

інформації (як ідентифікація інформації з комунікацією, мас-медіа з масовим спілкуванням) [3].

До комунікаційних потреб підприємства можуть бути віднесені як потреби в інформації (нових відомостях, зменшують невизначеність знань про будь-який об'єкт), так і власні комунікаційні потреби, тобто потреби в спілкуванні або згуртовані навколо підприємства громадськості (в тому числі внутрішньої), а також потреба в ефективному зворотному зв'язку. Наочним прикладом неефективних контактів з «бажаними» аудиторіями можуть служити взаємини підприємства зі ЗМІ (засобами масової інформації).

Таким чином, можна зробити висновок, що комунікаціями треба та потрібно керувати. Отже, існує потреба в комунікаційному менеджменті. Метою управління комунікаціями як системою є формування та використання всіх видів капіталу економічної системи шляхом організації комунікативного простору для створення додаткової вартості, що є основою економічного зростання та забезпечує конкурентоспроможність економічної системи.

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки комунікаційний менеджмент стає індикатором ціннісної орієнтації суспільства, його прагнення до модернізації.

1. Прус Л. Р. Комунікаційний менеджмент. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 1. 38–41 с.

2. Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 328 с.

3. Боровик М. В., Волкова М. В. Комунікації та підходи до їх визначення. *The scientific heritage*. 2019. No 35. P. 2. Budapest, Hungary. P. 2–5.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гнедич С. Ю.

Керівник – Боровик М.В., канд. екон. наук, доцент

Важливою умовою ефективної діяльності та розвитку будь-якого суб'єкту господарських відносин в сучасних умовах господарювання є здатність швидко реагувати на появу нових ринкових можливостей та використовувати свій конкурентний потенціал. В таких умовах ключового значення набуває сталий розвиток підприємства. Для прийняття необхідних управлінських рішень необхідна наявність відповідного інформаційного забезпечення процесу управління, що дозволяє своєчасно та адекватно характеризувати стан внутрішніх процесів та зовнішнього середовища підприємства. Саме тому важливим завданням є створення системи інформаційного забезпечення, яка дає змогу збира-

ти і опрацьовувати зовнішню та внутрішню інформацію, необхідну для прийняття ефективних управлінських рішень щодо забезпечення розвитку підприємства [1].

У сучасному світі будь-яка діяльність людини в межах діяльності підприємства базується на процедурах збирання, оброблення та передачі інформації.

Забезпечення діяльності підприємств інформаційними ресурсами, створення умов їх ефективного використання – основне завдання їх інформаційної системи. Найважливіша її складова це система інформаційного забезпечення діяльності підприємства розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень. В умовах конкуренції значно зростає значення усіх видів інформації, що особливо важливо для забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств.

Будь-яка діяльність людини ґрунтується на інформації. Термін «інформація» визначає відомості, дані та отримані на її основі знання про реально існуючі процеси і об'єкти сучасного світу, а також про їх зв'язки та взаємодію, що доступні для практичного використання будь-якою людиною [2]. Однією з головних властивостей інформації є те, що вона збільшує рівень знань про об'єкти та явища реального всесвіту, тобто зменшує міру існуючої невизначеності та неповноти знань про нього [3].

Серед основних характеристик інформації слід виділити що вона представляє собою: будь-які відомості, а саме інформація несе в собі щось нове, що зменшує існуючу невизначеність; існує поза її творцем, а саме знання відчужені від носія інформації; повідомлення, оскільки інформація виражена певною мовою у вигляді знаків; інформація у вигляді повідомлення може бути записана на матеріальному носії, тобто повідомлення є формою передачі інформації; повідомлення доступне для відтворення без участі його автора; передається через канали суспільної комунікації [2].

Головна мета інформаційного забезпечення управління діяльністю підприємства є створення системи взаємопов'язаних і взаємодоповнюваних показників, які дозволяють одержати всебічну кількісну і якісну характеристику об'єктів управління.

Інформаційне забезпечення діяльності підприємства повинно відповідати певним вимогам, основними з яких є: цілісність; вірогідність; захист від несанкціонованого доступу; контроль; адаптивність; гнучкість; стандартизація та уніфікація; мінімізація введення та виведення інформації.

Інформаційне забезпечення управління підприємством здійснюється наданням необхідної інформації в необхідне місце на основі

встановлених процедур із заданою періодичністю. На будь-якому підприємстві є дані, інформація, та отримані та їх основні знання, які зберігаються на матеріальних носіях та в головах співробітників. Інформаційні ресурси підприємства, які зберігаються на матеріальних носіях, відносять до формалізованих, які зберігаються в знаннях співробітників – до неформалізованих.

Інформаційними ресурсами, як будь-якими іншими ресурсами підприємства, можна управляти. Суть управління інформаційними ресурсами полягає у: оцінці інформаційних потреб на кожному рівні управління підприємством та в рамках кожної функції управління; вивченні і раціоналізації документообігу підприємства; стандартизації та уніфікації типів і форм документів які використовуються в діяльності підприємства; типізації інформації і даних у електронному вигляді; подоланні проблеми несумісності типів даних; створенні системи управління даними тощо [4].

1. Маслак О.І., Коробкова І.В. Інформаційне забезпечення процесу управління стратегічною стійкістю підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 4. С. 23-25.

2. Боровик М. В. Інформація як основа інформаційно-комунікаційного забезпечення сталого розвитку закладів вищої освіти. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Ужгород : ДВНЗ «Ужгородський національний університет». 2018. Вип. 20. Ч. 1. С. 56–59.

3. Войнаренко М.П., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією : *навч. посіб. для студентів ВНЗ*. Вінниця : Едельвейс і К, 2015. 496 с.

4. Денисенко М.П., Голубева Т.С., Колос І.В. Інформаційне забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів : В-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. 652 с.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Щербина М.Д.

Науковий керівник – Великих К.О., канд. екон. наук, доцент

Зростаючий інтерес до такого явища, як лояльність працівників до свого підприємства, пояснюється тим, що сьогодні персонал вважається фактором конкуренції, а лояльність працівників організації розглядається як конкурентна перевага. Менеджери вважають зміцнення лояльності працівників ефективним механізмом підвищення ефективності підприємства. Компанії роками здійснювали інвестиції в лояльність клієнтів за допомогою програм, стимулів, операцій з обслугову-