

висококваліфікованих працівників дуже високі вимоги до компаній. А також має вплив той фактор, що у суспільстві не цінується довге перебування на роботі в одного роботодавця. На сьогодні, змінити роботу на іншу з «кращими умовами» готовий в середньому майже кожен другий працівник, що найкращим чином характеризує невисоку ефективність програм, що стимулюють.

Під час розроблення системи мотивації найбільш поширеною помилкою є її формування на тривалий термін. У цьому випадку з часом вона перетворюється на систему заохочень, яка передбачає винагороду за вже досягнуті результати, в той час як система мотивації покликана мотивувати персонал до досягнення цілей, визначених завдань, подолання труднощів. Тому необхідно періодично переглядати системи мотивації. При розробленні нової програми потрібно враховувати недоліки, помилки, зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, визначати нові цілі та завдання.

Література

1. Балабанова Л.В., Стельмашенко О.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : монографія : Донецьк: Дон НУЕТ, 2010. 238 с.
2. Крушельницька О., Мельничук Д. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Кондор, 2005. 304 с.

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС В РОЗРІЗІ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ

Сербул К. С., студентка ІІ курсу магістратури Економіко-правового факультету
Ненно І. М., д. е. н., доцент, професор кафедри менеджменту та інновацій

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова

На сучасному етапі розвитку економічних і політичних відносин, коли рушійними силами розвитку бізнесу є інтернаціоналізаційні та глобалізаційні процеси - дуже важко не зауважити світові тенденції в розвитку бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу - наразі є не просто тенденцією, а важливим складником його ефективної діяльності.

Теоретичне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене ще у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво. Власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями [1, с. 36]. На тому історичному етапі цього було достатньо для повного відображення соціальної відповідальності роботодавців до інших учасників процесу - на той момент такими виступали тільки їх наймані працівники. На той час і навіть багато років після цього моменту концепція соціальної відповідальності ще не набуває своєї поширеності, адже тоді пріоритети розвитку були направлені на підвищення ефективності роботи виробництва, збільшення кількості товару, підкорення більшої долі ринку і для цього було варто просто виготовляти найбільш якісний товар по міркам тих часів і просто задовольняти попит.

Якщо ж порівняти із сьогоднішнім, то досягти ефективності та успіху на ринку вже набагато складніше, адже пропозиція зазвичай перевищує попит і для того, щоби наприклад підкорити собі більшу частину ринку і, що не менш важливо, утримати її, вже треба неабияк замислитися про почуття і стан усіх учасників процесу: своїх працівників, контрагентів, споживачів, та навіть довкілля в якій, компанія існує.

На сучасному етапі соціальна відповідальність бізнесу являє собою саме такий багатоступеневий механізм, що може бути використаний на користь усім учасникам процесу, у тому числі і самому підприємству.

Застосування корпоративної соціальної відповідальності надає компаніям конкретні переваги, зокрема, покращення управління завдяки запобіганню ризикам; покращення репутаційного менеджменту; збільшення обсягів продажу та частки ринку; мотивування співробітників; оптимізація операційних процесів та зменшення витрат; лояльність інвесторів; покращення фінансових показників діяльності; налагодження стосунків із державним сектором та суспільством тощо [2].

За визначенням, що наведено у ISO 26000, прийнятого у 2010 році, «соціальна відповідальність» – це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище, шляхом прозорості та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, а також здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки [1, с. 40].

Окрім цього, існує Global Reporting Initiative (GRI) Глобальна ініціатива зі звітності (ГІЗ) - це міжнародна незалежна організація зі стандартизації, котра допомагає підприємствам, владним структурам та іншим організаціям зрозуміти та повідомити з приводу свого впливу на такі основні проблеми, як зміни клімату, права людини та корупцію.

Принцип полягає в тому, що з нагоди бути більш “прозорими” в питаннях екологічного, економічного та соціального впливу, компанії публікують сталі звіти, також відомі як звіти корпоративно-соціальної відповідальності, екологічні звіти, та соціально-управлінські звіти.

Здебільшого компанії роблять це через зростаючий тиск з боку зацікавлених сторін, а саме - владних структур, споживачів та інвесторів.

Вперше система сталих звітів ГІЗу була представлена в 2000 році, на сьогодні вона широко використовується мультинаціональними організаціями, владними структурами, малими та середніми підприємствами, не державними організаціями та індустріальними групами в більш ніж 90 країнах [3, 4].

В 2017-му році 63% компаній з рейтингу 100 найбільших компаній та 75% з рейтингу Global Fortune 250 звітували про підключення до системи сталих звітів ГІЗу [5].

Чи впливатиме на рейтинг, імідж та результати компанії факт звітування за системою ГІЗу? Напевно, що так. На нашу думку, чим раніше компанії почнуть замислюватися щодо свого впливу на такі чинники як зміни клімату, права людини та корупцію та спробують зафіксувати це у звітах за міжнародним зразком - тим раніше можна казати про здобуття поваги та довіри

від міжнародної спільноти, та навіть зріст шансів наближення до рівня успіху міжнародних компаній. Але тут вже треба враховувати набагато більше чинників, аніж просто звітування з приводу корпоративної соціальної відповідальності.

Література:

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с., 36 - 40 с.

2. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. Ефективна економіка № 6, 2012. Видавництво ТОВ «ДКС-Центр» [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199>

3. Pedersen, Esben R.G. (2015). *Corporate Social Responsibility*. London: SAGE Publishing. p. 107. ISBN 9780857022448. [Електронний ресурс] - режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Special:BookSources/9780857022448>

4. "Global Reporting Initiative - Facts and Figures". *Global Reporting Initiative*. Retrieved 11 February 2018. [Електронний ресурс] - режим доступу: <https://www.globalreporting.org/gri-20/Pages/Facts-and-figures.aspx>

5. KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017 [Електронний ресурс] - режим доступу:

<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>

ФІНАНСОВА НАУКА ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ, ЇЇ РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Скорина А.С., студентка 3 курсу спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

Горіховський М.В., к.е.н., старший викладач Кам'янець-Подільського коледжу Економіки, права та інформаційних технологій

Кам'янець-Подільський податковий інститут

Виникнення фінансової науки як сфери людської діяльності пов'язане з необхідністю пошуку нових ефективних методів формування і використання фінансових ресурсів, з розвитком фінансових відносин, зростанням інтелектуальних здібностей людей.

Фінансова наука – система упорядкованих знань про фінансові явища і процеси, з виявленими достовірними передумовами виникнення, механізмами та принципами функціонування, доказовими, обґрунтованими положеннями та висновками про їх вплив на людину, господарство, суспільство, цивілізацію, оцінкою здобутків, вигод, втрат.

Фінансова наука являє собою систему специфічних знань, які групуються навколо понять: бюджет, державні фінанси, податкова система, банківська система і деякі інші.

Фінансова наука має свої особливості, що перебувають в наступному: вона є загальною наукою, предмет якої складає соціальні категорії. По перше