

його розміру; формування цільової структури розподілу прибутку; визначення пріоритетності у розподілі прибутку за окремими напрямками його використання; розробка та удосконалення методологічного інструментарію корпоративного управління в галузі залучення і обслуговування прямого фінансування, що є невід'ємною частиною дивідендної політики підприємства.

На закінчення зазначимо, що потрібен певний період часу на стабілізацію політичної й економічної ситуації, забезпечення прозорості фондового ринку, зняття інформаційної невизначеності у сфері діяльності акціонерних товариств. Ситуація, яка склалася на ринку, вимагає від керівників підприємств проводити ефективну дивідендну політику, яка б задовольняла і правління, і акціонерів, і, головне, сприяла б підвищенню ринкової вартості акцій товариств.

Список використаних джерел

1. Туманська М. А., Грицино О. М. Особливості формування дивідендної політики підприємства. *Наука онлайн*. 2018. № 5. С. 85–92. URL: <http://nauka-online.com/> (дата звернення: 29.03.2021).
2. Чумак В. Д. Резервний капітал як внутрішнє джерело фінансування підприємства : зб. тез доп. наук.-практ. конф. проф.-викл. складу за підсумками науково-дослідної роботи за 2014 рік. м. Полтава, 15–16 трав. 2015 р. ПДАА, 2015. С. 94–95.

І. М. Шрамковський, студент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Питання управління ефективністю діяльності є одними з найважливіших для функціонування сучасних діяльності підприємств. Мінливі умови конкуренції, такі, як вихід міжнародних корпорацій на український ринок, посилення вимог суспільства до соціальної відповідальності підприємств, підвищення ролі маркетингу внаслідок насичення багатьох ринків і посилення конкуренції, визначають зміни в самому змісті поняття «ефективність». По-перше, стандартні рішення і шаблони, розроблені раніше, не стали на заваді економіко-управлінській кризі. Заста-

рілі системи управління ефективністю діяльності не дозволяють багатьом підприємствам оперативно реагувати на зовнішні виклики сучасності. По-друге, ці системи можуть гальмувати процеси модернізації на підприємствах в силу своєї негнучкості і непристосованості до умов, в яких функціонує кожна окрема організація. По-третє, довгострокова ефективність діяльності – один з основних пріоритетів стратегічного розвитку підприємства в посткризову епоху. Таким чином, проблему оцінки та управління ефективністю діяльності не можна назвати вирішеною. Сьогодні вона знову актуальна з точки зору розробки нових підходів до визначення та управління ефективністю діяльності підприємств, які дозволять їм враховувати різні складові даного поняття, формувати коректний набір показників, а також ефективно управляти діяльністю в довгостроковому періоді.

Актуальною є така послідовність здійснення процесу управління ефективністю діяльності:

1. Сформувані стратегічні цілі і завдання, які об'єднують діяльність всіх підрозділів компанії в єдину інтегровану систему. На цьому етапі слід вирішити основні цільові завдання: привабливий сегмент ринку, спосіб його завоювання, фінансові показники. На підставі поставлених завдань визначаються показники, які б свідчили про рівень їх досягнення. На цьому етапі може виникати нерозуміння керівниками окремих напрямків діяльності компанії чи окремих функціональних підрозділів, щодо домінуючих і другорядних. Саме на цьому етапі слід визначитися, які цілі мають найбільш вагоме значення, виходячи зі сфери діяльності компанії, її потенціалу, досягнутого положення на ринку, факторів зовнішнього середовища. Обговорення цільових показників дозволить сформувані загальну модель бізнесу, за функціонування якої несуть відповідальність топ-менеджери компанії і ключові фахівці.

2. Визначити систему показників, що дозволяють оцінити досягнення запланованих стратегічних цілей, довести інформацію до співробітників компанії. Кожна поставлена мета – це той кінцевий результат, який має бути отриманий в певний період часу в майбутньому. Для того, щоб ця мета була досягнута, визначаються завдання, які повинні бути вирішені, і ті показники, які свідчать про досягнення, наприклад, розробка і виведення на ринок нових інноваційних товарів загальною вартістю не менше 25 % від виручки компанії. Така мета повинна підтри-

муватися всіма підрозділами підприємства, для яких були визначені відповідні показники.

3. Розробити план досягнення стратегічних і поточних цілей, визначити контрольні точки. Сформувати конкретний перелік дій, які стоять перед кожним підрозділом з уточненням основних цільових параметрів: термінів, фінансових витрат, визначення відповідальних за виконання плану. Стратегічні цілі стосуються чотирьох груп показників: фінансові результати, задоволеність клієнтів, внутрішні бізнес-процеси, компетенція персоналу. Зусилля керівників компанії повинні бути спрямовані не на видозміну традиційного для компанії процесу досягнення миттєвої вигоди, а на перебудову процесів, особливо значущих для досягнення стратегічних цілей компанії. Вони стосуються таких показників системи, як прискорення процесу виконання замовлень, скорочення періоду просування нових товарів на ринок, розвиток персоналу. Самі по собі, ці завдання не принесуть очевидної вигоди, але в кінцевому підсумку трансформуються у високі фінансові показники. На цьому ж етапі управління ефективністю діяльності визначається системою мотивації персоналу, яка носить відкритий характер, включає як матеріальну, так і нематеріальну винагороду. При цьому мотивується персонал не за обсяг виконаної роботи, а за досягнення цільових показників в контрольних точках.

4. Проводити моніторинг та коригування показників в умовах необхідності швидкого реагування на зміну бізнес-середовища. Управлінці порівнюють фактичні фінансові результати з прогнозними, аналізують, якою мірою досягнуто мети клієнтів, який рівень інноваційного розвитку, як реалізуються внутрішні бізнес-процеси. Аналізується не тільки рівень досягнення цільових показників, але і ступінь відповідності прогнозів і цільових показників.

Система управління ефективністю діяльності повинна бути нерозривною інтегрована із загальною системою управління компанією, тому, що приймання управлінських рішень прямо чи опосередковано впливає на ступінь прибутку, що, є головним джерелом фінансування підприємства та підвищення доходів його власників і працівників.

Таким чином, управління ефективністю діяльності компанії – це комплексне поняття, яке відбиває крайні результати застосування ресурсів за певний проміжок часу, основною ознакою

якого є необхідність досягнення цілі виробничо-господарської роботи підприємства з мінімальними витратами суспільної праці чи часу.

Список використаних джерел

1. Деньга С. М. Управління ефективністю інвестиційної діяльності: методологія, інформаційно-аналітичне забезпечення : монографія / С. М. Деньга. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 455 с.
2. Жихарцева О. О. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності інтегрованих корпоративних систем : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / О. О. Жихарцева, Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. – Київ, 2018. – 21 с.
3. Педченко Н. С. Концептуальні підходи до управління ефективністю формування й результативністю використання потенціалу розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації / Н. С. Педченко, Л. М. Шимановська-Діанич // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2019. – № 1. – С. 15–24.

О. Г. Янковий, д. е. н., професор,

Д. О. Шевченко, студент

*Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна*

КАЙЗЕН-КОСТІНГ ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Кайзен-костінг – це цілісна система управління витратами, що підтримує стратегію оптимізації витрат, спрямована на підвищення ефективності виробничих процесів і призводить до запланованих результатів. Головною задачею є ліквідація різниці між фактичною і цільовою собівартістю шляхом залучення всього персоналу компанії [1, с. 153].

Метою даного підходу є покращення діяльності компанії або окремих її підрозділів за допомогою внутрішніх резервів, без залучення великих зовнішніх інвестицій.

Сутність концепції «кайзен-костінг» як методу управління витратами полягає в досягненні раніше заданого рівня витрат, який постійно корегується в напрямку зниження. Цільові планові показники оптимізації витрат встановлюються та переглядаються на регулярній основі. Наприкінці кожного періоду