

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],

Л.В. Карташова [8], Ю.Д. Красовський [9], К.В. Харський [10] та ін. Однак недостатньо висвітленими в науковій літературі є питання, що розкривають особливості лояльності у системі управління персоналом підприємств. Зокрема, потребує уточнення дефініція "лояльність", необхідним є визначення її складових, а також сутності поняття "управління лояльністю персоналу".

Актуальність проблеми, її теоретичне і практичне значення обумовили вибір теми дослідження, його мету і зміст.

Метою дослідження є розвиток концептуальних засад управління лояльністю персоналу на основі дослідження та уточнення його теоретичних аспектів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки особливої актуальності набувають питання щодо формування лояльності як однієї з найважливіших складових організаційної поведінки персоналу підприємств. Термін "лояльність" походить від англійського слова "loyal" – "вірний". Проте, розглядаючи це поняття в контексті управління персоналом воно має більш змістовне наповнення.

Аналіз підходів вітчизняних і зарубіжних вчених до розглядання питань, пов'язаних із лояльністю персоналу, дає змогу зробити висновок про відсутність єдиної точки зору щодо природи її виникнення, а також чіткої концепції управління лояльністю.

Систематизацію наявних підходів до трактування терміна "лояльність" наведено у табл. 1. Так, найбільш часто лояльність розглядають як:

- ступінь прийняття працівником цілей і цінностей організації;
- дотримання норм, правил і зобов'язань щодо організації;
- доброзичливе, коректне, відверте ставлення працівників до керівництва, колег, клієнтів, підприємства загалом;
- емоційна прихильність до своєї організації;
- вірність і самовідданість;
- ідентифікація працівника з організацією.

За результатами дослідження наявних теорій лояльності можна виділити два основних підходи до її дефініції (табл.): поведінковий та настановний. Так, основою поведінкового підходу є припущення відносно того, що відповідність між поведінкою працівників та їх діями на підприємстві залежить від таких умов: дії працівників є публічними; відмова від них ототожнюється з появою втрат, перешкод і складностей; дії персоналу сприймаються як результат вільного вибору. Згідно з поведінковим підходом, лояльність працівника виникає внаслідок виконання дій, що в майбутньому не дадуть йому змоги змінити власну лінію поведінки. При цьому лояльність трактується як: ступінь готовності працівника продовжувати роботу на підприємстві; бажання зберегти належність до нього; поведінка, яка схвалюється і виходить за рамки формальних вимог.

Якщо з позиції поведінкового підходу рівень лояльності персоналу визначається співвідношенням витрат і винагород, що пов'язані з належністю до певного підприємства, а сама лояльність розглядається як характеристика організаційної поведінки працівника, то в межах настановного підходу лояльність визначається як його соціально-психологічна настанова (атитюд).

Табл. 1. Концептуальні погляди на визначення сутності терміна "лояльність персоналу"

Автор	Наукові підходи, концепції
Поведінковий підхід	
Говард Беккер [11]	Лояльність – результат певної "ставки", яку робить людина, пов'язуючи "зовнішні інтереси з відповідним напрямком своєї діяльності".
О.С. Дейнека [12]	Лояльність – це наявність взаємних зобов'язань між працівником і роботодавцем (працівники платять своєю лояльністю, а керівництво піклується про їхній добробут і задоволення їх особистих потреб).
К.Е. Оксінгойд [5]	Лояльність – це ступінь прийняття працівником цілей і цінностей організації, яка виявляється у діях і поведінці, що сприяють, суперечать або є нейтральними (які не завдають шкоди) відносно відношенню до діяльності організації.
Настановний підхід	
Концепція нормативної лояльності	
К.В. Харський [10]	Лояльність – це здатність і готовність змиритися з одними вимогами і глибоко прийняти інші, це намагання зберегти своє робоче місце, це бажання зробити свою роботу найкращим чином, це усвідомлене прийняття правил і відповідна вимогливість до інших.
А. Калабін [13]	Лояльність – це доброзичливе, коректне, поважне ставлення до когось-будь або чого-небудь, дотримання наявних правил, норм, розпоряджень навіть при незгоді з ними.
І. Корнєєва [14]	Лояльність – це доброзичливе ставлення до когось-будь або чого-небудь, що відповідає вимогам, які пред'являються.
І.Г. Чумарин [15]	Лояльність – це дотримання працівником законних правил і процедур організації.
Концепція емоційної лояльності	
Розабетт Кантер [16]	Лояльність – це готовність соціальних одиниць віддавати енергію і бути відданими організації; додавання емоційного фонду людині до групи.
М.І. Магура [17]	Лояльність – це емоційна прихильність до організації, бажання залишатися її членом.
Л. Портер [18]	Лояльність – це готовність працівника докладати великих зусиль в інтересах організації, велике бажання залишатися у цій компанії, прийняття основних її цілей і цінностей.
Концепція ціннісної лояльності	
Дж.В. Ньюстром [2]	Лояльність – це ступінь, у якому працівник ідентифікує себе з організацією і прагне до активної участі в її діяльності.
Д. Гелбрайт [19]	Лояльність – це підлабузництво, самозречення і підкорення особистості організації. При цьому персонал приймає свою підлеглу роль і ототожнює свої інтереси з інтересами організації.
І. Корнєєва [20]	Організаційна лояльність – це тип і сила зв'язків працівника та організації, що базуються на ціннісних нормах, які приймаються працівником і відповідають вимогам організації.
Наукові підходи, концепції	
Т.Н. Чистякова, В. Моїсеєнко [21]	Лояльність – це ідентифікація працівника з організацією, в якій він працює, пов'язує з діяльністю у ній свої успіхи і невдачі в усіх сферах свого життя.
Інтегрований підхід (авторська розробка)	
	Лояльність персоналу підприємства – це конструктивна організаційна поведінка, що характеризується позитивним відношенням персоналу до підприємства і базується на задоволеності працею, узгодженості його та підприємства інтересів і цілей.

Аналіз наявних дефініцій лояльності персоналу дає змогу виділити три групи наукових концепцій в рамках настановного підходу, зокрема: концепція нормативної лояльності, концепція емоційної (афективної) лояльності, концепція ціннісної лояльності. Отже, вбачаємо складність і багатоаспектність розуміння терміна "лояльність персоналу".

Проведена систематизація наукових підходів до розглядання теоретичних аспектів, пов'язаних із лояльністю персоналу (рис.), показала, що у цьому контексті виділяють такі поняття, як: залученість до трудового процесу, самовідданість, зобов'язання перед підприємством, задоволеність працею, благонадійність, прихильність, патріотизм, вірність підприємству, командний дух, ідентифікація, організаційне громадянство тощо.

До того ж поняття "організаційне громадянство", запропоноване С.П. Роббінзом, означає найвищий ступінь лояльної поведінки персоналу. Цим терміном він визначає, що поведінка, яка обумовлена головним чином "доброю волею працівника", не пов'язана з формальними вимогами, що зафіксовані у нормативних документах (статутах, посадових інструкціях й ін.), але водночас, і це головне, сприяє "ефективному функціонуванню організації" [2, с. 21].

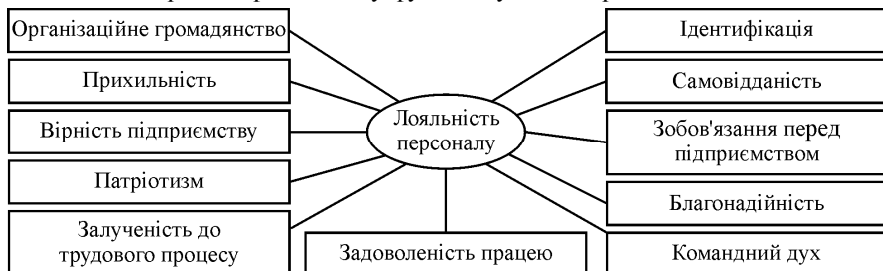


Рис. Термінологічний апарат, що застосовується у контексті управління лояльністю персоналу

При цьому більшість авторів зазначені вище категорії ототожнюють з дефініцією "лояльність". Проте ці терміни недоцільно вважати синонімічними, оскільки певні неточності в їх розумінні можуть призвести до помилок у практичній діяльності з управління лояльністю персоналу. Так, на етапі відбору претендентів на вакантні посади доцільно зосереджувати увагу не на оцінці лояльності, а на особистісних передумовах патріотизму, благонадійності тощо.

Як показали дослідження, в наявних наукових підходах наведені вище поняття розглядають у чотирьох варіаціях, зокрема, як: окремий аспект лояльності, синонім лояльності, передумова лояльності, наслідок лояльної поведінки.

Аналіз наукових підходів різних авторів показав, що існують певні розбіжності у трактуваннях таких понять, як: залучення, прихильність, відданість і лояльність. При цьому окремі автори розглядають їх як синонімічні поняття. Так, окремі вчені (Джон В. Ньюстром, Кейт Девіс, Гарі Д. Блау, Кімберлі Б. Болл та ін.) висвітлюють поняття лояльності в рамках розглядання такої настанови працівників, як залучення до трудового процесу, тобто ступеня, в якому працівники віддаються роботі, витрачають на неї час та енергію, сприймають її як частину свого життя. До того ж, вони розглядають лояльність як зобов'язання

перед організацією; рівень зобов'язань відображає віру працівника у місію і цілі фірми, бажання зробити свій внесок у її процвітання і намір працювати в ній. Окремі автори (Л.В. Карташова, М. Армстронг, Р. Маудрея, Салансик та ін.) у своїх роботах приділяють увагу розгляданню такого поняття, як "прихильність" і пов'язують його з відданістю. Так, "прихильність – це стан, при якому дії людини залежать від переконань, які підтримують його діяльність і його власну причетність"; при цьому прихильність складається з трьох компонентів: ототожнення себе з цілями і цінностями організації, бажання бути часткою організації та бажання проявляти зусилля від імені організації. Інша група вчених (А.Я. Кібанов, І.Б. Дуракова) виділяють поняття "відданість" і розглядають такий тип поведінки людини, як відданий і дисциплінований член організації, що характеризується тим, що людина приймає цінності і норми поведінки, намагається поводити себе таким чином, щоб своїми діями ніяким чином не входила у суперечності з інтересами організації. Окремі автори (І. Корнеєва, К.В. Харський, А. Калабін, Т.А. Добриніна та ін.) виділяють поняття "лояльність" і розглядають її як доброзичливе ставлення до кого-небудь або чого-небудь, що відповідає пропонуваним вимогам.

До того ж окремі з зазначених вище понять є близькими за змістом або синонімічними (наприклад: патріотизм, самовідданість і прихильність, ідентифікація і організаційне громадянство). Таким чином, розуміння природи лояльності є багатозначним; велика кількість термінів, що застосовуються науковцями в контексті лояльності персоналу, їх різнопланова інтерпретація потребують уточнення семантичного наповнення цих понять з метою формування адекватної методології діагностики лояльності, а також розробки рекомендацій щодо управління лояльністю в системі управління персоналом підприємств.

Аналіз наявних підходів до дефініції "лояльність" та логіки семантичного наповнення термінів, представлених на рис. 1, дав змогу розробити інтегрований підхід до визначення терміна "лояльність персоналу", а також уточнити її склад.

Так, лояльність персоналу підприємства – це конструктивна організаційна поведінка, що характеризується позитивним відношенням персоналу до підприємства і базується на задоволеності працею, узгодженості його та підприємства інтересів і цілей. Доцільно звернути увагу на те, що наведене вище визначення лояльності є інтегрованим, оскільки воно об'єднує основні ідеї: поведінкового (лояльність визначається як характеристика поведінки працівника), настановного (лояльність розглядається як настанова людини) підходів, а також концепції управління персоналом-маркетингом підприємства (лояльність базується на задоволеності працівників роботою, узгодженості їх та підприємства інтересів і цілей).

Необхідність досліджень управління лояльністю на підприємствах обумовлює потребу також в уточненні його сутності та складових лояльності персоналу. Так, складові лояльності доцільно представити трьома рівнями, зокрема: нижчий рівень (задоволеність працею), середній рівень (благонадійність, залученість до трудового процесу), вищий рівень (прихильність, організаційне громадянство). При цьому під управлінням лояльністю персоналу доцільно розуміти цілеспрямований вплив на чинники, що її формують, з метою забезпечення її подальшого розвитку і зміцнення.

Висновки:

- за результатами дослідження наявних теорій лояльності виділено два основних підходи до її дефініції: поведінковий та настановний;
- відповідно до поведінкового підходу, лояльність трактується як ступінь готовності працівника продовжувати роботу на підприємстві; бажання зберігати належність до нього; поведінка, яка схвалюється і виходить за рамки формальних вимог; згідно з настановним підходом, лояльність визначається як соціально-психологічна настанова працівника, в його рамках виділяють: концепцію нормативної лояльності, концепцію емоційної лояльності, концепцію ціннісної лояльності;
- за результатами систематизації наукових підходів до розглядання питань, пов'язаних із лояльністю персоналу, виділено такі поняття: залученість до трудового процесу, самовідданість, зобов'язання перед підприємством, задоволеність працею, благонадійність, прихильність, патріотизм, вірність підприємству, командний дух, ідентифікація, організаційне громадянство; в наявних наукових підходах ці поняття розглядаються як: окремий аспект лояльності, синонім лояльності, передумова лояльності, наслідок лояльної поведінки;
- лояльність персоналу підприємства доцільно визначити як конструктивну організаційну поведінку, що характеризується позитивним ставленням персоналу до підприємства і базується на задоволеності працею, узгодженості його та підприємства інтересів і цілей; при цьому під управлінням лояльністю персоналу варто розуміти цілеспрямований вплив на чинники, що її формують, з метою забезпечення її подальшого розвитку і зміцнення;
- до складових лояльності доцільно віднести: задоволеність працею (нижчий рівень), благонадійність, залученість до трудового процесу (середній рівень), прихильність, організаційне громадянство (вищий рівень лояльності).

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розроблення науково-методологічного підходу до оцінки рівня лояльності персоналу підприємства.

Література

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – СПб. : Изд-во "Питер", 2004. – 832 с.
2. Ньюстром Дж. В. Организационное поведение : пер. с англ. / Дж.В. Ньюстром, К. Дэвис; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – Сер.: Теория и практика менеджмента. – СПб. : Изд-во "Питер", 2000. – 448 с.
3. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов. – Сер.: Высшее образование. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2005. – 301 с.
4. Управление персоналом : учебник / И.Б. Дуракова и др. / под общ. ред. И.Б. Дураковой. – Сер.: Высшее образование. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2009. – 570 с.
5. Оксина К.Э. Организационное поведение : учебник / К.Э. Оксина. – М. : Изд-во КНОРУС, 2009. – 480 с.
6. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом / В.А. Спивак. – Сер.: Учебники для вузов. – СПб. : Изд-во "Питер", 2000. – 416 с.
7. Психология менеджмента : учебн. [для студ. ВУЗов] / под ред. Г.С. Никифорова. – Сер.: "Учебник для вузов". – Изд. 2-ое. [перераб. и доп.]. – СПб. : Изд-во "Питер", 2004. – 639 с.
8. Карташова Л.В. Управление человеческими ресурсами : учебник / Л.В. Карташова. – Сер.: Учебники для программ МВА. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2005. – 236 с.
9. Красовский Ю.Д. Организационное поведение : учебн. пособ. [для студ. ВУЗов] / Ю.Д. Красовский. – М. : Изд-во ЮНИТИ, 1999. – 472 с.
10. Харский К.В. Благонадежность и лояльность персонала / К.В. Харский. – СПб. : Изд-во "Питер", 2003. – 496 с.
11. Aranya N. An empirical study of theories of organizational and occupational commitment / N. Aranya, D. Jacobson // Journal of Social Psychology. – 1975. – Vol. 97.

12. Дейнека О.С. Лояльность как компонент экономической культуры / О.С. Дейнека. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.licpublic.com/index.php>.
13. Калабин А. Как развить лояльность персонала / А. Калабин // Кадровое дело. – 2004. – № 8. – С. 43-47.
14. Корнеева И. Лояльность персонала / И. Корнеева. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.trainings.ru/library/dictionary/loyalnost>.
15. Чумарин И.Г. Люди и организации: деструктивное противодействие / И.Г. Чумарин // Люди и организации : сб. тез. III Всерос. конф. – СПб., 2000. – С. 63-64.
16. Kanter R.M. Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in Utopian communities / R.M. Kanter // American Sociological Review. – 1968. – Vol. 33. – Pp. 499-517.
17. Маргура М.И. Современные персонал-технологии / М.И. Маргура, М.Б. Курбатова // Управление персоналом. – 2001. – № 6. – С. 45-50.
18. Buchanan B. Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations / B. Buchanan // Administrative Science Quarterly. – 1974. – Vol. 19. – Pp. 533-546.
19. Galbraith J.K. Economics and Public Purpose / J.K. Galbraith. – New York : Signet, 1973. – 176 p.
20. Корнеева И. Лояльность персонала / И. Корнеева. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.trainings.ru/library/dictionary/loyalnost>.
21. Чистякова Т.Н. О лояльности, организационных конфликтах и развитии организации (заметки на полях исследования) / Т.Н. Чистякова. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.rekrutng.ru/pochitat.html7s339>.

Сардак Е.В. Исследование теоретических аспектов управления лояльностью персонала предприятия

Систематизированы концептуальные взгляды на определение сущности лояльности персонала; исследованы существующие теории лояльности. Выявлены особенности поведенческого и установочного подходов к дефиниции "лояльность". Рассмотрен терминологический аппарат, который применяется в контексте управления лояльностью персонала. Предложено определение термина "лояльность персонала" на основе интегрированного подхода. Уточнен состав лояльности персонала. Представлено авторское определение понятия "управление лояльностью персонала".

Ключевые слова: персонал, предприятие, управление персоналом, лояльность, концепция, управление лояльностью.

Sardak O.V. The Study of the Theoretical Aspects of Enterprise Personnel Loyalty Management

Conceptual views on the determination of the essence of personnel loyalty are systematized. The existent theories of loyalty are investigated. The peculiarities of the behavioural and adjusting attitudes towards the definition of the term "loyalty" are highlighted. A terminology body that is used in the context of personnel loyalty management is considered. The determination of the term "personnel loyalty" on the basis of integrated approach is offered. The essence of personnel loyalty is specified. The concept "personnel loyalty management" is presented.

Keywords: personnel, enterprise, personnel management, loyalty, conception, loyalty management.

УДК 330.341.1:338.49

Аспір. М.О. Жук; доц. В.В. Здрок, канд. техн. наук – Львівський НУ ім. Івана Франка

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ВЕЛИЧИНИ ВНУТРІШНІХ ВАЛОВИХ ЗАОЩАДЖЕНЬ УКРАЇНИ

Проаналізовано динаміку одного з основних показників економічної діяльності домогосподарств України на макроекономічному рівні – внутрішніх валових заощаджень. Для дослідження використано інструментарій економетричного моделювання.