

Ступак О. В.

Дніпровський Національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ДИСПРОПОРЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК
В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ**

Глобалізація, суттєві технологічні зрушення, зміна характеру праці, просторові нерівномірності, диспропорції економічного, соціального та екологічного характеру, і нові виклики, які постали у 2020 році, негативно впливають рівень та якість населення усіх регіонів України.

При цьому на розвиток регіональних економік найбільший вплив має доступ або його відсутність до природних, людських, фінансових та енергетичних ресурсів. На думку науковців, глибокі диспропорції розвитку регіональних економік стримують впровадження заходів державної регіональної політики щодо економічного розвитку регіонів, обмежують можливості співробітництва окремих регіонів, негативно впливають на функціонування внутрішніх ринків, як наслідок, регіональні економіки є слабкими та чутливими до різного роду змін, що врешті-решт призводить соціальної нерівності в суспільстві .

Більше того, проблеми, що їх спричинює диспропорційність (а саме невикористання потенціалу розвитку територій, розшарування населення за рівнями доходів, знелюднення територій, економічна анклавізація, відсутність стимулів до розвитку) спричинюють і низку інших проблем, що гостро постають на заваді економічному зростанню та покращенню рівнів життя населення .

Враховуючи те, що застосування напрацьованого традиційного інструментарію регулювання диспропорцій, зокрема усунення депресивності територій, стимулювання окремих точок зростання в регіонах, проведення структурних трансформацій дає тимчасовий позитивний ефект, найбільш оптимальними засобами вирішення таких питань як диспропорційність розвитку регіонів, є розробка та впровадження стратегій регіонального розвитку, здатних мобілізувати децентралізовані ресурси регіонального розвитку для вирішення таких чотирьох груп проблем: 1) національні (або державні) проблеми, тому що регіони входять до складу однієї держави і державні програми суттєво впливають на розвиток регіональних економік; 2) відмінності розвитку регіонів, які залежать від ретроспективних тенденцій, природних ресурсів, культурних факторів та демографічної ситуації; 3) сучасні тенденції розвитку регіональних економік, що обумовлені галузевою структурою регіональних економік, наявністю суб'єктів господарювання, доступом до фінансових, людських та інтелектуальних ресурсів; 4) проблеми забезпечення фінансової спроможності .

В Україні, задля забезпечення економічного зростання на регіональному рівні, конкурентоспроможності регіональних економік за рахунок раціонального використання місцевого потенціалу, ефективної зайнятості населення регіонів розроблено Державну стратегію регіонального розвитку на 2021-2027 роки , якою визначено три стратегічні цілі: «формування згуртованої держави в соціальному, гуманітарному, економічному, екологічному, безпековому та просторовому вимірах; підвищення рівня конкурентоспроможності

регіонів; розбудова ефективного багаторівневого врядування), оперативні цілі та основні завдання».

Подальший регіональний розвиток в Україні має відбуватися, зважаючи на певні державні пріоритети, відповідно до яких на регіональному рівні необхідно:

по-перше, розвивати економічні, інфраструктурні та соціально-культурні зв'язки як на місцевому, так і на регіональному, так і на національному рівнях;

по-друге, сприяти економічному зростанню регіонів з низьким рівнем соціального та економічного розвитку в контексті досягнення національних цілей сталого розвитку;

по-третє, забезпечити доступ усіх громадян, незалежно від місця проживання, до якісних послуг, відповідальність за надання яких несуть органи державної влади та органи місцевого самоврядування.

Ці та інші цілі, завдання та пріоритети абсолютно корелюють з іншими стратегічними документами. Зокрема, у Стратегії національної безпеки України основними напрями діяльності держави на регіональному рівні є розвиток ринкової конкуренції, забезпечення демонополізації економіки та детінізації господарських відносин; забезпечення дерегуляції та не допущення тиску на бізнес; створення конкурентних умов для залучення інвестицій; реформування земельних відносин; модернізація транспортної інфраструктури та інші .

Також слід погодитися з думками науковців, що розвиток регіональних економік може бути досягнутий за рахунок зростання обсягів виробництва та збуту продукції, товарів та послуг (у тому числі не фінансових послуг); розширення зовнішніх зв'язків та здійснення зовнішньої торгівлі; залучення іноземних інвестицій та здійснення капітальних інвестицій. Усі згадані чинники розвитку регіональних економік різноманітні, коротко- і довгострокового, сильного і слабого впливу, вимірювані і такі, що важко піддаються оцінці; в сукупності усі вони тривалий час формують структуру регіональних економік та міжрегіональні зв'язки, позначаються на інтенсивності економічного зростання, ринкових флуктуаціях, добробуті громадян, тому і рішення державних та місцевих органів влади мають бути обґрунтованими.

Підсумовуючи зазначимо, що усунення регіональних економічних диспропорцій та створення достойних умов проживання громадян є однією з функцій держави. І зважаючи на таку роль, держави розробляють стратегії регіонального розвитку з урахуванням конкурентних переваг регіонів, проблем та нових викликів. В Україні, як і в зарубіжних країнах, використовується такий підхід до регулювання розвитку економіки на регіональному рівні і, відповідно до нової стратегії, регіональна політика в Україні передбачає концентрацію усіх доступних ресурсів задля досягнення економічних (зростання ВРП, усунення диспропорцій), соціальних (скорочення бідності, зростання доходів місцевого населення) та екологічних (раціональне використання обмежених природних ресурсів) цілей.

Список використаних джерел:

1. Перепелюкова О. В. (2019). Диспропорції регіонального розвитку в умовах системних трансформацій. *Проблеми економіки*. № 4 (42). С. 88-95.
2. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова № 695 КМУ від 5 серпня 2020 р., Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України від 14 вересня 2020 року № 392/2020. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>
4. Шевченко О. В. Диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів України: сутність, оцінка, стратегічне регулювання : монографія. Київ : НУОУ, 2020. 300 с.
5. Шевченко О. В. Сценарії стратегічного регулювання диспропорцій розвитку регіонів на основі когнітивно-імітаційного моделювання. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 121–132.

Тімар В. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ
СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Соціально-відповідальний маркетинг, який в сучасних умовах досить активно впроваджується в усьому світі, набуває актуальності й для українських компаній, виступаючи важливим фактором підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

З метою запровадження соціально-відповідального маркетингу, підприємствам слід «досягнути балансу між такими, нерідко конфліктуючими, критеріями, як прибуток компанії, задоволення потреб споживачів та інтереси суспільства» [1].

Соціально-відповідальним маркетингом є концепція управління маркетингом, заснована на принципах, що відповідають наявним соціальним цілям та стандартам, основними з них є: відповідальність перед споживачами, орієнтація на споживачів; відповідальність перед персоналом.

Соціальну відповідальність необхідно розглядати на основі узгодження із загальною стратегією компанії, так як, націленість підприємства на довготермінові перспективи призводить до намагання задовольнити очікування споживачів відносно власної продукції чи послуг та разом з цим одночасно формувати високі соціальні стандарти, через власний внесок у забезпечення якісного рівня життя суспільства.

Маркетингова діяльність на основі принципів соціальної відповідальності, здійснюється у наступних напрямках: повага до своїх клієнтів (споживачів продукції, товарів, робіт, послуг); управління споживчою поведінкою; запобігання зловживаннями продуктом; управління відповідальністю в ланцюгах поставок; трактування постачальників партнерами; взаємодія зі стейкхолдерами; запровадження послідовних стандартів.

У процесі переорієнтації на засади соціально-відповідального маркетингу підприємство повинне визначити основні аспекти свого маркетингового впливу, пов'язані із усіма його операціями, продуктами, послугами, відносинами і всередині підприємства, і ззовні [1]. З цією метою доцільно застосовувати поняття «істотності», що являє собою фільтр, який виділяє релевантну інформацію із великого кола проблем, на які впливає бізнес, а отже, й маркетинг підприємства. Важливі аспекти маркетингу можуть торкатись вузьких,