

3. Прояснення цілей підприємства та функцій підрозділів (працівників). При розробці системи КРІ така робота повинна проводитися обов'язково, але вона має і важливе самостійне значення.

4. Поліпшення внутрішньофірмової взаємодії, зниження транзакційних витрат. Це ще один важливий результат, що отримується в ході розробки системи КРІ.

5. Розвиток корпоративної культури, орієнтованої на реалізацію цінностей компанії. КРІ стають не просто інструментом вимірювання, а інструментом розвитку і важливою управлінською установкою, що сприяє реалізації корпоративних цінностей підприємства.

Зазначені недоліки та труднощі ускладнюють застосування системи СЗП та КРІ, навіть можуть викликати сумніви в її можливості. Негативні побічні ефекти неминучі, насамперед, через небажання персоналу втілювати щось нове, що ускладнить їм життя. Але навіть, якщо вони і відбуваються, вони значно перекриваються позитивними ефектами, які виникають уже в процесі розробки та, головне, після впровадження системи КРІ.

Список використаних джерел:

1. Парментер Д. Ключові показники ефективності. Розробка, впровадження та застосування вирішальних показників, М., 2008.
2. Каплан Р., Нортон Д. Збалансована система показників. Від стратегії до дії. 2-е изд., Испр. і доп.: / М.: ЗАТ «Олімп - Бізнес», 2003.
3. Каплан Р., Нортон Д. Організація, орієнтована на стратегію. -М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2004. 514 с.

ЛОЗОВА О.В., к.е.н., доцент, доцент
кафедри менеджменту

ДОРОНІЧ В.М., магістранта кафедри
менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Передумовою інноваційного розвитку є інноваційна діяльність підприємства – досить нове поняття як у науково-теоретичній сфері, так і в українській практиці господарювання. В економічній літературі «інноваційна діяльність» як поняття з'явилося наприкінці 80-х років минулого століття, і набуло значення процесу науково-технічної, організаційно-економічної діяльності, спрямованої на створення прогресивної техніки і технологій на основі досягнень НТП [1].

Як свідчить аналіз низки літературних джерел, термін «інноваційна діяльність» відрізняється надмірним різноманіттям формулювань. На нашу думку, можна виділити декілька підходів щодо теоретичних поглядів на поняття «інноваційна діяльність». Прихильники першого підходу, зокрема П. Зеленов, Д. Кокурін, Н. Краснокутська, В. Мединський, під інноваційною діяльністю розуміють діяльність, спрямовану на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення і відновлення номенклатури і поліпшення якості продукції,

що випускається (товарів, послуг), удосконалення технології виготовлення з подальшим впровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому і зарубіжному ринках.

Даний підхід є найбільш співзвучним Закону України «Про інноваційну діяльність» [2], згідно з яким: інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію наукових досліджень і розробок і обумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Прихильники другого підходу, наприклад Г. Пашигорева, М.Пашута, С.Покропивний, В. Сапелкін під інноваційною діяльністю розуміють процес, спрямований на розробку і реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або удосконалений продукт, реалізований на ринку; у новий або удосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки.

Узагальнення різних точок зору щодо сутності поняття «інноваційна діяльність» дозволило нам зробити такі висновки: «інноваційна діяльність», як складна і об'ємна категорія, досліджується у різних вимірах; залежно від об'єкту і предмету дослідження інноваційна діяльність варіює між поняттями діяльність і процес, а широке тлумачення інноваційної діяльності як нового охоплює усе, що розуміється під науково-технічним прогресом. І тут варто погодитись з думкою П.Зеленова, який звертає увагу на те, що відбувається змішування наукових і інноваційних пріоритетів, породжуючи викривленні уявлення про єдність вимог до інфраструктур, які забезпечують науковий або інноваційний розвиток.

Науково-технічний прогрес розподіляють умовно на дві головні взаємозалежні і взаємодоповнюючі складові: складову науково-технічних досягнень і складову виробничо-технічних досягнень [3].

У першому випадку результатами науково-технічного прогресу є наукові досягнення: нові знання, нові науково-технічні ідеї, відкриття і винаходи, нові технології на зовсім нових принципах.

У другому випадку результатами науково-технічного прогресу є виробничо-технічні досягнення – інновації, створення яких припускає:

професійний цілеспрямований розвиток і доведення результатів науково-технічних досягнень до створення нових технологій, нових систем, машин, устаткування, нових методів організації і планування виробництва тощо;

практичну реалізацію створених результатів виробничо-технічних досягнень кінцевому споживачу;

забезпечення ефективного використання й експлуатації створеного інноваційного продукту;

дослідження й одержання нових науково-технічних досягнень (якщо такі відсутні), необхідних для створення і реалізації затребуваних ринком інновацій.

На нашу думку, інноваційна діяльність являє собою особливий і самостійний вид діяльності, що відбувається у межах інноваційного процесу, і результатом якої є як купівля і впровадження результатів НТП, так і власні інновації.

Крім того, інноваційна діяльність підприємства припускає комплекс заходів, об'єднаних в один логічний ланцюг, вважаємо, що до інноваційної діяльності належить уся діяльність підприємства у межах інноваційного процесу, а також маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища і споживчих властивостей товарів конкурентів, пошуки новаторських ідей і рішень; партнерів із впровадження і фінансування інноваційного проекту.

Список використаних джерел:

1. Економічна енциклопедія. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/str/E-490.html> - Назва з екрану
2. Офіційний сайт Верховного Совету України. [Електронний ресурс]: - Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-%D0%BF> – Назва з екрану
3. Зеленев П. Л. Система инновационной деятельности: [монография] / П. Л. Зеленев. – Н. Новгород. : Изд. Гладкова О. В., 2007. – 58 с.

Ломака О.І., студент
Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,
д.е.н., професор
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ТА КЛІЄНТІВ ЯК ФАКТОР РОЗШИРЕННЯ РИНКУ ТА ПРИБУТКОВОСТІ

Для підтримки своєї конкурентоспроможності на ринку підприємство повинне велику увагу приділяти своїм ресурсам, одним з яких є персонал - найважливіший стратегічний ресурс в епоху інформаційних технологій.

При виробленні стратегії конкуренції підприємство, з одного боку, має чітко уявляти свої слабкі і сильні сторони, свою позицію на ринку, а з іншого - володіти необхідною інформацією про своїх клієнтів, персонал, конкурентів, тенденції, що відбуваються на ринку. Споживач завжди знаходиться у фокусі всієї маркетингової діяльності. При цьому основою конкурентного потенціалу компанії в маркетингу є лояльність як самих споживачів, так і співробітників компанії [1].

Існує прямий зв'язок між задоволенням співробітників компанії, що знаходяться в контакті зі споживачами, і, в свою чергу, задоволенням самих покупців - що в сукупності призводить до фінансового успіху компанії на ринку. На сьогодні одним з найбільш ефективних інструментів в системі маркетингу стає управління лояльністю: як зовнішньою (споживачі, інвестори), так і внутрішньою (персонал) [2].

Для компанії необхідно усвідомити той факт, що співробітник найбільше свого часу проводить на роботі та йому вкрай важливо бути серед цікавих колег, керівництва, отримувати віддачу від виконаної роботи у вигляді задоволення та винагороди - співробітник чекає реалізації його очікувань від компанії [3].

Нині багато компаній приходять до розуміння, що для поліпшення своїх фінансових показників необхідно акцентувати свої зусилля на залучення та