Depending on the level of adaptability of the enterprise and the instability of the external environment, an appropriate adaptation strategy should be developed [2, p. 99]. The active adaptation strategy provides for the introduction of changes by the enterprise into the environment of its functioning. Passive adaptation involves changing the behavior of the socio-economic system for more efficient functioning in the environment. Preventive adaptation is a change in the functioning processes of an enterprise based on predictive assessments of environmental changes. A compensatory adaptation strategy is such forms of adaptation to environmental conditions that occur due to the mechanism of switching complementary functioning modes of the adaptation subject [1].

Based on the chosen type of strategy, it seems possible to justify the sequence of stages to identify priority areas for adaptation and develop the necessary measures to form the target level of digital innovation potential. Since it is in the conditions of total digital transformation that the development and improvement of approaches and methods for managing digital innovation projects is becoming increasingly relevant, it is necessary to strengthen the digital innovation potential in order to increase the efficiency of enterprises activity and ensure their leading positions in a competitive and high-tech market.

References:

1. Bughin, J., Kretschmer, T., Van Zeebroeck, N. (2019) Experimentation, Learning and Stress: The Role of Digital Technologies in Strategy Change. *SSRN Electronic Journal*. URL: https://ssrn.com/abstract=3328421 (accessed 12.03.2023).
2. Grynko, T. & Horbach, D. (2022) Digitization as a factor influencing the formation of an enterprise's strategy [Didzhytalizatsiia yak faktor vplyvu na formuvannia stratehii pidpryiemstva]. *Ekonomika i menedzhment 2022: perspektyvy intehratsii ta innovatsiinoho rozvytku*, April, 11-12, 2022. Dnipro: Bila K. O., 2022. Vol. 2. 98-101 pp.

Байлова О. О., Бірюкова П. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПОНЯТТЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ, ЕТАПИ ТА ГОЛОВНІ ПРИНЦИПИ ЙОГО СКЛАДАННЯ

Планування є важливою складовою економічного управління кожного бізнесу, оскільки допомагає передбачити ключові параметри та характеристики господарювання, а також погодити місію, цілі, стратегію й тактику розвитку

підприємства. Цей процес включає формування цілей, визначення пріоритетів, засобів, методів та шляхів їх досягнення, що допомагає знизити невизначеність підприємницької діяльності й гарантувати життєздатність підприємства [3]. Бізнес-план – це такий документ, що детально описує всі аспекти будь-якого комерційного проєкту, надає можливість передбачати на перед різні заходи, що мають відношення до реалізації нових ідей, формувати потрібне фінансове забезпечення й отримання певного прибутку. Відмінною рисою бізнес-плану є те, що він стосується планування окремих бізнес-проєктів підприємства, створення окремих стратегічних підрозділів, а також обґрунтування перспективних напрямків розвитку суб'єкта господарювання [1].

Щоб успішно реалізувати бізнес-проєкт, важливо дотримуватись ретельно складеного бізнес-плану. Він містить в собі всі необхідні кроки і заходи, які потрібно зробити, щоб досягти поставлених цілей та завдань. Зокрема, бізнес-план повинен визначати такі показники, як обсяг продажів, витрати на рекламу та маркетинг, вартість виробництва, потребу в ресурсах та фінансові показники [3].

Бізнес-план може бути корисним не лише для самого підприємства, але й для залучення інвесторів та фінансових установ. Він є своєрідним інструментом, що допомагає переконати партнерів, банки та інші організації у доцільності та ефективності реалізації підприємницької ідеї [1].

Особливо важливою є місце бізнес-плану у функціонуванні суб'єктів малого бізнесу, оскільки вони зазвичай займаються тільки одним чи кількома видами економічної діяльності, а їхній життєвий цикл роботи зазвичай є меншим, у порівнянні з середніми або великими підприємствами. Це означає, що малі підприємства частіше мають потребу у перепрофілюванні діяльності на більш перспективні напрямки або виростанні до середніх підприємств. Постійне підвищення конкуренції на ринку також й збільшує необхідність у фахівцях, що можуть складати бізнес-плани з метою створення й процвітання підприємства, обґрунтовувати далекосяжні управлінські рішення, які направленні на покращення господарсько-фінансового механізму підприємства й закладання початку в нових напрямках його діяльності [3]. Бізнес-планування має включати у себе такі три етапи, а саме [4]:

1. Період підготовки, що містить у собі підбір консультантів, виконавців й експертів, формулювання завдань й розподілення обов'язків серед учасників

проєкту, опрацювання календарного графіка (плану) стосовно виконання робіт, а також збір до купи усієї вихідної інформації.

2. Розробка бізнес-плану, що передбачає проведення аналізу ринку, визначення цільової аудиторії, формування стратегії та тактики розвитку бізнесу, прогнозування фінансових показників, оцінку ризиків та створення програми дій.

3. Презентація бізнес-плану, яка передбачає донесення головних положень бізнес-плану певного підприємства до потенційних майбутніх інвесторів, у тому числі, за допомогою залучення презентаційних матеріалів, а також відповідей на поставлені ними запитання.

Першочергово, перед початком складання бізнес-плану, дуже важливо визначити головну мету вашого власного бізнесу загалом, а також конкретні цілі, які будуть висвітлені у бізнес-плані. Сам бізнес-план повинен включати зовнішні та внутрішні цілі підприємства. Провідна зовнішня мета – упевнити майбутніх партнерів та кредиторів у високих шансах успіху цього підприємства. Основна внутрішня мета бізнес-плану – стати фундаментом для управління підприємницькою діяльністю компанії. Конкретні цілі в бізнес-плані показують зміст та певні специфіки планових заходів, а також особливості й характеристики цього підприємства, а також його діяльності [4].

Головні принципи укладання бізнес-плану включають наступне [2]: якісне оформлення, що включає зрозумілі малюнки, фотографії й розрахунки, а також має привабливу зовнішність з чіткою обкладинкою; чітке спрямування на одержувача, що може бути кредитором чи інвестором; детальна характеристика частини ринку, на якій діє підприємство, потреб споживачів, а також їх переваг при купівлі товарів або послуг; обґрунтованість у втіленні основної бізнес-ідеї, у тому числі, в результативності діяльності підприємства й у вчасній сплаті кредитів інвесторам, чи реалізації вимог кредитного договору кредиторам, а також інвесторів треба переконувати у високій нормі доходу.

Можна дійти до висновку, що бізнес-план – це інструмент, який допомагає керувати діяльністю підприємства й досягати поставлених цілей. Також він застосовується для перевірки і уточнення ідей та цілей, збільшення результативності управління підприємством та складання прогнозу результатів. Протягом втілення у реальність бізнес-проєкту, цей документ може бути коригований шляхом внесення змін у відповідні показники.

Список використаних джерел:

1. Бізнес-планування: веб-сайт. URL: https://2-yurist.in.ua/vsi-poslugi/biznes-planuvannya.html.
2. Бізнес-планування діяльності підприємства: веб-сайт. URL: https://sites.google.com/site/kostia03061992/biznes-planuvanna-u-dialnosti-pidpriemstva.
3. Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д., Блонська В.І., Лупак Р.Л. Бізнес-планування: навч. посіб. Львів: Видавництво «Знання», 2013. С. 173.
4. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану: веб-сайт. URL: https://buklib.net/books/29678/

Виноградова В. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ МІНІМІЗАЦІЇ СКЛАДСЬКИХ ЗАПАСІВ ОКРЕМИХ ВИДІВ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ І ЗАЛИШКІВ НА СКЛАДАХ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Одним із важливих факторів підвищення ефективності господарської діяльності є ефективне управління матеріальними запасами. Сучасні підприємства ще не зробили управління запасами частиною основного напряму своєї поведінкової стратегії, активно реалізованої в ринковому середовищі, явно не використовуючи в повній мірі цей фактор підвищення конкурентоспроможності. Аналіз існуючої практики управління підприємствами індустріально розвинутих країн показує, що загальна політика управління запасами полягає в їх мінімізації в допустимих межах, завдяки чому прискорюється оборотність власних коштів, і на цій основі підвищується конкурентоспроможність [1].

Враховуючи значний вплив ведення інвентаризації матеріальних ресурсів на фінансовий стан і конкурентоспроможність фірми, важливо визначити фактори, що впливають на розмір загального запасу. До таких факторів слід віднести:

1) структуру загальної кількості матеріальних ресурсів;

2) потребу в запасах різних видів матеріалів;

3) пропозицію різних видів матеріальних ресурсів;

4) рівномірність споживання запасів; періодичність випуску продукції постачальниками;