

Д. В. Кеча

студ. I курсу магістратури

спеціальність «Менеджмент»

Науковий керівник: д.е.н., доц. Ю. Л. Грінченко

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ КРІ

Сучасні компанії у всіх галузях наполягають, що їм потрібно розширити свої можливості, перш ніж перейти до прибутковості, і що, справді, вони можуть взагалі не дотримуватись традиційних графіків монетизації [2, с. 152]. Сучасні корпорації можуть генерувати прибуток для акціонерів, вкладаючи весь прибуток в інвестування свого розвитку.

В таких умовах до актуальних ключових показників ефективності (Key Performance Indicators – KPI), включають все більше критеріїв, пов'язаних із перспективами розвитку бізнесу, а саме щодо репутації бренду серед споживачів та рівень задоволення їх потреб продуктами компанії, спроможність компанії залучати та утримувати найкращих фахівців, спроможність компанії керувати знаннями для побудови технологічного фундаменту для свого розвитку [5, с. 162] .

Задоволеність клієнтів є одним з найважливіших факторів успіху для бізнесу. Потрібен час, щоб побудувати довіру з боку серед клієнтів, яку можна втратити за одну ніч. Прибуток залежить від організації внутрішніх процесів, але суспільного сприйняття бренду обумовлюється зовнішніми факторами. Бізнес повинен бути зосереджений на задоволенні потреб споживачів та управлінні сприйняттям його бренду споживачами.

Культура та задоволеність працівників є ключовою складовою довголіття та стійкості бізнесу. Співробітники частіше досягають високої продуктивності праці, коли знаходять сенс у своїй роботі, відчують, що їх внески оцінюються, і коли їх робота використовує їхні сили та таланти [3]. Більше того, високий відтік співробітників в кінцевому підсумку призводить до високих витрат та поганого обслуговування клієнтів. Задоволений працівник не просто буде продуктивнішим, він також працюватиме над вдосконаленням своєї організації за допомогою інновацій [1, с. 118]. Вони будуть перевершувати потреби клієнтів та керівництво, а отже, зможуть покращити загальну репутацію компанії.

Якщо компанія не може ефективно керувати та аналізувати свої дані, вона не зможе визначити напрями свого розвитку. Системи управління знаннями призначені для відстеження та аналізу показників, тим самим полегшуючи організації розуміння своїх можливостей. Без відповідного управління знаннями бізнес не може знати, чи справді він успішний [4].

Запорука успіху сучасних компаній не вимірюється прибутковістю, а скоріше залученням клієнтів. Можливо, ці компанії не приносять величезних прибутків, але вони генерують прибуток, керуючи прибутковістю інвестицій у рекламу та агресивно виходячи на нові ринки. Сьогодні підприємствам потрібно враховувати не лише свої грошові потоки, а й потенціал нового зростання. Продовжуючи розширюватися, вони також витісняють конкуренцію. Іноді навіть беззбитковість – це все, що їм потрібно для успішного функціонування; насправді, деякі компанії готові деякий час працювати в збиток у прагненні закріпити конкурентні позиції. Залучення клієнтів стає важливішим фактором успішності бізнесу. Поки бізнес залучає клієнтів, він створює цінність

Сучасний бізнес не може ігнорувати наслідки своєї присутності в соціальних мережах. Задача компанії полягає у тому, аби забезпечити, що інформація про ваш бізнес є позитивною. Завдяки соціальним мережам у компаній з'являються додаткові можливості щодо збільшити пізнаваність своїх брендів. Високо пізнавана назва компанії має внутрішню цінність, навіть якщо компанія не досягла прибутковості.

Сучасні організації дивляться на істотно інший ландшафт, ніж раніше. Вони повинні бути готовими вимірювати успіх інакше, у світі, де можливість створювати цінність важливіша за фінансові показники. Вивчаючи альтернативні методи оцінки успіху, підприємства можуть зосередитись на підвищенні вартості для своїх акціонерів.

Список використаної літератури

1. Дембская О. О. Построение системы управления мотивацией персонала на основе ключевых показателей эффективности (КПЕ). *Вестник НТУ «ХПИ»*. 2010. № 64. С. 116-121.
2. Лаврененко В. В. Концепція ключових показників ефективності (КПЕ) в управлінні підприємствами. *Стратегія економічного розвитку України*. 2010. Вип. 26–27. С. 151–156.
3. Самойленко А.А. Особливості застосування КПЕ в системі мотивації персоналу на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3030> (дата звернення: 14.03.2021)
4. Поліщук Є.А., Іващенко А.І. Методика розрахунку ключових показників ефективності (КПЕ) використання різних фінансово-кредитних інструментів підприємств МСБ. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.2.9. (дата звернення 11.03.2021)
5. Цалко Т. Р., Невмержицька С. М. Система ключових показників ефективності як запорука ефективного управління бізнес-процесами в компанії. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 6 (74) Частина 2. С.160-167. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-6-46> (дата звернення 18.03.2021)