

Продовження табл. 1

Маркетингові	Ранжування споживачів за категоріями			+	
Соціальні	Дотримання соціальної відповідальності			+	
Фінансові	Зменшення збитковості				+
Підсумкова оцінка				5	

Джерело: розроблено авторами за даними [2, с. 110]

Здійснений аналіз наявних стратегічних ресурсів дослідженого вугледобувного підприємства в таких сферах як організація управління, маркетинг, дослідження і розробки, фінанси, організаційна культура та технологія виробництва, дозволяє відмітити наступне:

– топ-менеджмент досліджуваного підприємства має певний досвід в управлінні, задовільно побудовану та налагоджені систему комунікацій на підприємстві, певну наявність поділу управлінського персоналу, що забезпечує незнану кількість дублювань функцій та можливість контролювати працівників;

– відділ маркетингу вугледобувного підприємства здійснює роботу з комплексного дослідження ринку і розробки прогнозів довгострокових, середньострокових і короткострокових потреб у продукції, що випускається, здійснюється оцінка якості вугілля, що видобувається, забезпечення стійкої реалізації продукції; підтримується ринкова орієнтація виробництва, формування і реалізація товарного, цінового і збутового політики; визначення і реалізація заходів щодо формування попиту і стимулювання збуту;

– підприємство протягом аналізованого періоду знаходиться у кризовому фінансовому стані, який має тенденцію до погіршення;

– досліджуване вугледобувне підприємство на підприємстві має певну часткову автоматизацію виробництва, завдяки якій існує можливість виготовляти більшу кількість продукції та отримувати економію на масштабах виробництва;

– досліджуване підприємство дотримується принципу розвитку спеціалістів та залучення нового персоналу відповідно до високих вимог до їх професійного та особистого рівнів. Керівництво ДП «Мирноградвугілля» усвідомлює, що кадровий потенціал – це найважливіша складова підприємства. У зв'язку з цим воно орієнтоване на встановлення з кожним працівником довготривалих трудових відносин, які базуються на принципах соціального партнерства та дотримання вимог кадрового законодавства.

Література

1. Вовк М. О. *Фінансова звітність за сегментами у системі управління підприємством* : дис. кандидата екон наук : 08.00.09. Київ, 2017. 317 с.

2. Довгань Л. С., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. *Стратегічне управління* : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 440 с.

УДК: 657.37:005.35(477)

Місько Ганна Анатоліївна

*к. е. н., старший викладач кафедри менеджменту організацій,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

JEL classification: C450; L100

На сьогоднішній день забезпечення ефективності менеджменту не втратило своєї актуальності. Сучасні тенденції розвитку економіки вимагають впровадження новітніх технологій в управління підприємством та пошук шляхів забезпечення зростання ефективності.

У науковій літературі проблематика ефективності менеджменту підприємства розкрита у працях таких науковців як: П. Друкера [1], М. Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, Г. Кокинза, С. В. Мочерного, С. А. Єрохіна, Л. О. Канищенко та ін.

Разом з тим, недостатньо висвітленими залишилися питання щодо факторів впливу на ефективність менеджменту підприємства.

Метою роботи є висвітлення підходів науковців щодо факторів впливу на ефективність менеджменту підприємства.

Виникнення поняття «управління ефективністю» і його подальше поширення пов'язують з 1990-и роками, коли з'являються перші дослідження, проведені Інститутом управління персоналом ІРМ (Chartered Institute of Personnel and Development). Результати цього дослідження дозволили з'ясувати відсутність єдності наукових думок з цього приводу. Одні науковці розуміли управління ефективністю як ділову оцінку працівника, інші – як оплату праці за результатами, треті – пов'язували його з навчанням і розвитком персоналу.

На сьогоднішній день, науковці при визначенні поняття «ефективність» роблять акцент на: ефективне використання ресурсів, результативність діяльності, задоволення бажання людини та внутрішній прояв діяльності підприємства.

Ми приєднуємося до думки науковців П. Друкера [1, с. 12], М. Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, які розуміють під ефективністю використання ресурсів.

Думку зазначених науковців продовжує А. О. Ярославський [2, с. 11], який вважає, що категорія «ефективність» на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату від його діяльності та кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів.

Економічна енциклопедія за редакцією С. Мочерного зазначає, що якщо провести математичну аналогію, то ефект – це дельта, приріст деякої змінної або різниця її попереднього і наступного значень. «Ефективність» (від лат. *efectus*) означає результативність, дієвість, продуктивність тощо [2, с. 12].

Ефективність відображає, який результат отримано з одиниці затрат, чи які витрати припадають на одиницю результату (залежно від виду показника), що характеризує результативність витрат. Ефективність розраховується як відношення результату до витрат.

Отже, під ефективністю менеджменту ми розуміємо оцінку використання ресурсів підприємства в процесі реалізації стратегії.

Вважаємо, що доцільно розрізнити поняття ефективність з точки зору зовнішнього і внутрішнього середовища, а категорія «ефективність» не є синонімом «результативність». Термін «ефект» має значення результату, отриманого внаслідок зміни стану певного об'єкта, зумовленого дією зовнішнього або внутрішнього фактора. Категорію «ефективність» варто розуміти як співвідношення отриманого результату до витрат на досягнення даного ефекту (результату).

У науковій літературі виокремлюють зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на ефективність менеджменту підприємства. З точки зору зовнішнього середовища, виробнича діяльність підприємства вважається неефективною, якщо не використовуються організаційні заходи лідерів галузі.

І. Б. Олексів до факторів впливу на ефективність менеджменту підприємства відносить: витрати, обсяги виробництва, прибуток, оборотність основних та оборотних засобів, ліквідність, обсяги заборгованості [3, с. 188].

Б. Леві доповнює перелік факторів наданих І. Б. Олексівим наступними: інвестиції, фінансово-кредитні ресурси, поведінка підприємства, розмір оподаткування, вибрана стратегія підприємства [4].

О. З. Денєга відносить до факторів впливу на ефективність менеджменту підприємства: прибуток, інформаційні ресурси, матеріальні ресурси, фінансово-кредитні ресурси, трудові ресурси, поведінку підприємства, форму управління, швидкість отримання інформації [4].

А. М. Хімченко до факторів впливу на ефективність менеджменту підприємства відносить: інвестиції, фінансово-кредитні ресурси, доходи населення, розмір оподаткування, систему державної підтримки [3].

М. Дорошук [5] вважає, що на ефективність менеджменту підприємства впливають: фінанси, асортимент, продажі, використання сучасних програмних продуктів, що дозволяють планувати, організувати та контролювати персонал. Він запропонував програмний продукт «Управління продажем з аналітикою КПД (якісна побудова дистрибуції)». До переваг програмного продукту варто віднести: аналітику, автоматизацію, експертизу. Переваги програмного продукту

«Управління продажем з аналітикою КПД» [5] для офісних менеджерів полягають у наявності мобільного додатку; навігації по інформації клієнта.

Погоджуючись з думкою М. Дорошука, вважаємо, що на ефективність менеджменту впливають: обсяг продажу, обертання дебіторської заборгованості, аналіз системних торгових точок, кількість планових візитів, кількість результативних замовлень.

Проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки. Запропоновано під ефективністю менеджменту розуміти оцінку використання ресурсів підприємства в процесі реалізації стратегії. Встановлено, що до основних факторів які впливають на ефективність менеджменту підприємства відносять: обсяг продажу, обертання дебіторської заборгованості, аналіз системних торгових точок, кількість планових візитів, кількість результативних замовлень та IT-забезпечення управління підприємством.

Література

1. Друкер П. Ф. *Эффективное управление предприятием. Экономические задачи и решения, связанные с риском.* Москва : Вильямс, 2008. 212 с.
2. Богданович О. Г. *Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу.* Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 1. С. 10–17.
3. Погребняк А. Ю., Ліннік І. М. *Методичні підходи щодо оцінки ефективності діяльності підприємства.* Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 19. С. 187–192.
4. Горбунова Л. *Факторы успеха организации региональных продаж.* URL: <http://www.stepconsulting.ru/publ/orp.shtml> (дата обращения: 26.01.2021).
5. Дорошук М. *Система IT-КПД.* URL: <http://kpd-expert.com/2016/08/12/formula-upravleniya-skorostyu-gosta-prodazh> (дата обращения: 03.02.2021).

УДК 338.242.2

Піскун Альона Валеріївна

*к. е. н., ст. викладач кафедри менеджменту організацій,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

ВИКОРИСТАННЯ БАГАТОМІРНИХ СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ УПРАВЛІННІ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

JEL classification: C100; M110

Будь-яка організаційна структура або господарюючий суб'єкт намагаються виконати поставленні завдання, підтримувати позитивну тенденцію у розвитку, досягти певних результатів, використовувати лише ефективні методи в управлінні.

Результативність або ефективність пронизує всі сфери практичної діяльності людей, всі стадії суспільного виробництва, є основою побудови кількісних критеріїв цінності прийнятих рішень, використовується для формування матеріально-структурної, функціональної і системної характеристик господарської діяльності [1]. При цьому, крім економічної, виділяють ще соціальну, інвестиційну, екологічну ефективність тощо.

Поняття результативності діяльності підприємства в ринкових умовах є важливою характеристикою доходності бізнесу та показником якості управління. Саме тому вміння нею управляти та оцінювати є обов'язковою умовою ефективності сучасного менеджменту.

Методи оцінки результативності функціонування підприємства багаточисельні, але для зручності їх можна розділити на дві основні групи – це неформалізовані (нематематизовані, аналітичні, суб'єктивні) та формалізовані (математизовані, аналітичні, об'єктивні) [2; 3].

Перша група методів має наступні підгрупи: розробка системи показників, методи порівнювання, методи експертних оцінок, методи читання аналізу фінансової звітності, методи деталізації. Друга група включає елементарні методи мікроекономічного аналізу, традиційні методи економічної статистики, математико-статистичні методи вивчення зв'язків, методи теорії прийняття рішень, методи фінансових обчислень.

При цьому кожна група має як переваги, так і недоліки у використанні. Вибір певного методу залежить від багатьох факторів: бажані результати, часові рамки, наявність повної та