

**Results.** *The economic categories «globalization», «competitiveness», «human capital» are dealt with in this article. Their characteristics and components are analyzed, dependencies between them are investigated. In general, the education impact on human capital is a prerequisite for competitive advantages gaining in the world markets. Education is the best investment in human capital, with the scientific and technological progress development, the people development question at the educational level, the new skills and knowledge that a person will apply in the future for his development is increasingly aroused. The statistical information analysis makes it possible to argue that a high education level is a fundamental basis for a high human capital competitiveness level. The tendency of the high country's economy competitiveness level to the human capital development level and the education quality in the country was also observed.*

*An objective education development necessity is found in the conditions of globalizations. The current education state in Ukraine and other countries of the world is estimated. The country is assessed on the human development index (development of human capital), the reasons for the country's low position in the world rating have been determined. The relationship between the human capital development and the education level has been established. There was established the education place and human capital as the prerequisites for the effective economy competitiveness development. The objective of the article is considered to be accomplished.*

**Key words:** *competitiveness, human capital, education, globalization.*

**Надійшла до редакції 26.05.2018**

УДК 330.1

**Скубіліна А. В.,  
аспірант**

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: skubilina@donnuet.edu.ua

### **КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ**

UDC 330.1

**Skubilina A. V.,  
Post-Graduate Student**

Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: skubilina@donnuet.edu.ua

### **CONSUMPTION CULTURE AS UKRAINE HUMAN CAPITAL FORMATION FACTOR**

**Мета.** Дослідження взаємозв'язку між культурою споживання населення та процесом формування людського капіталу країни, шляхом аналізу індексу людського капіталу із структурою витрат домогосподарств.

**Методи.** Під час дослідження були використані загальнонаукові методи аналізу, синтезу, індукції та дедукції в процесі визначення сутності поняття культура споживання та при дослідженні взаємозв'язку структури витрат домогосподарств країн ЄС та країн колишнього СРСР із розмірами індексів людського капіталу. При побудові графіків було використано графічний метод.

© А. В. Скубіліна, 2018

**Результати.** В країнах з високим індексом людського капіталу значно вищі частки витрат на житло, воду, електроенергію, ресторани, відпочинок та культуру і значно менші частки витрат на одяг, взуття, продукти харчування, алкогольні напої і тютюн, що вказує на високий рівень життя населення. Необхідно відмітити, що ключовим фактором у формуванні людського капіталу є інвестиції в культуру та відпочинок. Витрати на здоров'я та освіту в країнах високим індексом людського капіталу, значно нижчі аніж в країнах з нижчими показниками індексу, що пояснюється культом здорового способу життя та безкоштовною освітою для населення. А для країн з середніми показниками людського капіталу притаманна висока частка витрат на продукти харчування та порівняно вищі частки витрат на освіту і алкогольні напої та тютюнові вироби. В Україні основною статтею витрат домогосподарств є витрати на продукти харчування, безалкогольні напої, одяг та взуття, тобто задовольняються базові потреби, основною причиною чого є низький рівень життя населення, що виступає перешкодою у формуванні культури споживання, яка притаманна країнам з найвищими індексами людського капіталу.

**Ключові слова:** культура, споживання, структура витрат домогосподарств, людський капітал, індекс людського капіталу.

**Постановка проблеми.** Економічна, соціальна та політична кризи, які останніми роками охопили українську економіку, негативно впливають на процес становлення культури споживання як фактора формування людського капіталу. Суттєве зниження доходів населення чинить негативний вплив на купівельну спроможність населення та стає перешкодою для інвестицій в його розвиток. Вирішенню даної проблеми сприятиме чітке розуміння культури споживання населення у країнах з високим індексом людського капіталу, що дасть змогу екстраполювати культуру споживання розвинутих країн в українські реалії.

Об'єктом статті є явище культури споживання в Україні та розвинутих країн світу. Предмет статті — культура споживання в Україні як детермінанта формування людського капіталу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Пошуку шляхів ефективного формування, використання та розвитку людського капіталу присвятили наукові праці такі вчені, як В. Антонюк, Н. Голікова, Д. Насипайко, С. Позднякова та інші. Враховуючи велику наукову значущість наукових здобутків вищеназваних вчених, слід зазначити що більшість наукових праць присвячені окремо проблемам відтворення людського капіталу без взаємозв'язку із культурою споживання, тому існує наукова прогалина в дослідженні впливу культури споживання на процес формування людського капіталу, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження впливу культури споживання населення на формування людського капіталу країни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Культура — результат цілеспрямованої праці [1]; автономна система цінностей відповідно до типу соціальної організації [2]; обробка і догляд, розумова й моральна освіта [3]. Таким чином, культура являє собою результати людської праці, що визначені типом соціальної організації. Культура відображає рівень розвитку суспільства, що охоплює знання, цінності, норми, віросповідання, мистецтво, мораль, звичаї й будь-які інші навички та звички, набуті членами суспільства. Споживання характеризує задоволення людиною своїх потреб. Відповідно культура споживання характеризує певний стиль використання результатів діяльності людини у сфері споживання, що обумовлено рівнем розвитку суспільства.

Вивчення поведінки споживачів передбачає аналіз впливу на неї факторів зовнішнього середовища: культури, соціального становища, приналежності до певної референтної групи. Серед перерахованих вище факторів культура здійснює найпомітніший вплив на судження та поведінку споживача. Культурне середовище впливає на характер споживання, що в свою чергу обумовлює умови формування та розвитку людського капіталу. Різним країнам притаманні свої специфічні особливості у споживанні, які обумовлені певними звичаями та правилами.

Культурне середовище споживача напряму залежить від належності до певного соціального класу. Приналежність людини до певного соціального класу обумовлюється рівнем її доходів, які в свою чергу формують індивідуальний капітал людини. Згідно класифікації Ф. Котлера суспільство, залежно від рівня доходів, ділиться на вищий, середній та нижчий шари вищого класу; середній та робітничий класи; вищий і нижчий шари нижчого класу [4, с. 236–248]. Тобто, залежно від приналежності до певного соціального класу індивід має різні можливості щодо формування власного людського капіталу.

У формуванні культури споживання велику роль відіграють референтні групи. До референтних груп відносять людей, які чинять вплив на поведінку певного індивіда (до них відносять сім'ю, друзів, колег по роботі). Референтні групи впливають на цінності і поведінку своїх членів, очікуючи від останніх слідування певним правилам та нормам [5, с. 120].

Формування людського капіталу забезпечується шляхом інвестицій, до них слід відносити витрати на житло та його облаштування, продукти харчування, одяг, взуття, медичне обслуговування, освіту та культуру. Таким чином, вищенаведені витрати не тільки забезпечують сприятливі умови для нормальної життєдіяльності людини, а й сприяють розвитку людського капіталу в майбутньому.

Для визначення впливу культури споживання на формування та розвиток людського капіталу, доцільно проаналізувати структуру споживчих витрат домогосподарств у взаємозв'язку з розміром індексу людського капіталу країн ЄС та країн, що входили до складу минулого СРСР.

Скандинавські країни (Фінляндія, Швеція, Данія), що мають найвищі значення індексів людського капіталу (рис. 1), в порівнянні з країнами вибірки у структурі витрат домогосподарств мають (рис. 2): найменші частки витрат на продукти харчування (11,3–12,5 %), що є причиною збільшення частки витрат на ресторани та готелі (6,1–6,3 %), найменші частки витрат на алкоголь та тютюнові вироби (3,6–4,5 %). Найбільші частки займають витрати на житло, воду, електроенергію, газ та паливо (26–29,7 %).

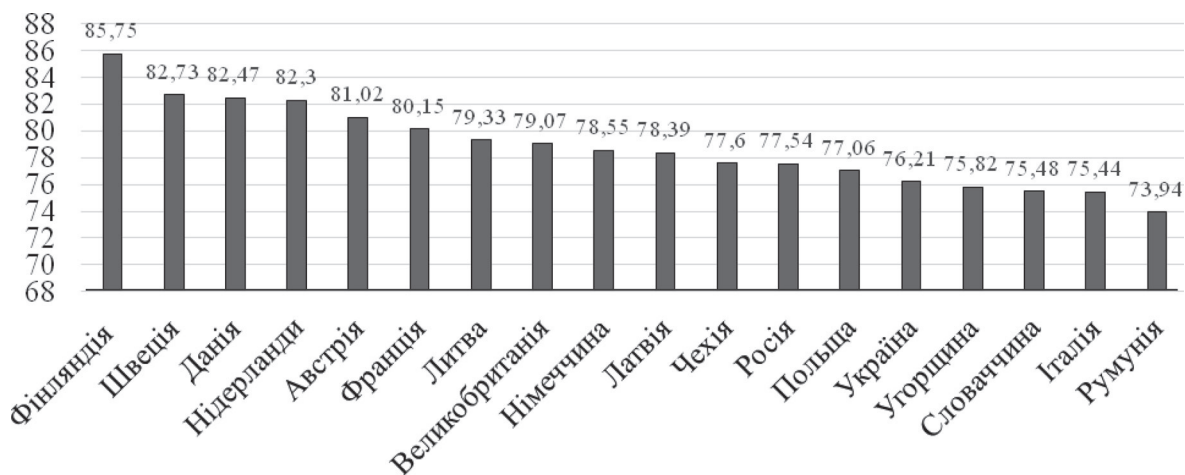


Рисунок 1 — Індекс людського капіталу, 2015 р. (складено авторами згідно [6])

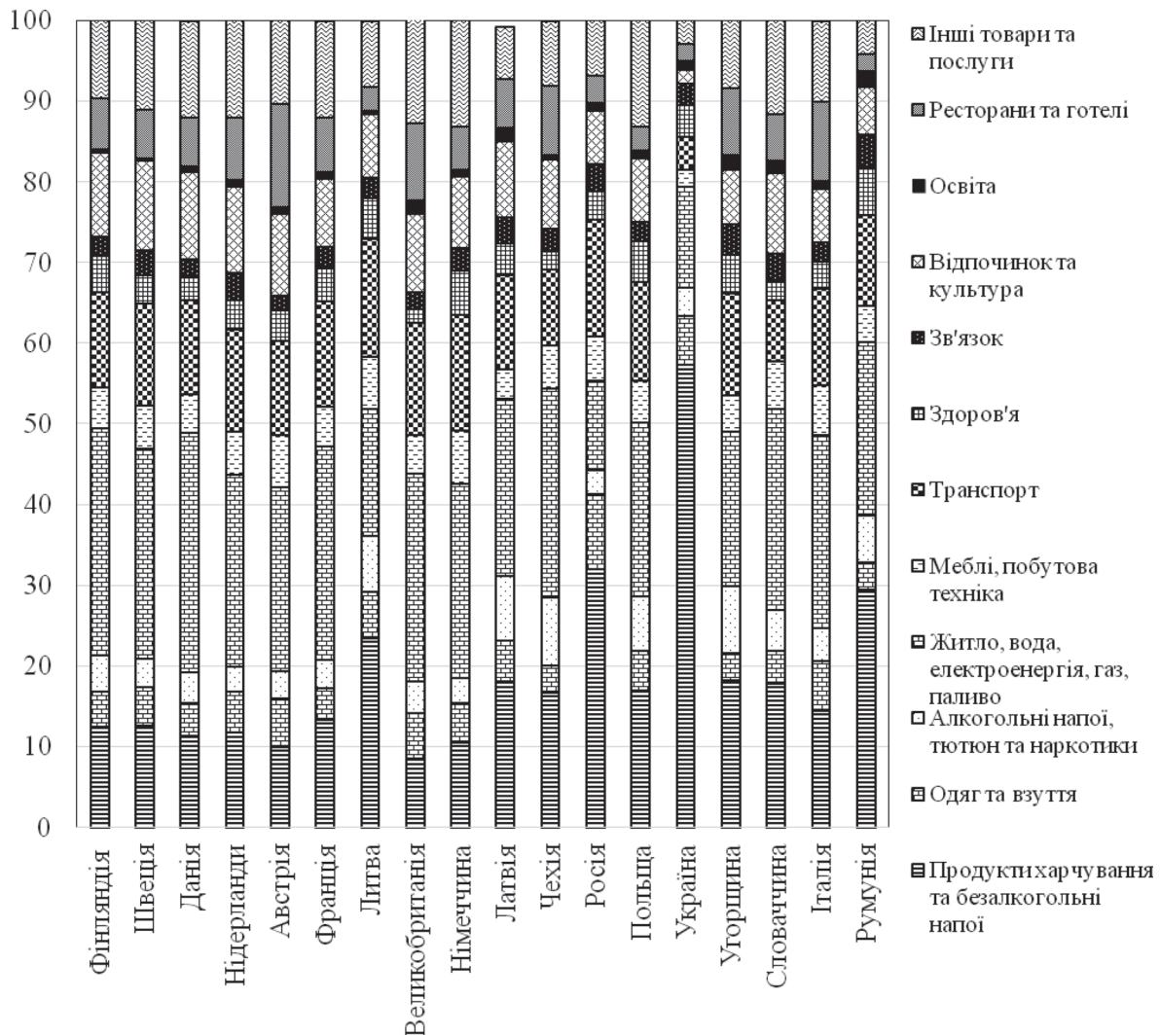


Рисунок 2 — Структура споживчих витрат країн за 2015 рік, %  
(складено авторами згідно [1])

Витрати на здоров'я не перевищують середні значення по вибірці (2,9–4,6 %). Сегменти відпочинку та культури є найбільшими серед аналізованих країн (10,5–11 %), проте частки витрат на освіту — найменшими (0,3–0,8 %).

Країни, що входять до «Великої сімки» (Великобританія, Німеччина, Франція), окрім Італії, мають високі показники людського капіталу, проте дещо нижчі від країн Скандинавії, відповідно і структура витрат має неістотні відмінності з цими країнами, окрім найвищих часток витрат на транспорт (13,1–14,4 %), ресторани і готелі (11,9–13,2 %) та дещо нижчими частками витрат на відпочинок (7,8 %).

Країни що раніше входили до складу колишнього СРСР (Росія, Україна, Латвія, Литва) мають дещо нижчі індекси людського капіталу ніж країни «Великої сімки», проте вищі ніж в Угорщині, Словаччині та Румунії. Однак структура витрат домогосподарств між цими країнами значно різниться. Так, в порівнянні країнами вибірки, структура витрат країн Литви та Латвії характеризується: вищими частками у сегменті харчування (18–23,4 %), високими частками витрат на алкоголь та тютюнові вироби (6,8–8%), середніми значеннями часток на житло та електроенергію (15,8–22 %), високими частками витрат на транспорт (11,7–14,6 %). Проте частка витрат на здоров'я (3,9 %) в Латвії значно менша ніж в Литві (5 %), а частки витрат на освіту (1,7 %) та відпочинок (9,3 %) в Литві, навпаки, вищі ніж в Латвії (0,5 % і 7,8 % відповідно). В



Україні та Росії сегмент продуктів харчування займає суттєво великі частки у структурі витрат, які складають 57,2 % і 32 % відповідно, що свідчить про низький рівень життя населення в цих країнах. Витрати на транспорт в Росії є найвищими серед країн 14,4 %, а в Україні найнижчими — 4 %. Частки витрат на одяг та взуття цих двох країн також є найвищими серед вибірки (6,1–9,2 %), частки витрат на освіту є високими (0,9–1,2 %), а частки витрат на житло (11,1–12,6 %), відпочинок (1,7–6,7 %), ресторани (2,1 %–3,5 %) та алкогольні і тютюнові вироби (3–3,5 %) є найнижчими серед вибірки.

Таким чином, в країнах з високим індексом людського капіталу (Фінляндія, Швеція, Данія), в порівнянні з іншими країнами вибірки, значно вищі частки витрат на житло, воду, електроенергію, ресторани, відпочинок та культуру і значно менші частки витрат на одяг, взуття, продукти харчування, алкогольні напої і тютюн, що вказує на високій рівень життя населення, оскільки населення здатне повністю задовольнити базові потреби та витрачає більше коштів на сфери культури та відпочинку. Витрати ж на здоров'я та освіту в країнах високим індексом людського капіталу, значно нижчі ніж в країнах з нижчими показниками індексу, що пояснюється культом здорового способу життя та безкоштовною освітою для населення. А для країн з середніми показниками людського капіталу притаманна висока частка витрат на продукти харчування та порівняно вищі частки витрат на освіту, алкогольні напої та тютюнові вироби. Для більшості країн ЄС майже не простежується тенденція залежності розмірів показника людського капіталу із витратами у сегментах одягу та взуття, меблів та побутової техніки, ресторанів та готелів.

**Висновки.** Отже, соціально-економічна та політичні кризи гальмують процес становлення культури споживання в Україні, оскільки в основному витрати населення йдуть на задоволення базових потреб, і як наслідок зменшуються інвестиції у формування та розвиток людського капіталу країни. Основною причиною даного явища є низькі розміри доходів населення, безробіття та трудова еміграція. Тому, першочерговим завданням уряду є проведення реформ щодо підвищення рівня життя населення, що стане базисом формування культури споживання, яка притаманна країнам з високим рівнем розвитку.

### Список літератури / References

1. Тайлор, Э. Б. Первобытная культура. — Москва : Политиздат, 1989. — 573 с.  
Tylor, E. B. (1989). *Pervobytnaja kultura* [Primitive culture]. Moscow, Politizdat Publ., 573 p.
2. Машовець, М. Цитадель духовності нації (роздуми про культуру) / Микола Машовець // Освіта Регіону. — 2012. — № 3. — С. 100.  
Mashovets, M. (2012). *Tsytaedel dukhovnosti natsii (rozдумы pro kulturu)* [The Citadel of the Spirituality of the Nation (Thoughts about Culture)]. *Osvita Rehionu* [Region Education], vol. 3, pp.100.
3. Даль, В. Толковый словарь великорусского языка. / В. Даль. — М. : Рус. яз., 1989. — 694 с.  
Dal, V. (1989). *Tolkovyi slovar' velikorussskogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Great Russian language]. Moscow, Russkiy Yazyk Publ., 694 p.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. 2-е европ. изд. — М.: Вильямс, 2001. — 944 с.  
Kotler, F. (2001). *Osnovyi marketinga* [The basics of marketing]. Moscow, Williams Publ., 944 p.
5. Коваль Л. А. Основні аспекти поведінки споживачів і чинників, що зумовлюють вибір певного типу споживачької поведінки / Л. А. Коваль, С. А. Романчук // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. — 2010. — Вип. 18 (2). — С. 117–122.

Koval, L. A. (2010). *Osnovni aspekty povedinky spozhyvachiv i chynnykiv, shcho zumovliuiut vybir pevnoho typu spozhyvatskoi povedinky* [The main aspects of consumer behavior and factors that determine the choice of a particular type of consumer behavior]. *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu* [Scientific works of Kirovohrad National Technical University], vol. 18 (2), pp.117–122.

6. The World Economic Forum. Human Capital Report 2015 (2015). Available at : <http://reports.weforum.org/human-capital-report-2015/#read>.

7. Економічний дискусійний клуб. Аналітика [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://edclub.com.ua/analityka/struktura-spozhyvchyh-vytrat-u-domogospodarstvah-ukrayiny-ta-inshyh-krayin-shozhist-ta>.

Economic Discussion Club. Analytics (2015). Available at : <http://edclub.com.ua/analityka/struktura-spozhyvchyh-vytrat-u-domogospodarstvah-ukrayiny-ta-inshyh-krayin-shozhist-ta>.

**Цель.** Исследование взаимосвязи между культурой потребления населения и процессом формирования человеческого капитала страны, путем анализа индекса человеческого капитала со структурой расходов домохозяйств.

**Методы.** В ходе исследования были использованы общенаучные методы анализа, синтеза, индукции и дедукции в процессе определения сущности понятия культура потребления и при исследовании взаимосвязи структуры расходов домохозяйств стран ЕС и стран бывшего СССР с размерами индексов человеческого капитала. При построении графиков был использован графический метод.

**Результаты.** В странах с высоким индексом человеческого капитала значительно выше доли расходов на жилье, воду, электроэнергию, рестораны, отдых и культуру и значительно меньше доли расходов на одежду, обувь, продукты питания, алкогольные напитки и табак, что указывает на высокий уровень жизни населения. Необходимо отметить, что ключевым фактором в формировании человеческого капитала являются инвестиции в культуру и отдых. Расходы на здоровье и образование в странах высоким индексом человеческого капитала, значительно ниже чем в странах с низкими показателями индекса, что объясняется культом здорового образа жизни и бесплатным образованием для населения. А для стран со средними показателями человеческого капитала присуща высокая доля расходов на продукты питания и сравнительно высокие доли расходов на образование и алкогольные напитки и табачные изделия. В Украине основной статьёй расходов домохозяйств являются расходы на продукты питания, безалкогольные напитки, одежду и обувь, то есть удовлетворяются базовые потребности, основной причиной чего является низкий уровень жизни населения, что выступает препятствием к формированию культуры потребления, которая присуща странам с высокими индексами человеческого капитала.

**Ключевые слова:** культура, потребления, структура расходов домохозяйств, человеческий капитал, индекс человеческого капитала.

**Objective.** Study of the relationship between the culture of consumption of the population and the process of formation of human capital of the country by analyzing the human capital index with the structure of household expenditures.

**Methods.** During the research, general scientific methods of analysis, synthesis, induction and deduction are used in the process of determining the essence of the concept of consumption culture and in the study of relationship between the expenditure structure of households in the EU and the countries of the former USSR with the size of human capital indices. Graphic method is used while graphs constructing.

**Results.** In countries with a high human capital index, spendings on housing, water, electricity, restaurants, recreation and culture much higher, and share of spending on clothing, footwear, food, alcohol and tobacco is much lower, which indicates a high standard of living for the population. It should be noted that investing in culture and recreation is a key factor in the formation of human capital. Health and education expenditures in countries with a high human capital index are significantly lower than in countries with lower indexes, which is explained by the cult of healthy lifestyles and free education for the population. And for countries with averages of human capital, there is a high share of food expenditure and a relatively higher share of education expenditure and alcohol and tobacco products. In Ukraine, the main item of household expenditure is food, soft drinks, clothing and footwear, that is, basic needs are met, the main reason for which is the low standards of living of the population, which is an obstacle to the formation of a consumption culture, which is typical of the countries with the highest indices of human capital.

**Key words:** culture, consumption, household expenditure structure, human capital, human capital index.

*Надійшла до редакції 04.05.2018*

УДК 331.5.024.5

**Якимова Н. С.,**  
канд. екон. наук

Донецький національний університет імені Василя Стуса,  
м. Вінниця, Україна,  
e-mail: n.yakimova@donnu.edu.ua

**Шаульська Л. В.,**  
д-р екон. наук,  
професор

l.shaulska@donnu.edu.ua

**НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОДІ  
В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ  
ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ**

UDC 331.5.024.5

**Yakymova N. S.,**  
PhD in Economic  
sciences

Vasyl' Stus Donetsk National University,  
Vinnitsa, Ukraine,  
e-mail: n.yakimova@donnu.edu.ua

**Shaulska L. V.,**  
Grand PhD in Economic  
sciences,  
Professor

l.shaulska@donnu.edu.ua

**DIRECTIONS OF IMPROVING YOUTH COMPETITIVENESS  
IN THE CONTEXT OF PROVIDING THE EFFICIENCY  
OF THE STATE SOCIAL POLICY**

**Мета.** Мета статті полягає у визначенні пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності молоді в контексті забезпечення ефективності державної соціальної політики.

**Методи.** У процесі дослідження використано методи аналізу, синтезу, абстрагування та логічного узагальнення — для розробки напрямів підвищення конкуренто-

© Н. С. Якимова, Л. В. Шаульська, 2018