Іван Олександрович ЖМУРКО,
здобувач вищої освіти групи 076 ПТБД_мз_2018 Полтавської державної аграрної академії

Науковий керівник – **ЗОСЬ-КІОР Микола Валерійович,**
доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджментуПолтавської державної аграрної академії

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПЛАНУВАННЯМ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для розробки методики програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції треба з'ясувати перш за все умови забезпечення організаційно-економічного механізму та визначити особливості формування стратегічного плану суб'єкта підприємницької діяльності, що актуалізує тему дослідження.

В сучасних динамічних умовах є необхідним формування зон стратегічного господарювання на різних функціональних ринках: готової продукції, трудових ресурсів, капіталу та інноваційних технологій.

При цьому стратегічні зони господарювання повинні ефективно інтерферувати і бути збалансованими. Сформований методичний підхід до стратегічного планування повинен базуватися на організаційно-економічному механізмі, який буде служити методичним лекало дій підприємства в сфері формування стратегії конкурентного розвитку бізнесу.

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції в умовах нестабільності необхідно комплексно підходити до управління нею. Цього можна досягти застосовуючи програмно-цільовий метод управління, який є інструментом забезпечення стійкого розвитку підприємства [1, 2].

Досліджуючи процес формування структури механізму інноваційного розвитку в узгодженні з етапами інноваційної стратегії, слід відзначити його спрямованість на реалізацію таких основних завдань: обґрунтування бази для інноваційного росту, забезпечення неперервності впровадження інноваційних змін та їх підтримка всередині підприємства (організаційна, технічна, фінансова тощо), контроль та аналіз доцільності впроваджених інновацій у зв'язку зі зміною рівня конкурентоспроможності. Системні властивості механізму стратегічного інноваційного розвитку підприємства необхідно включити до його складу такі елементи, пов'язані з розробкою (створенням) та управлінням інноваційною стратегією невідривно від задач загальної стратегії, як методи і засоби, форми, інструменти та моделі, що у своїй взаємодії забезпечуючи ефективність роботи всієї системи проходженням послідовності етапів (рис. 2).

1 етап. Визначення вектору структурних перетворень, бажаного структурного типу з ряду альтернатив та відповідних йому цілей. На цьому етапі окреслюються форми майбутніх інноваційних перетворень, генеруються та визначаються пріоритети альтеративних потоків, оцінюються ресурси, необхідні для реалізації кожного з можливих варіантів, аналізується їх

наявність.

2 етап. Моделювання стратегії розвитку та структурних перетворень. Цьому етапу буде відповідати вибір моделі стратегічного інноваційного розвитку з подальшою ідентифікацією змінних, взаємних зв'язків між ними, визначення функцій та структури системи. Цей етап є важливою складовою ефективного функціонування механізму, тому подальша робота буде присвячена проблемам побудови та дослідження моделей інноваційної стратегії.

3 етап. Конкретизація шляхів реалізації інноваційної стратегії з врахуванням специфіки і конкурентних переваг – визначаються методи організації робіт від формулювання ідеї до досягнення комерційного результату. На цьому етапі заплановані і відібрані інноваційні цілі розглядаються як інноваційні проекти з визначеною кількістю ресурсів для їх забезпечення та потребують організаційного супроводу з врахуванням часового фактору 4 етап. Формування системи важелів, методів, інструментів регулювання та контролю, які забезпечать в подальшому неперервну реалізацію програми інноваційних перетворень в залежності від обраної моделі стратегічного інноваційного розвитку. Доцільним на цьому етапі є проведення оцінки ефективності з врахуванням існуючих обмежень, що дозволяє оцінити величину сумарної ефективності від інноваційної діяльності.

Представлені сектори оцінювання обумовлені системою логістичної підтримки, оскільки її достатній рівень гарантує поставку конкретної продукції, якісної, доставленої у відповідний (короткий) час, враховуючи природні умови, у відповідне місце, враховуючи низьку мобільність (транспортабельність) цих товарів, за відповідну (акцептовану клієнтом) ціну.

Список посилань

1. Лупак Р. Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. № 4. С. 320-325.

2. Перебийніс В. І., Помаз О. М., Перебийніс О. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер.: Економічні науки*. 2012. № 1. С. 23-28.