

Соблюдение всех этих этапов в планировании рекламной деятельности позволит создать эффективный рекламный проект и реализовать коммуникационные и экономические цели организации.

Литература

1. *Гольман И. А.* Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности. М. Гелла-Принт, 1996. 415 с.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. СПб.: Вильямс, 2000. 943 с.
3. *Катернюк А. В.* Современные рекламные технологии: коммерческая реклама. Ростов-на Дону: Феликс, 2001. 320 с.
4. *Ляпина Т. В.* Политическая реклама. Киев. А. С. К. 2000. 220 с.
5. *Панкратов Ф. Г., Баженов, Шахурин В. Г.* Рекламная деятельность. М. Информационно-внедренческий центр «Маркетинг». 1999. 364 с.
6. *Уэлс У., Берент Дж, Мориарти С.* Реклама: принципы и практика. СПб «Питер» 1999. 736 с.
7. *Хромов Л. Н.* Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. Петрозаводск: АО «Фолиум».

ФАКТОРЫ, ДЕТЕРМИНИРУЮЩИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ИНДИВИДОВ

Е. М. Подвалкова

Экономическое поведение в самом общем виде – это «поведение, связанное с перебором экономических альтернатив с целью рационального выбора, т. е. выбора, в котором минимизируются издержки и максимизируется чистая выгода» [3, с. 208]. Экономическое поведение можно определить как ряд целенаправленных действий человека, ориентированных в своей совокупности на реализацию определенной модели хозяйственной активности.

Существуют различные типы экономического поведения. По результатам социологического мониторинга «Общественное мнение 2001–2002», проводимого Институтом социологии и социальных технологий НАН РБ была произведена эмпирическая типологизация экономического поведения. В социологическом исследовании, проведенном в апреле 2001 г., выборочная совокупность составила 2433 человека, в сентябре 2002 г. – 2110 человек. Предельная ошибка выборки по оценочным показателям, гарантированная с 95-процентной вероятностью, в исследовании составила $\pm 2\%$. С учетом данной погрешности выводы исследований можно экстраполировать на генеральную совокупность, т. е. население республики.

Остановимся на двух наиболее масштабных факторах, детерминирующих экономическое поведение индивидов – экономическом интересе

как факторе субъективном, с одной стороны, и социально-экономической политике как факторе объективном, с другой, и их взаимосвязи.

В Концепции стратегии социально-экономического развития Республики Беларусь (Минск, 2002) планируется «создать условия для реализации потенциала каждого человека и развития его личности» (с. 13). Очевидно, что эти условия должны включать на макроуровне – стабильную **социально-экономическую политику** государства, на микроуровне – материальную обеспеченность домохозяйств как основных ячеек общества, с тем, чтобы удовлетворенный **экономический интерес** побуждал людей к самореализации в профессиональном типе экономического поведения.

В экономической социологии понятие экономического интереса используется для обозначения «поведения людей в хозяйственной сфере, связанного с оценкой и выбором благ, потенциальную или реальную ценность которых человек может определить для себя в экономической системе координат (например, в денежном выражении)» [3, с.196]. В основе экономического интереса лежит неудовлетворенная потребность. Например, потребность в самореализации или каких-либо материальных благах, повышении социального статуса. Эти потребности могут выступать стимулами для активизации экономического поведения индивида. Способ достижения цели (удовлетворения потребностей) индивид выбирает самостоятельно, в соответствии со своими социально-психологическими особенностями и установками, взвешивая свои объективные возможности на рынке труда, принимая во внимание стереотипные модели. К способам относятся: повышение профессиональной квалификации (переход на другую работу, переобучение, и т. д.), занятие предпринимательской деятельностью, вторичная занятость (подработка), поиск других источников дохода, и т. д. Способом может быть и бездействие в ожидании лучших времен, однако этот способ практически не приносит удовлетворения и не ведет к улучшению положения.

Наряду с факторами, формирующими экономическое поведение – экономическими интересами, социальными стереотипами, психоэмоциональной настроенности и самоидентификации индивида, нельзя не учитывать еще и объективно складывающуюся социально-экономическую ситуацию в стране. Неуверенность/уверенность в завтрашнем дне, негативная/позитивная оценка экономической ситуации в Республике, неодобрение/одобрение изменений, происходящих в обществе последнее время, оказывают влияние на выбор экономического поведения субъектов и на их решимость в активизации своего экономического поведения.

Например, «социальные последствия недостаточно эффективного решения основных проблем безработицы выражаются, прежде всего, в ухудшении качества и падении уровня жизни безработных, потере уверенности в своих силах и возможностях и соответственно – снижение уровня притязаний. Основная масса (2/3) респондентов воспринимают безработицу как воплощение материальных трудностей, 1/3 – как психологический дискомфорт и лишь 1/5 – как потерю квалификации. Подавляющее большинство безработных испытывают в настоящее время трудности в большой и средней мере; при этом, большинство из них реализуют активную линию поведения, пытаясь повысить свой доход всеми возможными способами, 1/3 – адаптивную линию поведения, снижая уровень своих потребностей, 1/5 – ничего не предпринимают» [2, с.48].

Степень удовлетворенности экономического интереса вызывает ряд оценок и реакций индивида. В этом и проявляется взаимосвязь двух заявленных факторов. Приведем пример: на фоне ухудшения ситуации в стране и *неудовлетворенного экономического интереса* респондентов, при не очень обнадеживающих прогнозных оценках развития ситуации населением, обнаруживается сомнение людей по отношению к *социально-экономической политике*. Социальные последствия проводимых изменений могут выразиться в снижении доверия и оценки эффективности деятельности государственных органов управления, в изменении отношения граждан к социальной политике. Как показывают данные мониторинга, если при введении программы коммерциализации сферы услуг число приверженцев свободной рыночной экономики осталось примерно постоянным за 2001–2002 год, то число считающих эффективным тип смешанной экономики (рыночной с элементами государственного регулирования) снизилось с половины населения до 32 %, а централизованной плановой экономики вдвое – с 16 % до 8,7 %.

Вследствие разбалансированной низкой заработной платы по основному месту работы и снижения уровня доходов населения, обозначилась острая необходимость среди многих работников увеличить доход своей семьи путем дополнительных источников и подработок. Это еще одна вынужденная реакция на состояние дел в экономике и следствие неэффективности социально-экономической политики. По критерию наличия/отсутствия подработок можно выделить следующие типы экономического поведения: *активный тип*, к нему относятся те, кто имеют дополнительный заработок, пытаются повысить свой заработок всеми возможными способами; *пассивный тип*, так можно назвать тех, кто не имеют дополнительного заработка но испытывают в нем необходимость;

адаптивный тип, это те, кто не испытывает необходимости в дополнительном заработке. [1, с. 16].

Такой способ добывания денег как подработка является *вынужденно активным* типом экономического поведения, в котором, в свою очередь, можно выделить: *профессионально-активный тип* имеющих совместительство по основному месту работы или на другом предприятии, который составляет 10 % населения и в его рядах находятся служащие и специалисты; и *непрофессионально-активный тип*, составляющий 20 % населения, состоящий из тех, кто имеет нерегулярные заработки, эпизодического характера, выполняет одноразовые работы, имеет дополнительные доходы от индивидуальной деятельности (репетиторство, ремонт, шитье, приусадебный участок, и т. д.).

Литература

1. Соколова Г. Н. Социальные последствия экономического реформирования в Республике Беларусь: Отчет о НИР / Институт социологии НАН Беларуси. Мн., 2003.
2. Соколова Г. Н. Социальные проблемы безработицы и возможности их решения государственной службой занятости // Социология № 3, 2003.
3. Соколова Г. Н. Экономическая социология. Учебник. Издание 2-ое, перераб. и доп. Мн., 2000.

ЖИЗНЕННЫЙ МИР В КОНЦЕПЦИИ А. ШЮЦА

С. В. Половинкина

Господствующий долгое время функциональный подход в 50–60-е гг. 20 в. стал терять свой вес. Структурный функционализм критиковался за овеществление социальной системы, пренебрежение изучением творческой, сознательной деятельности человека. Одной из попыток преодолеть отчуждение от человека с его главными смысложизненными проблемами стала феноменологическая социология во главе с ее основателем австро-американским философом и социологом Альфредом Шюцем.

Шюц еще с университетских лет находился под влиянием теории Вебера и в своей первой крупной работе «Феноменология социального мира» (1932) выдвинул собственную концепцию понимающей социологии, пытаясь соединить теорию социального действия М. Вебера с феноменологическим методом Э. Гуссерля и решить применительно к сфере социального знания поставленную Гуссерлем задачу — восстановить связь абстрактных научных понятий с «жизненным миром», миром повседневности, непосредственности знания и деятельности.

Как и многие европейские интеллектуалы, Шюц глубоко воспринял «философию жизни» в той ее версии, которую разрабатывал А. Бергсон.