідок логістики зниження затрат підприємства, тобто, мета логістики – це визначення тільки таких видів затрат і відповідних цим видам їх величин, подальше зниження яких принесе максимальний ефект*». Автори впевнені, що тільки скорочення саме *видів* затрат для подальшого зменшення їх величини і є позитивний ефект самої логістики!

### Література:

1. Бабайлов В. К., Баленко А. И. Менеджмент по методике «2С70»: монографія. Харьков: ФЛП Либуркина Л.М., 2007. 232 с.
2. Бабайлов В. К. Приходько Д. О. Встановлення основного закону логістики. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2020. № 2 (25). С. 17–25.

## ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ

Мукієнко Я. А.

Науковий керівник: Кондратюк О.І., к.е.н, доцент  
Київський національний торговельно-економічний університет

Сьогодні економічна ситуація в Україні, та й загалом у всьому світі дуже нестабільна та мінлива. Величезна кількість підприємств припинила свою діяльність, а з тих, що «втрималися на плаву» багато мають серйозні матеріальні проблеми. Для того, щоб вижити в сучасних умовах, підприємству необхідна чітка та мобільна стратегія розвитку. Важливим елементом стратегічного планування, який зможе забезпечити вчасну реакцію підприємства на зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, зможе підтримувати становище фірми на ринку, є бізнес-планування, завдяки якому підприємство може розробити стратегію розвитку з можливими напрямками змін та ефективно рішення подолання проблем. В Україні поняття «бізнес-планування» з'явилося порівняно недавно, наприкінці 80-х років минулого століття, і набуло своїх певних особливостей. Взагалі, бізнес-планування являє

собою процес складання документу, в якому зазначені усі сторони комерційного проекту, що потребує впровадження. Бізнес-планування дозволяє передбачати заходи щодо реалізації нової ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Практично бізнес-план можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення тієї або іншої підприємницької ідеї.

Бізнес-план – це документ, що містить систему пов'язаних в часі та в просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди) [1].

Розробка бізнес-плану дозволяє отримати відповіді на такі питання: як розпочати свою справу, як ефективно організувати виробництво, коли будуть отримані перші доходи, як швидко можна буде розраховуватися з інвесторами, як зменшити можливий ризик тощо.

На даний час в Україні складання бізнес-плану не є обов'язковим для підприємств [2, с. 115]. Але сучасні реалії вказують на необхідність бізнес-планування. Незважаючи на інтеграцію європейських процесів та практик в вітчизняний досвід, намагання підприємств досягнути європейських стандартів, все ж таки, вітчизняна практика написання бізнес-планів відрізняється від західних. Вітчизняні бізнес-плани більш нагадують коротке техніко-економічне обґрунтування, а це зменшує шанси на отримання фінансування від інвестора. Для підвищення рівня ведення бізнесу в Україні бізнес-план має бути детально проробленим та відповідати міжнародним стандартам.

Під впливом багатьох зовнішніх та внутрішніх факторів процес бізнес-планування в Україні набув певних особливих рис. Серед них можна виділити такі основні:

- економічні відносини та ситуація на ринку в нашій країні характеризуються нестабільністю, а тому необхідно прораховувати наперед наслідки своїх дій набагато пильніше, ніж в європейських країнах, що у кінцевому рахунку надасть переваги у конкурентній боротьбі;

- досить поширеною є ситуація, що пов'язана з браком освіти та досвіду для детального аналізу ситуації на ринку і тому, бізнес-план буде служити своєрідним навігатором в бурхливих та достатньо складних ринкових відносинах у країні;

- Україна має низький рівень інвестиційної довіри до бізнесових структур і тому, щоб довести інвесторам свою спроможність та надати правильні аргументи, українські підприємці мають обґрунтовано та більш глибоко викладати плани розвитку в своїх бізнес-проектах.

Отже, якісно розроблений бізнес-план може стати важливим елементом у стратегії розвитку підприємства, допомогти у залученні інвестицій та полегшити процес управління підприємством на всіх рівнях. Для того, щоб мати змогу конкурувати з європейськими підприємствами, та отримувати інвестиції для розвитку, вітчизняним підприємствам необхідно покращувати свої стандарти та дотримуватись європейських методик створення бізнес-

планів. Адже, наявність якісного бізнес-плану надає змогу отримати більший обсяг залученого капіталу, стратегічно планувати діяльність підприємства з урахуванням усіх можливих ризиків та перешкод. Також, розробка якісного бізнес-плану з урахуванням стратегії розвитку та аналізу поточної ситуації на ринку надає підприємствам можливість займати лідируючі конкурентні позиції. В умовах ринкової системи бізнес-план стає потужним інструментом для діяльності підприємства, як в аспекті планування, так і в аспекті дотримання планованих показників.

### **Література:**

1. Необхідність розробки бізнес-плану інвестиційного проекту. URL: <http://stb.sumy.ua/reformuvannya/neobxidnist-rozrobki-biznes-planu-investicijnogo-proektu.html>
2. Алексеева М. М. Планування діяльності фірми : навч.-метод. посібник. К.: Фінанси і статистика, 2011. 248 с.

## **ЩОДО ПИТАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ**

*Обозна М.Д.*

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це головний вектор розвитку бізнесу в Україні. КСВ це не тільки видатки, а ще й користь.

За визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності, ISO 26000 – це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки [1].

КСВ – це особистий бренд компанії, її обличчя та власна репутації. Саме на заході КСВ розвивається значними темпами, але, на жаль, в Україні чимало підприємців навіть не чули про це.

Якщо розглядати актуальність КСВ в Україні, то можна зробити висновок: зараз рівень довіри громадян та суспільства до держави, до бізнесу занадто низький. За цих умов сучасні українські компанії, що мають великий ступінь відповідальності, виборюють довіру стейкхолдерів. Як і в будь-яких взаємовідносинах, вона здобувається поступово. Громадськість вірить у той чи інший бізнес, коли має підстави для цього – факти, дії, результати.

Корпоративна соціальна відповідальність, як і піар, спрямована на довгостроковий ефект. Це тривалий шлях пліч-о-пліч – організації і громадськості. Є три рівні, на які організація здійснює вплив, і відповідно, на яких може запроваджувати КСВ: економічний, екологічний, соціальний.

- економічний – боротьба з корупцією;
- екологічний – залучення енергозощаджуючих технологій, сортування сміття;