

Міністерство освіти і науки України  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)  
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)  
Інститут економіки імені Паата Гугушвілі  
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)  
Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)  
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)  
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)  
Мерія м. Громадка (Польща)

---

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2020:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 2–3 квітня 2020 р.)

У семи томах

Том 1. Соціально-економічні аспекти управління підприємствами:  
теорія та практика

Дніпро  
Видавець Біла К. О.  
2020

УДК 336  
ББК 65.01  
Е 45

*Затверджено на засіданні вченої ради факультету економіки  
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

#### ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

*Поляков М. В.* – д-р фіз.-мат. наук, проф., член-кореспондент НАН України, ректор Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, *голова оргкомітету*;

*Гринько Т. В.* – д-р екон. наук, проф., Заслужений діяч науки та техніки України, декан факультету економіки Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Іванов Р. В.* – канд. фіз.-мат. наук, доц., зав. кафедри економічної кібернетики Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Олійник Т. І.* – канд. екон. наук, зав. кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

*Абесадзе Р. Б.* – д-р екон. наук, проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі;

*Раманаускас Юліус* – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

*Серджо Велеско* – д-р екон. наук, професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у місті Міттвайда;

*Дімітров Іван* – д-р екон. наук, проф., професор кафедри економіки та управління університету професора доктора Асена Златарова;

*Даріуш Павліцин* – мер міста Громадка (Польща);

*Величко Л. А.* – канд. наук з держ. упр., доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Гвініашвілі Т. З.* – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Тімар І. В.* – старший викладач кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2020: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 2–3 квіт. 2020 р. : у 7 т. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020.

ISBN 978-617-645-377-2

Т. 1. Соціально-економічні аспекти управління підприємствами: теорія та практика. – 2020. – 108 с.

ISBN 978-617-645-378-9

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 2–3 квітня 2020 року в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336  
ББК 65.01**

ISBN 978-617-645-377-2

ISBN 978-617-645-378-9 (Т. 1)

© Авторський колектив, 2020

- Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2014. – Т. 22, Вип. 6. – С. 23-30.
5. Харчишина О. В. Організаційна культура як важлива складова системи управління підприємствами [Електронний ресурс] // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 1. Дата відвідування: 25.02.2020. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_1\\_62](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_62)
  6. Kalnitskaya M. The influence of organizational culture on the innovational potential of the company / Kalnitskaya, M //European Journal of Management Issues. – 2015. – Т. 23. – №. 5. – С. 60-70.
  7. Krupskyy O. P. Cultura organizzativa e sicurezza: attuazione delle caratteristiche del servizio / O. P. Krupskyy // Italian Science Review. – 2014. – Т. 3. – №. 12. – С. 368-371.
  8. Rockstuhl T. Beyond general intelligence (IQ) and emotional intelligence (EQ): The role of cultural intelligence (CQ) on cross-border leadership effectiveness in a globalized world / T. Rockstuhl, S. Seiler, S. Ang, L. Van Dyne, H. Annen //Journal of Social Issues. – 2011. – Т. 67. – №. 4. – С. 825-840.
  9. Schein E. H. Organizational Culture & Leadership [Electronic Resource] / E. H. Schein. – 1997 – Mode of access: <http://www.tnellen.com/ted/tc/schein.html>
  10. Übius Ü. Organizational culture types as predictors of corporate social responsibility / Ü. Übius, R. Alas //Engineering economics. – 2009. – Т. 61. – №. 1. – 90-99.

**К. соц. н. Бержанір А. Л.**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини (Україна)*

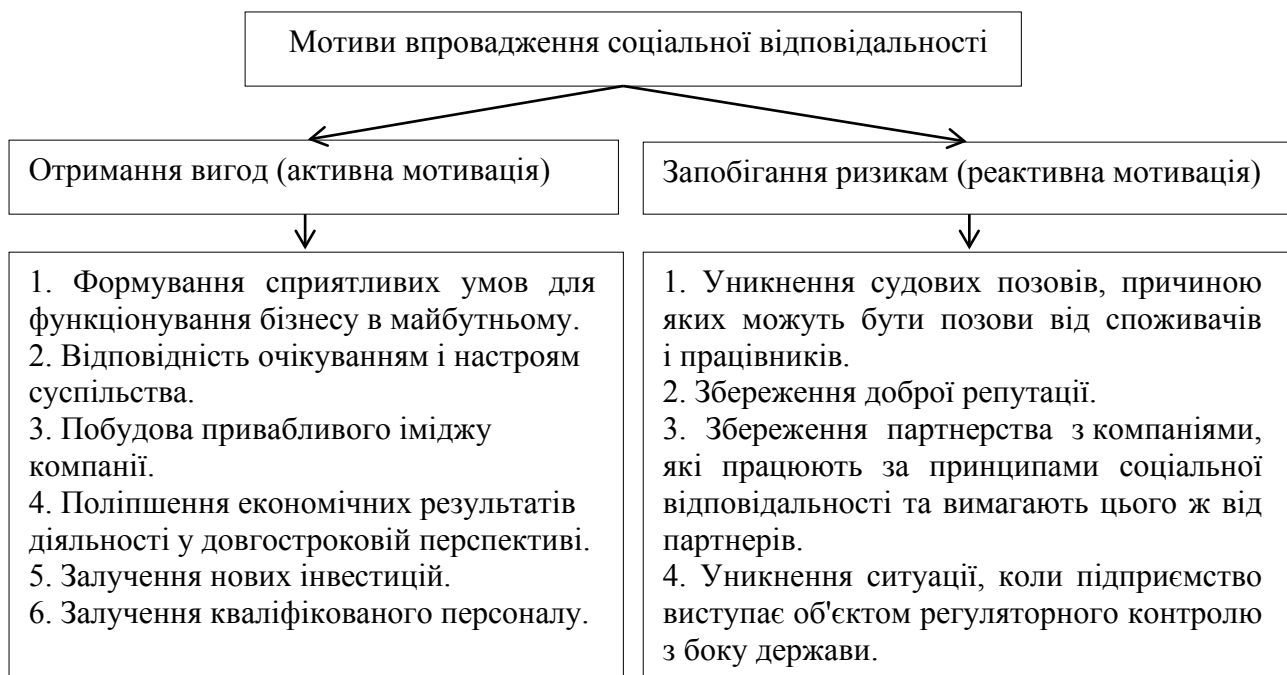
## **МОТИВАЦІЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ**

Сучасний етап соціально-економічного розвитку передбачає існування об'єктивної тенденції підвищення значущості соціальної спрямованості підприємницької діяльності. За таких умов відбувається принципове переосмислення основного завдання будь-якої бізнесової структури – від максимізації власних доходів до підвищення соціальної корисності для громади і усього суспільства. Підприємництво під час розробки стратегій економічного розвитку, базуючись на соціально відповідальних принципах, повинно сприяти зростанню матеріального і духовного потенціалу країни, забезпечувати сприятливе середовище для практичної реалізації знань та здібностей кожної особистості. У науковій літературі вказується [1, с. 33], що бізнес завжди зацікавлений в передбачуваності і максимально далекій перспективі власного розвитку. Цього можна досягти, тільки беручи участь у безпосередньому щоденному будівництві корпоративного майбутнього, а значить – майбутнього суспільства, в якому бізнес працює.

Зростання темпів та обсягів соціальної відповідальності бізнесу обумовлює необхідність формування ефективної системи мотивації підприємців до активної діяльності з реалізації потенціалу у соціальній сфері. Як стверджують науковці [2, с. 206], мотивація полягає в тому, що довгострокова прибуткова

бізнес-діяльність визначається вибором такої її орієнтації (місії), яка, перш за все, відповідає мотиву досягнення достатніх темпів зростання прибутку, що дозволяють рівнозначно нарощувати соціальний потенціал підприємства, а визнання пріоритетними інших мотивів може призвести до істотного скорочення конкурентних переваг. Цей підхід відображає сутність підприємництва як процесу, що з'єднує матеріально-комерційний та ідеально творчий початок і визнає як пріоритетну соціально-екологічну відповідальність за наслідки зростання і розвитку.

О. Алексєєва [4, с. 130] вказує на те, що аргументи на користь впровадження соціально відповідальної поведінки можна поділити на два блоки (рис. 1). По-перше, підприємці очікують отримання певних вигод або переваг, які могли б формувати активну мотивацію, тобто сприяти позитивним змінам у діяльності підприємств. Також велике значення відіграють аргументи, які свідчать про те, що соціальні заходи є ключовим елементом управління ризиками. Ці докази виступають основою у процесі формування реактивної мотивації, за якої соціально відповідальна поведінка розглядається як засіб збереження досягнутої стабільності [4, с. 130].



**Рис. 1. Мотиваційні чинники впровадження соціальної відповідальності.**

*Складено автором за [5, с. 94]*

За результатами репрезентативного дослідження, проведеного на замовлення Центру «Розвиток КСВ» у 2018 році у рамках проекту «Розбудова потенціалу Національного контактного пункту з відповідальної бізнес поведінки» [3, с. 13], серед мотивів, які спонукають впроваджувати політику КСВ, на першому місці

стоять моральні міркування. Моральні міркування є головним мотиватором впровадження політики КСВ вже протягом багатьох років. Це свідчить про те, що більшість компаній ще недостатньо усвідомила позитивний вплив КСВ на репутацію та фінансові показники своєї діяльності. Крім того, на нашу думку, це може бути пов'язано й з бажанням компаній зробити свій внесок у розв'язання соціально-економічних і гуманітарних проблем, які постали в країні внаслідок анексії Криму та конфлікту на Сході країни. Тим більше, що майже третина опитаних відносить до КСВ допомогу воїнам АТО та мешканцям зони АТО і благодійність [3, с. 13].

Отже, актуальною є потреба наукового обґрунтування розробки і впровадження цілісної системи мотивації та стимулювання підприємців до ведення соціально відповідального бізнесу. Розвиток соціально орієнтованої ринкової економіки обумовлює розширення мотиваційних чинників, які сприятимуть зростанню не тільки економічних, але і соціальних показників діяльності бізнесу.

#### Список використаних джерел:

1. Бержанір А. Л. Світовий досвід забезпечення взаємодії влади та бізнесу в економічних системах. *Вісник Донецького національного університету*. 2015. Серія Економіка і право. № 1. С. 32–35.
2. Мішура В. Б. Напрямки реалізації мотивації соціальної відповідальності бізнесу. *Соціальна відповідальність: сучасні виклики* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 21–22 квітня 2016 р. Краматорськ, 2016. С. 205–208.
3. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018 / уклад.: А. Зінченко, М. Саприкіна. Київ : Юстон, 2017. 52 с.
4. Алексеева О. Международный опыт в сфере мониторинга и оценки КСО компаний. *Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине* : сб. статей и рекомендаций / глав. ред. И. Хисамов. Киев: ТЭФ ОЛБИ, 2008. С. 128–134.
5. Петрушенко Ю. Н. Особенности реализации концепции социальной ответственности бизнеса в национальном хозяйстве Украины. *Journal of institutional studies*. 2013. № 1. Том 5. С. 92–107.

**Борисенко В. Б., Смирнова Т. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **АСПЕКТИ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ У СФЕРІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

Діяльність компанії в будь-якій сфері неможлива без зацікавленості її персоналу в цьому, тому задля ефективної роботи мотивація – це одна з основних задач яка стоїть перед менеджером.

Мотивація персоналу є однією із функцій управління поряд з іншими функціями, такими як планування, організація, контроль, прийняття рішень [1].