

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-

вання клієнтів тощо. Тим часом, не так багато уваги було приділено сегменту, який виявив прямі кореляції щодо утримання клієнтів: залучення та лояльність співробітників. Коли організація вирішує найняти нових співробітників, вона навчає їх, вкладає кошти в стажування та всі необхідні технології, зрозуміло, вона очікує, що персонал залишиться на робочому місці якомога довше. Лояльність персоналу увійшла у ділове життя нових поколінь та змінила їхні робочі звички.

Важливість вивчення лояльності персоналу обумовлена багатьма причинами. Перш за все, на українському ринку праці стрімко знижується кількість працездатного населення, внаслідок чого зростає конкуренція роботодавців за висококваліфікованих фахівців. Для цього потрібно докласти більше зусиль і витрат, щоб залучити, а головне, утримати кваліфікований персонал.

Лояльність персоналу вже давно на порядку денному HR-фахівців і вони переконані в тому, що створення лояльності у працівників - найкраще вкладення коштів, здатне швидко і значно підвищити ефективність бізнесу. Лояльні працівники, зазвичай, готові змиритися з виникаючими труднощами бізнесу, прийняти необхідні організаційні зміни. Якщо в компанії працюють лояльні працівники, то вони не тільки самі прагнуть якнайкраще виконати свою роботу, але, як правило, спонукають до цього і своїх колег. Лояльність - важлива умова безпеки компанії, що має значний вплив на довіру працівників. Це також є умовою їх високої професійної мотивації, яка, в свою чергу, впливає на всі аспекти бізнесу. Лояльний співробітник (а ще краще, команда лояльних співробітників) підвищать прибуток та допоможуть досягти поставлених цілей.

По-друге, численні дослідження показали, що лояльність працівників позитивно впливає на прибуток компанії. Так, згідно з опитуванням WorkUSA, прибуток компаній з високим рівнем лояльності працівників на 22 % більший, ніж у компаній із середньою лояльністю і на 46 % вище, ніж рівень прибутку компаній з низькими показниками лояльності. Крім того, було виявлено взаємозв'язок між лояльністю працівників та лояльністю клієнтів: у міру збільшення лояльності працівників на 1 % лояльність споживачів до продукції підприємства зростає на 1,25 %, що, в свою чергу, призводить до збільшення його прибутку в наступному періоді на 1,11 % [1].

Крім того, лояльні працівники у 90 % випадків готові рекомендувати свою компанію іншим як хороше робоче місце, а в 55 % випадків вони готові відхилити пропозиції щодо роботи від інших компаній [2].

На основі тлумачень поняття «лояльність персоналу» підкреслимо його основні особливості:

- соціально-психологічні відносини між працівником та організацією;
- емоційна прихильність працівника до організації, готовність залишатися її частиною;
- прийняття працівниками цінностей та цілей організації, позитивної поведінкової моделі;
- добровільне дотримання офіційно незалежних зобов'язань, що відповідають цілям та інтересам організації.

Підсумовуючи викладене, ми можемо визначити лояльність персоналу як соціально-психологічні відносини між працівником та організацією, в яких працівник має емоційну прихильність до організації та бажає залишатися її частиною, поділяє та приймає цінності та цілі організації та готовий добровільно діяти в її інтересах.

Таким чином, підвищення лояльності допоможе вирішити нагальну соціально-економічну задачу бізнесу - підвищення продуктивності працівників. Для цього потрібно узагальнити та систематизувати знання про лояльність персоналу, вивчити існуючі моделі лояльності персоналу та визначити інструменти для прогнозування та впливу на лояльність персоналу.

1. Вовканич С. Структура та особливості мотивації зайнятості. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. №3 С.43-48.

2. Данюк В., Чернушкіна О. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки. Україна: аспекти праці. 2015. №2 С. 32-37.

СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ТА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В БАНКУ

Коломієць В.А.

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

В сучасній українській економіці роль банків зростає. Для створення конкурентоспроможної банківської системи потрібен високий рівень інвестиційної активності на українському ринку фінансових послуг. На фінансовому ринку банк має певні конкурентні переваги, це з однієї сторони досягається за рахунок ефективного використання людського потенціалу, забезпечуючи їм гідні умови праці. Це є однією з головних умов стабільного розвитку економіки країни. Важливу роль в цьому процесі відіграє створення ефективних систем стимулювання праці персоналу в банківському секторі.

Взагалі, неефективне використання людського капіталу в сучасних умовах розвитку України призводить до відсутності певного рівня прибутку в організаціях, зниження продуктивності праці, і це призводить до скорочення ВВП країни та бюджету. Від ефективного викори-