

*Немченко А.М., студент*

*Рядно О.А., д.г.н., професор*

*Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро*

## **КРИТЕРІЇ ДОСЯГНЕНЬ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРИ СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ**

Питання впровадження стратегії і досягнення необхідного результату до цього часу залишаються не вирішеними. Питання заключається в тому, що окрім вибору стратегії і методології її реалізації достатньо складно визначити досягнення кінцевих чи проміжних результатів. А це, в свою чергу, не може своєчасно допомогти прийняти необхідне управлінське рішення.

Питання заключається в тому, що коли підприємство обрало в якості стратегії захоплення певного сектора ринку, то захоплення певної частини ринку виконується до досягнення результату. В якийсь момент стратегія повинна бути переглянута. І необхідно переглянути що, вважати успіхом або програшем при її реалізації. Крім того, можна вважати такий підхід стратегічним.

Вже існує достатня кількість робіт, які показують необхідність вироблення стратегії підприємства не визначаючи критерії її успіху. Зазначена проблема породжує ще цілий клас проблем, пов'язаний в цьому випадку з необхідністю уточнення поняття стратегії в частині самих критеріїв успішного досягнення результату в більш точному розрізненні стратегії і інших методів економічної політики підприємства.

Гіпотезой пропонованої роботи слід вважати той факт, що, можливо відмінність між стратегією і тактикою є функцією результату проведення підприємством певної економічної політики.

Зазначена гіпотеза припускає, що логіка виділеної стратегії з усього комплексу проведених підприємством заходів полягає в розгляді можливого або досягнутого результату на наявність істотних змін. Як нам здається, поняття "істотна зміна" має поступово зайняти роль визначального, при

розгляді питань розробітки стратегії і стратегічного планування. У першому наближенні вказане словосполучення може означати збільшення таких комплексних показників як "потенціал підприємства", "ринкова позиція", "ємність ринку", "ступінь впливу на ринку", а також зростання "цінності фірми". Тобто під істотними слід, на наш погляд, розуміти такі зміни, які дозволяють підприємству вийти на якісно новий рівень економічних відносин.

Дійсно, такий підхід видається справедливим, в зв'язку з тим, що лише тільки після моменту отримання результатів заходів, передбачуваних як стратегічні, можна достовірно сказати, чи була значуща стратегія підприємства.

Тобто ми висуваємо тезу про те, що стратегія визначається не стільки вибором методів і методик, скільки кінцевою метою і досягнутим результатом. У зв'язку з цим, тільки ті цілі і результати, які були істотно значимими, для виведення підприємства на якісно новий рівень, слід визнавати стратегічними, і отже потребують особливої розробки, фінансування і контролю отриманих результатів. І разом з ними комплекс заходів отримає статус стратегічного.

Зазначена теза потребує, безумовно, додаткової аргументації та доказової бази. Однак слід визнати, що сама ідея позначення зв'язку між якісними характеристиками економічної діяльності, цілями політики і результатами її проведення передбачає істотність одержуваних змін і отже її стратегічний характер. І в цій частині, як нам представляється, саме досягнення або можливість досягнення підприємством "істотних змін", які виражаються в збільшенні ряду комплексних показників. Стосовно до проблеми стратегічного планування це означає необхідність опрацювання питань, що визначають ступінь суттєвості якісних змін зовнішньої і внутрішньої структури підприємства.