

Для оцінки фінансової стійкості та фінансового ризику розраховують показники, зокрема коефіцієнт фінансового левериджу, або коефіцієнт фінансового ризику – відношення залученого капіталу до власного:

$$K_{ф.л.} = \frac{\text{Залучений капітал}}{\text{Власний капітал}} \quad (2)$$

Цей коефіцієнт вважають одним з основних індикаторів фінансової стійкості. Чим вище його значення, тим вищий ризик вкладання капіталу в це підприємство [5, с. 582].

6. Формування показника цільової структури капіталу. Граничні рівні максимально рентабельної і мінімально ризикової структури капіталу дають змогу визначити поле вибору конкретних його значень на плановий період. У процесі цього вибору враховуються всі розглянуті фактори, що характеризують особливості діяльності кожного окремого підприємства.

Дослідивши основні етапи оптимізації структури капіталу підприємства, варто зазначити, що більшість авторів виокремлює три методи оптимізації структури капіталу:

- 1) мінімізація середньозваженої вартості сукупного капіталу. Цей метод ґрунтується на попередній оцінці власного та залученого (позикового) капіталів за різних умов їх формування, обслуговування та здійснення багатоваріантних розрахунків середньозваженої вартості капіталу і, таким чином, пошуку реальної ринкової вартості підприємства;
- 2) максимізація рівня прибутковості (рентабельності) власного капіталу. Цей метод передбачає використання механізму фінансового левериджу;
- 3) мінімізація рівня фінансових ризиків. Цей метод передбачає процес диференційованого вибору джерел фінансування різних складових частин активів підприємства.

**Висновки.** Визначення оптимальної структури капіталу підприємства потребує вибору компромісу між ризиком та доходністю, між переважною часткою власного або ж позикового капіталу в загальній сумі капіталу, враховуючи переваги та недоліки їх залучення та використання. Також внаслідок оптимізації структури капіталу підприємства потрібно враховувати: галузеві особливості діяльності підприємства, які визначають структуру активів та їх ліквідність, рівень ділової активності підприємства, стадію життєвого циклу підприємства, кон'юнктуру фінансового ринку та рівень рентабельності операційної діяльності підприємства.

Оптимізація структури капіталу підприємства повинна насамперед спиратись на певні критерії, які є індикаторами визначення оптимального поєднання власних та позикових джерел формування капіталу залежно від цілей діяльності підприємства, а саме мінімізація середньозваженої вартості капіталу, максимізація рентабельності власного капіталу за однозначної мінімізації ризику.

### Література

1. Бланк І.А. Управление формированием капитала / И.А. Бланк. – К. : Вид-во "Ника-Центр", 2000. – 512 с.
2. Бланк І.А. Финансовый менеджмент : учебн. курс / И.А. Бланк. – К. : Вид-во "Ника-Центр", 2001. – 528 с.

3. Боронос В.Г. Формування механізму оптимізації структури капіталу та його вплив на фінансовий потенціал підприємства / В.Г. Боронос // Механізм регулювання економіки : Міжнар. наук. журнал. – Суми : Вид-во СумДУ. – 2010. – № 3, т. 1. – С. 154-166.

4. Машлій Г. Модель управління капіталом підприємства та сучасні тенденції його формування / Г. Машлій, О. Мосій // Галицький економічний вісник : наук. журнал в галузі економ. наук. – Тернопіль : Вид-во ТНТУ ім. Івана Пулюя. – 2012. – № 1(34). – С. 43-49.

5. Савицька Г.Н. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посібн. / Г.Н. Савицька. – Вид. 3-тє, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – 668 с.

6. Семенов А.Г. Методи оптимізації структури капіталу / А.Г. Семенов, С.А. Король. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Dtr\\_ep/2011\\_2/files/EC211\\_34.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2011_2/files/EC211_34.pdf).

### **Дуда С.Т., Палько В.А. Обобщение методических подходов к оптимизации структуры капитала предприятия**

Раскрытие теоретические и практические аспекты управления структурой капитала предприятия, сущность оптимизации структуры капитала предприятия, определен капитал с точки зрения разных позиций, определены этапы процесса оптимизации структуры капитала предприятия, рассмотрены этапы формирования структуры капитала предприятия, учитывая зарубежный и отечественный опыт и научные труды ученых экономистов, исследован механизм финансового левериджа, определены основные критерии определения оптимальной структуры капитала предприятия и подходы к финансированию групп активов предприятия.

**Ключевые слова:** капитал, активы, структура капитала, оптимизация структуры капитала, собственный капитал, ссудный капитал, методы оптимизации структуры капитала, леверидж.

### **Duda S.T., Palko V.A. The Summary of Methodological Approaches to Optimize the Enterprise Capital Structure**

The theoretical and practical aspects of enterprise capital structure management and the essence of the optimization of the enterprise capital structure are examined. The capital is defined from different points of view. The stages of optimization process of the enterprise capital structure are specified. The stages of enterprise capital structure forming are considered taking into account foreign and home experience and scientific works of economists. The financial leverage mechanism is investigated. The basic criteria of determination of optimal capital of enterprise structure are identified.

**Keywords:** capital, assets, capital structure, capital structure optimization, property asset, loan capital, methods of capital structure optimization, leverage.

УДК 658.16

Доц. Н.І. Дуляба, канд. екон. наук;  
магістрант С.О. Корнілов – Львівська КА

### **ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Досліджено сутність терміна "вартість підприємства" на основі вивчення теорії вартостей та стосовно підприємства в сучасному його розумінні. Визначено сучасні погляди щодо визначення вартості в економічній термінології, особливості підприємства як об'єкта визначення вартості, та на цій основі узагальнено бачення сутності "вартості підприємства". У сучасних умовах вартість підприємства, її зростання є мірилом успішності ведення господарсько-фінансової діяльності, ефективності управлінської діяльності персоналу, запорукою конкурентоспроможності підприємства.

**Ключові слова:** вартість, вартість підприємства, трудова теорія вартості, теорія граничної корисності, теорія ринкової оцінки вартості.

**Постановка проблеми.** У ринкових умовах підприємство є центром інтересів різних груп зацікавлених осіб, до яких можна віднести інвесторів, за-

мовників, постачальників, працівників, державні органи влади, суспільство. З урахуванням цього головною метою підприємства стає його збереження, вдосконалення та розвиток, що дає змогу реалізувати й індивідуальні цілі кожного працівника. Сталий розвиток підприємства забезпечується за умови нарощування його вартості з досягненням економічних та соціальних цілей.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім десятиліттям з'явилась значна кількість робіт науковців, в яких досліджено сучасні проблеми управління вартістю підприємства. До них можна віднести праці зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, таких як: Р. Брейлі, Ю. Брікхем, А. Дамодаран, С. Росс, М. Скотт, Д. Хан, Х. Хунгенберг, І.А. Бланк, Р.С. Каплан, Є.В. Лапін, В.В. Ковальов, Н.С. Краснокутська, Д.П. Нортон, В.А. Панков, О.С. Стоянов, О.С. Федонін, С.І. Чимшит, М.Г. Чумаченко. Огляд та узагальнення праць зазначених авторів показав, що в сучасній теорії управління вартістю підприємства відсутнє однозначне та загальноприйняте тлумачення сутності вартості підприємства.

**Постановка завдання.** Мета роботи полягає в дослідженні сутності терміна "вартість підприємства" на основі загальнотеоретичних теорій вартості та сучасних поглядів на досліджувану проблему та узагальнення бачення сутності "вартості підприємства".

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В основу дослідження терміна "вартість підприємства" доцільно покласти розгляд сутності "вартості" стосовно підприємства – "самостійного суб'єкта господарювання, створеного компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським Кодексом та іншими законами" [1].

Вартість підприємства як економічна категорія спирається на наявні теорії вартості. Історія світової економічної думки виділяє три основні концепції вартості, а саме: 1) трудова теорія вартості; 2) теорія граничної корисності; 3) теорія ринкової оцінки вартості.

Розробку теорії трудової вартості розпочали представники класичної політичної економії: У. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо та ін. Дальшого розвитку вона набула в працях К. Маркса, який розробив учення про двоїстий характер праці, втіленої в товарі, розкрив суперечність між приватною і суспільною, конкретною і абстрактною працею, споживною вартістю і вартістю товару, дослідив історичний процес розвитку обміну і форм вартості, розкрив природу і суть грошей як загального еквівалента. В його економічній концепції трудова теорія вартості та заснована на ній теорія додаткової вартості посідають центральне місце. Світовій економічній науці відомі й інші теорії вартості: ті, що в центр уваги ставили витрати, і ті, що перемістили його на кінцеві результати виробництва.

Крім трудової вартості, до "витратних" концепцій належать також теорія витрат виробництва і теорія трьох факторів виробництва. Прихильники теорії витрат виробництва (Р. Торренс, Н. Сеніор, Дж. Мілль, Дж. Мак-Куллох та ін.) розглядають витрати виробництва як основу мінової вартості і цін, вважаючи,

що нова вартість створюється не лише живою, а й минулою, уречевленою працею. Вони виходять з того, що оскільки величина витрат виробництва залежить від цін на окремі їх елементи (предмети і засоби праці, робочу силу), то використання витрат як основи ціноутворення означає, по суті, пояснення цін на товари цінами на елементи витрат.

Родоначальники теорії трьох факторів виробництва – французькі економісти першої половини XIX ст. – Ж.Б. Сей і Ф. Бастіа трактували формування вартості в процесі виробництва як результат витрат трьох його основних факторів: праці, капіталу і землі. Всі вони беруть рівноправну участь (яка визначається для кожного з них ринком) у створенні вартості. Кожний з цих факторів "створює" відповідну частину вартості: праця – заробітну плату, капітал – відсоток, а земля – ренту.

Серед сучасників позиції визначення вартості як уречевленої в товарах та послугах праці дотримується С.А. Мочерний, який зазначає, що вартість – це економічна категорія, яка виражає уречевлену в товарах та послугах суспільно необхідну працю й економічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, що пов'язані суспільним поділом праці й обміном товарами та послугами [2, с. 83].

Водночас, Ю.В. Ніколенко визначає вартість як уречевлену в товарах працю, що виражає відносини між товаровиробниками з приводу затрат їхньої праці на виробництво продукції, котрими вони обмінюються як товарами [3, с. 145]. Поняття вартості з позиції трудової теорії розглядає О. Типанова, на її думку вартість – це сума витрат, визначена відносно одного з елементів бухгалтерської системи [4, с. 37]. Аналогічної думки дотримується А.Г. Загородній, зазначаючи, що вартість – це виражена в грошах цінність будь-чого або величина витрат на будь-що [5, с. 116].

Виходячи з теорії трудової вартості, вартість підприємства розглядаємо як вартість праці персоналу такого підприємства; як суму витрат на придбання та "використання" підприємства; як вартість капіталу, тобто сукупність вартостей всіх ресурсів підприємства: трудових, матеріальних, фінансових.

В останній третині XIX ст. набув поширення принципово новий підхід до аналізу вартості – з позиції теорії граничної корисності. Її прихильники (У.С. Джевонс, К. Менгер, Ф. Візер, Е. Бем-Баверк, Л. Вальрас, Дж.Б. Кларк та ін.) вважали неприйнятним зведення вартості до витрат праці або трьох факторів виробництва. На їхню думку, вартість (цінність) визначається мірою корисності результату.

Щодо теорії граничної корисності, вартість підприємства повинна вимірюватись його результатами, які і становлять його економічну та соціальну корисність. Основним таким результатом є прибуток підприємства. Проте отожднювати вартість підприємства з розміром його прибутку є недоцільним і недостатнім. Прибуток виступає важливою складовою власного капіталу, додає вартості підприємству за умов його капіталізації.

У XX ст. відбулась еволюція теорії вартості. По-перше, в країнах ринкової економіки розробці теорій вартості перестали надавати тієї вирішальної ролі, яку вона мала в XVIII-XIX ст. Це пов'язано з утвердженням підприємницької

ринкової системи і поворотом представників економічної думки країн; розвинутої ринкової економіки до розробки переважно теорії ціни як категорії, яка знаходиться на поверхні економічного життя і найтісніше пов'язана з господарським механізмом. Внаслідок такого повороту розроблення теорії вартості відійшла на другий план, а на перший вийшла розроблення саме теорії ціни. Спочатку таке дослідження велось на мікрорівні, а з 30-х років XX ст. під впливом економічної теорії Дж.М. Кейнса та у відповідь на об'єктивні реалії економічних потрясінь у ринковій економіці поширилось і на макрорівень.

Відповідно до теорії ринкової оцінки, вартість розглядають як властивість або цінність товару, як його грошовий еквівалент. Відповідно до теорії ринкової оцінки, вартість визначають як грошовий еквівалент. Так, згідно з Міжнародними стандартами оцінки, вартість – це грошовий еквівалент, який покупець готовий обміняти на якийсь предмет чи об'єкт і він відрізняється від ціни і витрат [6, с. 411]. Водночас, у Національних стандартах оцінки зазначено, що вартість – це еквівалент цінності об'єкта оцінки, виражений у ймовірній сумі грошей [7].

Маркус Я.І. та Пазірук В.М. під вартістю розуміють виражений в грошових одиницях суспільно визнаний еквівалент [8, с.12]. Водночас, Г. Островська трактує вартість як виражений у грошових одиницях визнаний еквівалент; ймовірнісну величину, що визначається розрахунковим шляхом на основі прогнозування подій на конкретний момент часу через оцінку критеріїв цінності та значущості [9, с. 5]. Усі ці визначення підтверджують, що, відповідно до теорії ринкової оцінки вартості, вартість підприємства визначається на ринку "подібних собі", де існує суспільна "оцінка" корисності підприємства (його репутація), суб'єкти оцінки – покупці і продавці, та конкуренція, яка істотно впливає на вартість підприємства.

У 80-х роках XX ст. у західній економічній літературі набула поширення теорія постіндустріального, інформаційного суспільства. Вона виходить з того, що у високорозвинених країнах світу інформаційний сектор за темпами зростання почав помітно випереджати традиційні галузі, і за прогнозами, ця тенденція посилюватиметься в майбутньому. Це свідчить про виникнення в сучасних умовах нового основного джерела вартості, яке пов'язане насамперед з інтелектуальним потенціалом, знаннями працівника, а не з його психофізичними зусиллями, як у минулому. З огляду на це, у межах теорії постіндустріального, інформаційного суспільства з'явилася принципово нова концепція вартості – інформаційна, згідно з якою домінуючим типом у структурі суспільної праці є не структурно розчленована, а цілісна, переважно інтелектуальна, охоплена науковими знаннями праця. Разом із тим, виокремити, як наслідок розвитку такої теорії, сутність вартості підприємства складно, оскільки в основу нової теорії вартості покладено важливість інформації, інформаційного забезпечення. Розгляд вартості підприємства стосовно його інтелектуального капіталу, використання науково обґрунтованої праці, є швидше сучасною модифікацією трудової теорії вартості.

У сучасній економічній термінології вартість підприємства розглядають переважно в контексті її оцінки. Ринок купівлі-продажу підприємств, який динамічно розвивається, а також розвиток інвестиційних процесів диктують необ-

хідність своєчасного отримання повноцінних відомостей про об'єкт купівлі-продажу ще на стадії ухвалення рішення про укладення угоди, тобто оцінки вартості підприємства.

Вартість (value) – економічна категорія, що характеризує грошовий зв'язок між товаром та його покупцями (продавцями) і віддзеркалює точку зору ринку на вигоди від володіння цим товаром [11]. Підприємство як товар відрізняється певними властивостями: корисністю для покупця, інвестиційним характером (здатність принести дохід у майбутньому), понесення власником витрат після його створення, можливістю продажу в цілісному вигляді та у вигляді окремих підсистем [12].

Як справедливо стверджує Н.С. Краснокутська, "вибір величини вартості, що найбільшою мірою буде відповідати цінності об'єкта угоди, передують процесу оцінки підприємства. У даному контексті вартість – це грошовий еквівалент цінності об'єкта, який покупець готовий обміняти на право власності на цей об'єкт" [10].

При цьому вчений розглядає класифікацію вартості підприємства залежно від перспектив розвитку підприємства, виділяючи вартість діючого підприємства та ліквідаційну вартість. Оскільки основним предметом нашого дослідження є сутність вартості підприємства, доцільно привести позицію Н.С. Краснокутської щодо вартості діючого підприємства, під яким вона розглядає "вартість підприємства, що сформувалося, як єдиного цілого за умов його подальшого використання специфічним запланованим або наявним способом. У цьому розумінні вартість діючого підприємства, визначена з метою поточного управління, еквівалента наявному в практиці обліку й оцінки поняттю "вартість у використанні".

Разом із тим, вартість у використанні має суб'єктивний характер і відображає наміри власника, орендаря, не пов'язані з купівлею-продажем об'єкта, надання його в суборенду тощо. Вартість у використанні ґрунтується на ефективності використання об'єкта у формі доходу, корисності і наближається до ринкової вартості в міру збільшення покупців, що бажають придбати подібний об'єкт. До вартості у використанні відносять інвестиційну, балансову, оподатковувану вартості.

Вартість діючого підприємства, визначена з метою купівлі-продажу, але за умов продовження наявного бізнесу, еквівалентна поняттю "вартість в обміні", що має об'єктивний характер і застосовується для проведення операцій, що передбачають відчуження власності. До вартості в обміні відносять ринкову, спеціальну, страхову, заставну й інші види вартості [10].

**Висновки.** На нашу думку, не залежно від мети, на кожному етапі розвитку підприємства, необхідно визначати його вартість. Адже в сучасних умовах вартість підприємства, її зростання є мірилом успішності ведення господарсько-фінансової діяльності, ефективності управлінської діяльності персоналу, запорукою конкурентоспроможності підприємства.

Досліджуючи сучасні погляди щодо цієї проблеми, складається враження, що більшість сучасних науковців розглядають вартість підприємства стосовно його корисності. При цьому під корисністю розуміємо і отримуваний

прибуток, і ефективність діяльності підприємства, і його конкурентоспроможність, і цінність його результатів, порівняно з іншими підприємствами.

Виходячи з дослідження загальнотеоретичних теорій вартості та сучасних поглядів, вартість підприємства доцільно розглядати як сукупність вартості використовуваних ним ресурсів та його суспільно-економічної корисності. Тобто вартість підприємства є грошовим відображенням можливого виторгу від продажу підприємства, яка включає вартість використовуваних підприємством ресурсів, збільшених на розмір соціально-економічної корисності від провадження діяльності такого підприємства.

Дослідження теоретичних аспектів визначення сутності вартості підприємства в сучасних умовах є важливими для теоретичних та практичних розробок у сфері її оцінювання та управління вартістю підприємства. Маючи чітке уявлення, що розглядається під вартістю підприємства, доцільно проводити подальші розвідки щодо стратегічних та тактичних заходів управління вартістю підприємства, врахування різноманітних внутрішніх та зовнішніх чинників на зміну вартості підприємства, дослідження зміни вартості підприємства під впливом зміни його прибутку.

### Література

1. Україна. Закон. Господарський Кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144.
2. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник. – У 2-ох т. – Т. 1 / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна та ін. – Львів : Вид-во "Світ", 2005. – 616 с.
3. Політекономія : підручник / за заг. ред. Ю.В. Ніколенка. – К. : Вид-во ПУЛ, 2003. – 412 с.
4. Типанова Е. Оценка бизнеса / Е.О. Типанова // Современный бухгалтер. – 2007. – № 51. – С. 36-39.
5. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – 1072 с.
6. Микерин Г.И. Международные стандарты оценки / Г.И. Микерин, М.И. Недужий и др. – Кн. 2. – М. : ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 360 с.
7. Постанова Кабінету міністрів України від 10.09.03 р., № 1440 "Про затвердження національного стандарту № 1 "Загальні засади оцінки майна та майнових прав". [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakon.rada.gov.ua>
8. Посібник з оцінки бізнесу в Україні : навч. посібн. / за ред. Я.І. Маркуса. – К. : Вид-во "Міленіум", 2002. – 320 с.
9. Островська Г. Категорія "вартість підприємства": методологічні підходи / Г. Островська // Галицький економічний вісник. – 2008. – № 3. – С. 3-12.
10. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства : навч. посібн. / Н.С. Краснокутська. – К. : Вид-во ЦНЛ, 2005. – 352 с.
11. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посібн. [для самост. вивч. дисц.] / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К. : Вид-во КНЕУ, 2005. – 261 с.
12. Березін О.В. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / О.В. Березін, С.Т. Дуда, Н.Г. Міценко. – Львів : Вид-во "Магнолія 2006", 2011. – 308 с.

### Дуляба Н.И., Корнилов С.О. Исследование сущности стоимости предприятия

Исследована сущность термина "стоимость предприятия" на основе изучения теории стоимости и относительно предприятия в современном его понимании. Определены современные взгляды относительно определения стоимости в экономической терминологии, особенности предприятия как объекта определения стоимости, и на этой основе обобщенно видение сущности "стоимости предприятия". В современных условиях стоимость предприятия, ее повышение является мерой успешности ведения хо-

зяйственно-финансовой деятельности, эффективности управленческой деятельности персонала, залогом конкурентоспособности предприятия.

**Ключевые слова:** стоимость, стоимость предприятия, трудовая теория стоимости, теория граничной стоимости, теория рыночной оценки стоимости.

### Duliaba N.I., Kornilov S.O. The Study of the Essence of Enterprise Value

The essence of the term "enterprise value" is based on the study of the theory and values concerning the company in its modern sense. Modern views on the definition of value in economic terms, especially the enterprise as the object of determining the value and on this basis – a generalized vision of the essence of "enterprise value" are determined. In modern terms, the value of the company, its growth is a measure of the success of doing business and financial activities, the effectiveness of the staff management, the key to competitiveness.

**Keywords:** value, enterprise value, labour theory of value, the theory of marginal utility, theory of market valuation.

УДК 005.[95+96]

Доц. О.В. Сардак, д-р екон. наук –  
ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк

### ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Систематизовано концептуальні погляди на визначення сутності лояльності персоналу; досліджено наявні теорії лояльності. Виявлено особливості поведінкового та настановного підходів до дефініції "лояльність". Розглянуто термінологічний апарат, що застосовується у контексті управління лояльністю персоналу. Запропоновано визначення терміна "лояльність персоналу" на основі інтегрованого підходу. Уточнено склад лояльності персоналу. Представлено авторське визначення поняття "управління лояльністю персоналу".

**Ключові слова:** персонал, підприємство, управління персоналом, лояльність, концепція, управління лояльністю.

**Постановка проблеми.** Відсутність єдиного підходу до розуміння сутності лояльності персоналу, недостатня увага до аналізу теоретико-методологічних аспектів управління лояльністю призводять до того, що в сучасній науковій літературі не представлена цілісна концепція, що визначає його особливості в контексті управління персоналом. Внаслідок цього існують проблеми в сфері управління лояльністю на підприємствах, зокрема: нечітке розуміння складових лояльності, низький рівень планування заходів з управління лояльністю персоналу (або їх відсутність), недостатня увага до заходів із формування і розвитку лояльності працівників, відсутність методології маркетингового моніторингу лояльності персоналу, прийняття рішень з управління лояльністю без їх узгодження з результатами аналізу корпоративної культури підприємства, відсутність зворотного зв'язку в процесі управління лояльністю персоналу та ін. Це обумовлює необхідність спрямованості керівництва вітчизняних підприємств на активні дії з управління лояльністю персоналу, що потребує розвитку його концептуальних засад.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання, що стосуються лояльності персоналу, розглянуто у роботах таких зарубіжних і вітчизняних вчених: Майкл Армстронг [1], Джон В. Ньюстром, Кейт Девіс [2], А.Я. Кібанов [3], І.Б. Дуракова [4], К.Е. Оксінюйд [5], В.А. Співак [6], Г.С. Никифоров [7],