



Потрібно зазначити, що роль і місце реклами в умовах економіки перехідного періоду ще не повністю визначені: відсутні дослідження, що дозволяють вивчити і творче адаптувати до вітчизняних умов досвід західних країн у цій області, не з'ясовані з вичерпною повнотою питання формування організаційних структур у рекламному бізнесі, вельми дискусійною залишається проблема вибору каналів поширення рекламної інформації і розробки рекламних кампаній і оцінок їх ефективності.

Інтернет – це унікальна комунікаційна система, ресурси якої можуть використовуватися в різних елементах бізнесу: реклама, піар, стимулювання збуту та інше, а привабливість якої полягає в різноманітті наданих можливостей. Як рекламоносій, мережа Інтернет має такі переваги: конкретний склад аудиторії; висока цитованість інформації з Інтернету; можливість ефективного і повного уявлення об'єкта реклами; висока оперативність управління рекламною кампанією; можливість вимірювання ефекту від реклами; більш низька вартість контакту порівняно з іншими ЗМІ. До недоліків Інтернету відносяться: невисоке охоплення аудиторії, низький кредит довіри до інформації в мережі.

Сьогодні Україна потребує аналізу зарубіжного досвіду. Саме аналіз стадій і шляхів розвитку реклами, а не сліпе копіювання, дозволить зрозуміти, на якій стадії розвитку рекламної практики знаходиться Україна і як вона повинна розвиватися далі. Потрібно створити принципово новий закон "Про рекламу", який буде відповідати європейським стандартам, урахувавши особливості Інтернет-реклами. Без знання українських особливостей сприйняття реклами нашими громадянами важко досягти хороших результатів. Реклама в Україні дуже швидко стала необхідною частиною практично всіх сторін життя суспільства. На відміну від інших українських ринків, що знаходяться в стані депресії або скорочення, ринок реклами стрімко розвивається, тому і потребує додаткової стимуляції.

Наук. керівн. Рожко В. І.

Література: 1. Про телекомунікації : Закон України від 3.11.2003 р. // ВВР України. – 2003. – № 12. 2. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. – СПб. : Питер, 2007. – 208 с. 3. Реклама [Електронний ресурс]. – Режим доступу : wikipedia.org/wiki/Реклама. 4. Мамикін А. А. Стратегія і тактика маркетингу в Інтернет / А. А. Мамикін. – Маркетинг, 2012. – 234 с. 5. Маркетинг : навч. посібн. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова та ін. – Х. : ВД "Інжек", 2012. – 528 с.

УДК 330.101

Крутікова С. О.

Магістр 2 року навчання
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто поняття соціокультурного фактору в контексті впливу на економічний розвиток України, обґрунтовано особливості формування соціальної свідомості. Простежено тенденції розвитку соціокультурного становища нації як джерела економічного розвитку.

Аннотация. Рассмотрено понятие социокультурного фактора в контексте влияния на экономическое развитие Украины, обоснованы особенности формирования социального сознания. Отслежены тенденции развития социокультурного состояния нации как источника экономического развития.

Annotation. The article considers the concept of sociocultural factors in the context of the impact on the economic development of Ukraine, justifies the peculiarities of social consciousness. The trends in the development of sociocultural state of the nation as a source of economic development are tracked.

Ключові слова: соціокультурні фактори, економічний розвиток, соціальна свідомість, нація.

На тлі антикризових заходів, які вживає нині уряд України, одним із найважливіших завдань, поза будь-яким сумнівом, є активізація соціального потенціалу суспільства. Йдеться про під-



вищення економічної активності населення і кожного працівника зокрема, формування ринкового світогляду і стандартів поведінки суб'єктів господарювання, адекватних новим умовам економічного поступу, становлення ринкової системи, стимулювання економічної активності населення. Суттєвим моментом цього процесу є створення критичної маси професійних, інноваційно налаштованих кадрів, що розуміють природу нових економічних відносин та усвідомлюють необхідність глибоких змін у соціально-трудої сфері. Реалізація окресленого вузла проблем потребує здійснення активної політики у сфері зайнятості та ринку праці. Йдеться про необхідність застосування комплексу заходів, спрямованих на розвиток сфери застосування праці, стимулювання нових форм господарювання, що відкривають простір для індивідуальних форм трудової активності, організацію професійної підготовки та перепідготовки кадрів, стимулювання попиту на працю та підвищення її конкурентоспроможності.

Дану тему вивчали Воропай Т. С., який досліджував національну ідентичність, Бистрицький Є. К., Пролеєв С. В., Кобець Р. В., Зимовець Р. В., які розглядали ідею культури нації та наслідки її втілення.

Дослідження проблем активізації соціального потенціалу має під собою достатню методологічну базу. У працях О. Амоші, С. Бандура, В. Гейця, Д. Богині, В. Куценко, М. Долішнього, Е. Лібанової, О. Новікової, С. Злупка, В. Мікловди, М. Пітюлича, У. Садової, К. Семів, Л. Шаульської, Л. Шевчук, А. Чухна та багатьох інших вчених здійснено наукове переосмислення понять, сутності та ролі людини в постіндустріальному розвитку, сформовано теоретико-методологічні засади дослідження соціально-трудої відносин та механізмів їх регулювання. Разом із тим проблема активізації соціального потенціалу в умовах економічної кризи не отримала належного розвитку. Звідси впливає актуальність теми дослідження, його мета та завдання.

Соціокультурні фактори формують дуже великий спектр особливостей, які необхідно уважно вивчати і враховувати в соціально-економічній діяльності. Так, багато ринків, їх динаміка та перспективи істотно залежать від демографічних (вікової, статевої, національної структури населення, народжуваності, смертності) і соціально-економічних (рівня доходів, освіти) факторів. Дослідження економічних психологів підтвердили, що поведінка "економічної людини" не підпорядковується лише простим закономірностям максимізації вигоди, раціональних розрахунків і раціонального вибору. До структури економічної свідомості вони відносять: а) економічні емоції та почуття (задоволення від результатів і процесу праці, бажання визнання, пошестей, подолання небезпеки, відчуття азарту, ризику, альтруїстичні або егоїстичні наміри); б) перцептивну сферу економічної поведінки (дослідження сприйняття грошей, ставлення до речей, товарів, послуг, психології споживача, реклами, методи продажу); в) уявлення про те, як функціонує економіка, створюється суб'єктивний економічний образ; г) здатність окремої людини або соціальної групи відображати, осмислювати економічні явища, пізнавати їх сутність, засвоювати і співвідносити економічні поняття, категорії, теорії з вимогами економічних законів; д) вольові компоненти економічної свідомості (економічні норми, інтереси, вчинки тощо) [1, с. 162]. Економічна культура тісно пов'язана з економічною ментальністю, яка визначає мотиви і моделі поведінки людей. Т. Гайдай на прикладах економічної історії підкреслює такі визначальні елементи економічної ментальності української нації: індивідуалізм ("самоцентризм"), прагнення до економічної самостійності (незалежності), антиобщинність, антиавторитаризм, антиетатизм, прагнення до достатку, національну працьовитість, схильність до естетизації праці та побуту. Більшість цих елементів економічної ментальності української нації, на її думку, відповідають набору основних рис психології ринкового типу, і тому українська національна економічна ментальність більше тяжіє до європейської (східноєвропейської) ментальності [2, с. 14].

Велике значення у формуванні економічної культури мають моральні передумови власності. Вони закріплюються правовими нормами, але державні гарантії прав власності можуть виявитися недовірливими через недостатню правосвідомість і зумовлене нею зловживання власністю. Наприклад, важливий моральний аспект тепер в Україні мають проблеми, пов'язані із земельною власністю (договори про аренду, обмеження на землекористування, процедури отримання дозволу на будівництво тощо), бо в цих випадках потрібне не тільки законодавче регулювання й державний контроль, а здебільшого розуміння соціальних наслідків приватизаційних процесів. Необхідно, щоб ці процеси узгоджувалися з суб'єктивними уявленнями про права власників та користувачів. Демократична свідомість як передумова економічної та підприємницької етики передбачає реальні можливості для груп, що представляють ті або інші інтереси, брати участь у процесі ухвалення політичних рішень (самі ж ці групи повинні проявити відповідну готовність). При цьому має враховуватися комплексність різних рішень і їх наслідків.

Необхідність оновлення методології економічної науки зумовлюється тим, що сучасне господарство потребує більш глибокого та цілісного пізнання. З'являється потреба у більш широкому врахуванні соціокультурних факторів, які починають все більший впливати на розвиток економіки. Посилення впливу культурних і ментальних особливостей різних націй і народів на розвиток економіки викликано нестабільністю та ризикованістю суспільства, прагненням суб'єктів спиратися на стійкі етичні та моральні орієнтири, а також повною мірою використовувати національні конкурентні переваги задля протидії процесам культурної уніфікації. Отже, в результаті аналізу робіт, які досліджували вплив соціокультурних факторів на економіку, можна зробити висновок, що успішний економічний розвиток України можливий за умови вдосконалення національного інституційного середовища, забезпечення оптимальної взаємодії формальних і неформальних інститутів, посилення рівня довіри у господарській системі. У свою чергу, використання традиційних конкурентних пере-

ваг поряд із тими, що відповідають новій стадії конкуренції, заснованій на цінностях, дозволить Україні стати повноцінним членом світового співтовариства.

Наук. керівн. Філатов В. М.

Література: 1. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. Попередні зауваження / М. Вебер // Проблеми соціології. – 1992. – Вип. 1. – 201 с. 2. Гайдай Т. В. Інституційні аспекти теоретичної спадщини Київської політ економічної школи / Т. В. Гайдай // Вісник Київського університету. Серія: Економіка. – 2005. – Вип. 74. – С. 12–16. 3. Імамвердиев Н. А. Головні традиційні погляди на націю й націоналізм / Н. А. Імамвердиев // Перспективи. – 2000. – № 2. – С. 96–100. 4. Паніна Н. Українське суспільство 1996–2012: соціологічний моніторинг / Н. Паніна. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2006. – 94 с. 5. Social Capital: Reviewing the Concept and its Policy Implications // Productivity Commission Research Paper. – Canberra : AusInfo, 2012. – 89 р.

УДК [336.14:352](47754):364.35

Селезень Ю. Ю.

Магістр 2 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГІОНАЛЬНИХ ОРГАНІВ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

Анотація. Досліджено бюджетну політику регіональних органів Пенсійного фонду України за останні 4 роки на прикладі Головного управління Пенсійного фонду України в Харківській області. Виявлено основні проблеми діяльності Головного управління Пенсійного фонду України в Харківській області, серед яких основною є неефективне й нераціональне використання фінансових коштів. Автором запропоновано напрями вирішення основних проблем діяльності регіональних органів Пенсійного фонду України.

Аннотация. Исследована бюджетная политика региональных органов Пенсионного фонда Украины за последние 4 года на примере Главного управления Пенсионного фонда Украины в Харьковской области. Выявлены основные проблемы деятельности Главного управления Пенсионного фонда Украины в Харьковской области, среди которых основной является неэффективное и нерациональное использования финансовых средств. Автором предложены направления решения основных проблем деятельности региональных органов Пенсионного фонда Украины.

Annotation. The fiscal policy of regional organs of the Pension Fund of Ukraine was investigated based on the last 4-year activity of the Main administration of the Pension Fund of Ukraine in Kharkiv region. The basic problems of the activity of the Main administration of the Pension Fund of Ukraine in Kharkiv region, were elucidated among which the major one was ineffective and inefficient use of financial means. Solutions to the basic problems of the activity of regional organs of the Pension Fund of Ukraine were offered.

Ключові слова: Пенсійний фонд України, регіональні органи Пенсійного фонду України, бюджет, бюджетна політика, доходи, видатки, дефіцит бюджету Пенсійного фонду.

Пенсійне забезпечення в Україні є основною складовою державної системи соціального захисту населення. Відповідно, воно може вважатися досконалим лише тоді, коли національна пенсійна система є фінансово стабільною і захищеною від ризиків. Базовим фінансовим механізмом здійснення державного пенсійного забезпечення виступає Пенсійний фонд України (ПФУ).

Протягом останніх років актуальними є питання дефіциту бюджету ПФУ, зокрема порушення принципу економічної залежності видатків на споживання від отриманих доходів і валового внутрішнього продукту, дисбаланс розвитку пенсійної системи в рамках його дохідної і видаткової частин. Не менш важливою для України є демографічна проблема – старіння нації, що призводить до скорочення частки працюючого населення та, відповідно, зростання навантаження на ПФУ. За та-