

11. Власов М. П. Моделирование экономических процессов / М. П. Власов, П. Д. Шимко. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 409 с.
12. Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия : учебник / Н. Л. Зайцев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-2008. – 414 с.
13. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. – М. : Радио и Связь, 1993. – 390 с.
14. Результати соціологічного дослідження, проведеного в листопаді 2009 р. МБФ «Планета взаємодопомоги» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://planetofsupport.org/ua/rezultaty-issledovaniy/rezultaty-sotsiologicheskogo-issledovaniya-provedennogo-v-noyabre-2009-g-mbf-planeta-vzaimopomoschi>

**Рудченко Снежана. Оценка потенциала и рыночной адекватности разработки инновационных продуктов технического характера.** Исследование посвящено анализу существующих методов оценки потенциала и рыночной адекватности разработки инновационных продуктов технического характера. Предложена усовершенствованная методика оценки потенциала рынка инновационной продукции и адекватности инновационного продукта рыночным условиям. Методика включает пять этапов: формирование системы параметров (потребительских предпочтений) инновационного товара на основе экспертных методик, определение весовых коэффициентов параметров на основе методики парных сравнений, оценку рыночного сегмента инновационного продукта, определение коэффициента потребления инновационного товара на основе метода аналогий и оценку потенциала рынка инновационного продукта (адекватности товара конкретному рынку и емкости регионального рынка). Методика апробирована на примере программно-аппаратного комплекса TETRA\_Monitor. Проведена оценка перспективной емкости рынка инновационных дозиметров TETRA\_Monitor.

**Ключевые слова:** оценка, рынок, инновационный продукт, парные сравнения.

**Rudchenko Snizhana. The Evaluation of the Potential and Market Adequacy of the Innovative Technical Products Development.** The research is indicated to analyze the existing methods of the evaluation of the potential and market adequacy of the innovative technical products development. The author propose the improved methodology of the potential market innovative products evaluation and innovative products adequacy to the market conditions. The methodology includes five stages: the formation of an innovative product parameters (consumer's preferences) based on expert techniques, the determination of weighting coefficients of parameters based on the methodology of paired comparisons, the evaluating of a market segment of the innovation product, the determination of the coefficient of innovative consumer goods on the basis of analogies and the assess of the market potential (the market adequacy and capacity of regional market). The methodology is approved on the model of the programming-machinery complex of TETRA\_Monitor. The author assessed of the market potential of innovative dosimeters TETRA\_Monitor.

**Key words:** evaluation, market, innovative product, pair comparisons.

Стаття надійшла до редколегії  
12.03.2014 р.

УДК 339.241.28

Андрій Колосок

## **Соціальна відповідальність бізнесу як економічна категорія та специфіка її становлення в Україні**

Досліджено підходи до трактування категорій «відповідальність», «соціальна відповідальність», «соціальна відповідальність бізнесу». Запропоновано заходи щодо усунення перешкод на шляху становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

**Ключові слова:** відповідальність, соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, бізнес, соціальні проблеми.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Упродовж останніх десятиліть концепція «соціальної відповідальності бізнесу» отримала всесвітнє визнання та підтримку в середовищі підприємців, громадських діячів, політиків, науковців. Потреба врахування соціальної відповідальності при ухваленні управлінських рішень стала аксіомою для підприємств економічно розвинутих країн, запорукою їх ринкового успіху, гарантією сталого розвитку суспільства.

Підприємництво є частиною економічної системи будь-якої країни. У зв'язку з цим з'являються питання координації інтересів бізнесу і суспільства, у межах якого цей бізнес існує. Питання про зв'язок між отриманням прибутку і виробництвом благ має вирішуватися з позиції соціальної функції бізнесу в суспільстві. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується суттєвими змінами в усіх сферах соціального та економічного життя. Впровадження принципів соціальної відповідальності в бізнес є чинником подальшого розвитку підприємства та набуває першочергового значення при розв'язанні низки соціальних проблем, покладених на державу, можливості якої за перманентного дефіциту бюджету наразі обмежені. За цих обставин досить привабливою і перспективною виглядає ідея створення ефективного механізму взаємодії бізнесу, держави і суспільства задля підвищення соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

В Україні практика відповідального та етичного ведення бізнесу поки що не набула достатнього поширення. Окрім об'єктивних перешкод, таких як складна економічна ситуація, значне податкове навантаження, недосконале та нестабільне законодавство, серйозною проблемою є нерозуміння суті та переваг відповідального підходу до ведення бізнесу. Діяльність більшості українських підприємств націлена на максимізацію прибутку за короткостроковий період. Відсутність чітких цілей на довгостроковий період підриває ринкову конкурентоспроможність суб'єкта господарювання в майбутньому, хоча, безперечно, існує зацікавленість у збільшенні доходу в довгостроковому періоді та забезпеченні стійкості підприємства.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Питанню соціальної відповідальності бізнесу науковий світ став приділяти увагу порівняно недавно – від середини ХХ ст. Першою ґрунтовною науковою працею, присвяченою цій проблемі, вважають «Соціальну відповідальність бізнесу» Х. Р. Боуена. У 1950-х роках учений виклав власне бачення застосування концепції соціальної відповідальності в бізнесі, проаналізував соціально-економічні вигоди, котрі можуть виникнути унаслідок визнання важливості соціальних цілей при прийнятті фірмами ділових рішень. У подальшому проблему соціальної відповідальності у своїх працях висвітлювали такі відомі вчені-економісти, як П. Ф. Друкер [11], Ф. Хедоурі, М. Мескон, М. Альберт [10], С. П. Сезі [12] та ін.

Серед вітчизняних науковців-економістів, які досліджували проблему соціальної відповідальності бізнесу, слід відзначити таких, як Д. Баюра [1], С. В. Мельник [6], Н. А. Супрун [9], І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка [3], Ю. М. Петрушенко, Т. І. Іванова, О. В. Дудкін [8].

Проте, незважаючи на значні досягнення у вирішенні теоретико-методологічних питань соціальної відповідальності бізнесу, можна стверджувати, що й досі не існує єдиного підходу у визначенні сутності соціальної відповідальності бізнесу, недостатньо дослідженими залишаються особливості корпоративної соціальної відповідальності в Україні, а також механізм її підвищення.

**Формулювання цілей статті.** *Об'єктом дослідження* є процес становлення і управління соціальною відповідальністю бізнесу.

*Предмет дослідження* – соціально-економічні відносини як сукупність об'єктивних процесів та їхніх зовнішніх проявів, що супроводжують підприємницьку діяльність і так чи інакше впливають на життєдіяльність найманих працівників, а також суспільства в цілому (зокрема, в економічній, соціальній, психологічній, екологічній сферах).

*Мета дослідження* полягає у розгляді сутності категорій «відповідальність», «соціальна відповідальність», «соціальна відповідальність бізнесу»; аналізі підходів вітчизняних та зарубіжних науковців до визначення ознак «соціальної відповідальності бізнесу»; уточненні поняття «соціальна відповідальність бізнесу» та її ключових характеристик; з'ясуванні загальних та специфічних чинників становлення й розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Відповідно до поставленої мети було визначено такі основні завдання:

- розглянути підходи до розуміння природи та сутності феномену соціальної відповідальності бізнесу;
- узагальнити поняття «соціальна відповідальність бізнесу»;
- визначити причини зростання значення соціальної відповідальності в бізнесі на сучасному етапі та обмежувальні фактори розвитку в Україні;
- проаналізувати чинники, що сприяють і протидіють формуванню соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

**Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Відповідальність – одна із фундаментальних наукових категорій, яка визначає ставлення особи до навколишнього світу та є базовим принципом міжособистісної взаємодії. Відповідальність – це суб'єктивний обов'язок відповідати за вчинки та дії, а також їх наслідки; це здатність зіставляти свої дії з визначеними цілями, прийнятими у колективі чи суспільстві нормами.

Відсутність єдиного підходу до тлумачення сутності соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) та її складників є однією з найсуттєвіших проблем, оскільки в нашій країні та за кордоном ці поняття трактуються по-різному. У розумінні іноземних фахівців соціально відповідальна компанія дотримується норм громадянського суспільства, піклується про матеріальне благополуччя своїх співробітників, ефективно розпоряджається ресурсами, стимулює та підтримує інновації.

В Україні також по-різному тлумачать поняття «соціальна відповідальність бізнесу». Більшість дослідників дотримуються тлумачення, згідно з яким соціальну відповідальність бізнесу пов'язують лише з його спрямованістю на вирішення соціальних проблем колективу фірми, громади. Зокрема, С. Мельник пов'язує соціальну відповідальність бізнесу із тим, «яку частку свого прибутку він має витрачати на соціально визначені цілі» [6, с. 72].

Особливу увагу слід приділити трактуванню сутності «соціальної відповідальності бізнесу» світовими та міжнародними організаціями.

Зелена книга Європейського Союзу визначає СВБ як «інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі». Міжнародний форум бізнесу задля соціальної відповідальності (BSR) під СВБ розуміє «досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища». Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF) характеризує СВБ як «сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу». Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD) визначає СВБ як «зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя» [4].

Соціальна відповідальність бізнесу – сучасна концепція підприємницької діяльності, зорієнтована на свідоме та системне врахування у діяльності підприємства вимог законодавства та потреб зацікавлених сторін в економічній, екологічній, трудовій, операційній, діловій, філантропічній, інформаційній сферах для забезпечення сталого розвитку й процвітання бізнесу та суспільства.

Об'єктом соціальної відповідальності є суспільство в тих його проявах і сферах, які можуть відчувати вплив бізнесової діяльності; суб'єктами – держава та бізнес. Слід зазначити, що суб'єкти мають перебувати в партнерських відносинах між собою [1, с. 19].

Основними передумовами розвитку соціальної відповідальності є такі:

- глобалізація і пов'язане з нею загострення конкуренції;
- зростаючі розміри і вплив компаній;
- конкуренція компаній за персонал;
- зростання цивільного активізму;
- зростаюча роль нематеріальних активів (наприклад, репутації, іміджу, брендів).

Водночас існують і обмежувальні фактори розвитку соціальної відповідальності:

- відсутність незалежної громадської експертизи соціальних і культурних проектів та програм;
- законодавчі обмеження розмірів і способів можливої та необхідної допомоги;
- велика кількість прохань при обмеженості ресурсів для благодійності;
- відсутність системи соціально відповідального бізнесу;
- відсутність системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти, про інвесторів соціальних програм та системи оцінки суспільством результатів соціальних програм бізнесу;
- небажання деяких керівників бізнесу дотримуватися принципів соціальної відповідальності й брати участь у формуванні позитивного іміджу бізнесу [9, с. 69].

Слід зазначити, що усвідомлення соціальної відповідальності бізнесу ще не набуло значного поширення в Україні, не стало нормою суспільного життя. Про це свідчать суттєві перешкоди, які

існують на шляху становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу: недосконалість законодавчої й нормативно-правової бази, що регулює можливості участі бізнесу в соціальних програмах та закладів освіти – у формуванні соціально відповідальних фахівців; відсутність сформованої і дієвої незалежної громадянської експертизи та оцінки результатів соціальних програм, стандартів і якості підготовки бізнес-фахівців; відсутність системи заохочення (морального та економічного) відповідальних суспільних суб'єктів; численні факти порушення з боку роботодавців міжнародних прав людини та трудових стандартів; низький рівень заробітної плати; тривала заборгованість із виплати заробітної плати; невиправдана економія на інвестиціях в охорону праці та здоров'я працівників, а також у професійний розвиток [2, с. 14].

На сучасному етапі розвитку українського суспільства чітко проявилися суперечності між державою і бізнесом, бізнесом і суспільством. Формою їхнього прояву є небажання бізнесу повністю виконувати свої зобов'язання перед державою (про це свідчить наявність чималої тіньової економіки) та ігнорування бізнесом виконання соціальних функцій (про це свідчать масові порушення законодавства про працю, охорону навколишнього середовища). Тому існує нагальна проблема формування в Україні філософії соціально відповідального бізнесу, розв'язання якої неможливе в державі, яка не виконує взяті на себе зобов'язання, зокрема зі створенням сприятливих умов для ведення бізнесу.

На становлення і розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні впливає низка специфічних чинників:

1) *Чинник недосконалості законодавства, пов'язаного із СВБ.* Українське законодавство покладає на бізнес низку обов'язкових соціальних функцій, що мають винятково фіскальне забарвлення. Водночас багато чинних законів застаріли й не відповідають реаліям вітчизняного підприємницького середовища.

Правовий чинник соціальної відповідальності має забезпечувати представникам бізнесу: можливість приймати самостійні рішення щодо об'єктів і програм СВБ; розуміння і сприйняття наслідків самостійно прийнятих рішень; бажання приймати та реалізовувати рішення, що сприяють розвиткові суспільства; здатність бачити цілі й сенс розвитку бізнесу в контексті розвитку суспільства.

2) *Податковий чинник.* Деякі підприємства застосовують тіньову зайнятість, виплачуючи зарплати, нижчі за прожитковий мінімум, що аж ніяк не відповідає засадам СВБ. Надмірна кількість податків, непередбачуваність податкової політики, високі податкові ставки часто змушує компанії перемішуватись у тінь або приховувати частину реальних прибутків, витрачаючи їх на свою діяльність.

3) *Структурний чинник.* Структура вітчизняної економіки, в якій переважають галузі важкої промисловості, робить СВБ-дільність заручницею політики галузевих фірм.

4) *Іноземні інвестиції.* Поява на вітчизняному ринку зарубіжних компаній та спільних підприємств здатна сприяти поширенню СВБ-дільності за рахунок привнесення зразків міжнародної практики.

5) *Слабкість місцевих громад.* Збереження практики трансфертів із центрального бюджету як основного джерела доходів місцевих бюджетів обмежує стимули та можливості органів місцевого самоуправління у реалізації соціальних програм [5, с. 250].

Загалом для розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні потрібно, передусім, роз'яснювати суть цього поняття не тільки широкому колу громадян, суспільству, представникам державної влади, а й власне представникам бізнесу. Необхідне чітке розуміння суті поняття всіма ланками – від державного службовця, директора фірми чи акціонерів до рядового працівника [8, с. 161].

**Висновки.** Аналіз визначень категорії «соціальна відповідальність бізнесу» вітчизняних та зарубіжних вчених, а також міжнародних організацій дає змогу сформулювати такі її ознаки, як системність, орієнтація на інтереси зацікавлених сторін, розуміння СВБ як філософії бізнесу, необхідність врахування всіх аспектів впливу підприємства на суспільство, інтеграція з концепцією сталого розвитку, потенційна вигідність СВБ для суспільства та для підприємства; а також дати таке визначення: соціальна відповідальність бізнесу – сучасна концепція підприємницької діяльності, зорієнтована на свідоме та системне врахування у діяльності підприємства вимог законодавства та потреб зацікавлених сторін в економічній, екологічній, трудовій, операційній, діловій, інформаційній сферах для забезпечення сталого розвитку і процвітання бізнесу та суспільства.

До основних перешкод на шляху розвитку СВБ в Україні відносять: недосконалість і недотримання законодавства у сфері СВБ; складне податкове і регуляторне середовище; значна тінізація економіки; слаборозвинута мережа засобів комунікації; низький рівень залученості іноземних інвестицій; низький рівень розвитку громадянського суспільства тощо.

Можна також визначити заходи зі стимулювання приватного сектора щодо вирішення соціальних проблем і розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні: проведення податкової реформи для зниження податкового пресу, що приведе до виходу підприємств із «тіні», появи додаткових коштів, які можуть бути використані на корпоративні соціальні програми; надання значних податкових та інших пільг підприємствам, котрі займаються благодійною і спонсорською діяльністю; проведення пенсійної реформи для зацікавлення працівників в отриманні легальної зарплати задля фінансового забезпечення власних статків у старості; забезпечення державної підтримки й цільового фінансування недержавних суб'єктів соціальної політики; сприяння налагодженню діалогу та співпраці між бізнесовими структурами й територіальними громадами; застосування економічних та інших видів санкцій до суб'єктів, що завдають шкоди соціальним інтересам місцевих громад; розвиток комунікаційних мереж і широкомасштабне інформування населення щодо СВБ-діяльності в Україні; налагодження співпраці із провідними закордонними організаціями та підприємствами, котрі досягли значного успіху в СВБ-діяльності.

В умовах побудови соціально орієнтованої економіки суспільство і бізнес не можуть функціонувати ізольовано. Вигоди від підвищення соціальної відповідальності бізнесу – вирішення соціальних проблем, зменшення соціальної напруженості у суспільстві, підвищення прибутковості фірм у довгостроковій перспективі – отримують усі суб'єкти економіки. Активна соціальна позиція фірм, гармонійне співіснування, взаємодія та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем сприятимуть підвищенню суспільного добробуту загалом.

#### *Джерела та література*

1. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці : наук.-екон. та суспіл.-політ. журн. – 2009. – № 1. – С. 22.
2. Грицина Л. А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Л. А. Грицина ; М-во освіти і науки України, Хмельницьк. нац. ун-т. – Хмельницький, 2009. – С. 20.
3. Комарницький І. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління підприємством [Електронний ресурс] / І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка. – Режим доступу : [http://bukuniver.cv.ua/Applications/zbirnik/n6/7\\_Social.pdf](http://bukuniver.cv.ua/Applications/zbirnik/n6/7_Social.pdf)
4. Концепція сталого розвитку та визначення соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.moodle.udc.npu-kpi.kiev.ua>
5. Кузнецова А. Я. Корпоративна соціальна відповідальність : [підручник] / А. Я. Кузнецова. – К. : УБС НБУ, 2009. – С. 258.
6. Мельник С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. В. Мельник // Економіка і держава. – 2007. – № 5. – С. 71–73.
7. Нагорнов А. В. Исследования социальной ответственности компании / А. В. Нагорнов, М. С. Солнцева // Корпоративные финансы. – 2007. – № 2. – С. 119–120.
8. Петрушенко Ю. М. Міжнародні тенденції соціалізації діяльності підприємств / Ю. М. Петрушенко, Т. І. Іванова, О. В. Дудкін // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 3. – С. 272.
9. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку бізнесу / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61–74.
10. Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ. / Ф. Хедоури, М. Мескон. – 3-е изд. – М. : Альберт. ООО «И. Д. Вильямс», 2008. – С. 672.
11. Drucker P. F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices / P. F. Drucker. – NY. : Harper&Row, 1974. – 840 p.
12. Sethi S. P. Dimensions of corporate social responsibility / S. P. Sethi // Business Ethics Quarterly. – 1975.

**Колосок Андрей.** Социальная ответственность бизнеса как экономическая категория и специфика ее становления в Украине. Исследованы подходы к трактовке категорий «ответственность», «социальная ответственность», «социальная ответственность бизнеса». Исследованы особенности социально ответственного подхода к ведению производственной деятельности. Определены факторы, влияющие на развитие социальной ответственности бизнеса. Рассмотрены проблемы реализации взаимосвязи государства и бизнеса в экономических системах в процессе формирования «постэкономической» философии социальной ответственности бизнеса. Предложены меры по устранению препятствий на пути становления социальной ответственности бизнеса в Украине. В статье рассматриваются актуальные вопросы ответственности бизнеса перед обществом, показана важность понимания правильного отношения к бизнесу и общества в целом, понимания того, что предприятие никогда не будет социально ответственным, если не примет основ социальной ответственности.

**Ключевые слова:** ответственность, социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, бизнес, социальные проблемы.

**Kolosok Andriy. Corporate Social Responsibility as an Economic Category and the Specificity of Its Formation in Ukraine.** In the article approaches to the interpretation of the categories of «responsibility», «social responsibility», «corporate social responsibility» are investigated. The features of the social responsible going are investigational near the conduct of productive activity. Factors influencing on the development of Corporate Social Responsibility are determined. The article is deloted to problems of realization of interrelations of the state and business in economic systems in the course of formation of philosophy of socially-responsible business are considered. The measures to eliminate obstacles to the development of business social responsibility in Ukraine were proposed. The article considers the topical issues of business responsibility to the society, and the importance of understanding the proper attitude towards business and society in general, understanding that an enterprise will never be socially responsible unless it adopts the basics of social responsibility.

**Key words:** responsibility, social responsibility, corporate social responsibility, business, social problems.

Стаття надійшла до редколегії  
19.02.2014 р.

УДК 314.18: 316.42 (477)

Світлана Бортнік

### **Виявлення зв'язку між показниками людського розвитку й диференціації доходів населення**

У статті проаналізовано рівень диференціації доходів населення України та його вплив на можливості людського розвитку. Виявлено зв'язок між показниками людського розвитку й диференціації доходів населення. Здійснено аналіз рівня доходів населення та людського розвитку регіонів України й Волинської області. Виявлено вплив основних чинників на показники людського розвитку. Доведено потребу наблизити рівень доходів населення до рівня розвинутих країн через створення відповідних умов для людського розвитку, реалізації потенціалу кожної людини в трудовій діяльності й ефективного регулювання процесів розподілу та перерозподілу доходів у суспільстві.

**Ключові слова:** людський розвиток, доходи населення, диференціація доходів населення, індекс регіонального людського розвитку.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** На сьогодні однією з головних тенденцій розвитку національної економіки України є посилення диференціації доходів як у регіональному розрізі, так і за видами економічної діяльності. З огляду на це дослідження рівня, динаміки, розподілу доходів особливо актуальні, оскільки труднощі перехідного процесу в розвитку країни зумовили низку негативних явищ, серед яких найбільш шкідливими є зниження особистих доходів та посилення нерівності у їх розподілі [6]. Наша країна за рівнем добробуту громадян посідає останнє місце серед 40 європейських країн. Згідно з розрахунками швейцарського банку Credit Suisse (за даними щорічного звіту Credit Suisse Global Wealth Report 2013) середній річний дохід громадянина України становить 6428 доларів – у 10 разів менше, ніж у середньому у світі, і в 100 разів менше, ніж у Швейцарії (для порівняння: у Російській Федерації цей показник становить 14461 дол., у Казахстані – 10451 дол.). Водночас в Україні налічується 35 тис. мільйонерів і близько 25 мільярдів, що підтверджує надзвичайно високі показники диференціації доходів населення. За оцінкою ООН, 78 % українців живуть за межею бідності, їхній споживчий кошик менший за визнану у світі межу бідності – 17 дол. на день [19]. Отже, актуальність теми дослідження зумовлена потребою наблизити рівень життя населення і заробітної плати працівників до рівня розвинутих країн, згладити надмірну диференціацію доходів через створення відповідних умов для людського розвитку, реалізації потенціалу кожної людини в трудовій діяльності та ефективного регулювання процесів розподілу й перерозподілу доходів у суспільстві.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Диференціація доходів населення в умовах ринкових відносин – процес природний, і науковці підкреслюють доцільність підтримки нерівного становища членів суспільства, оскільки саме такий стан може розглядатися як потужне джерело енергії для