

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ**

# **НАУКОВИЙ ВІСНИК**

**№ 19 (97)**

**Одеса — 2009**

**Науковий вісник • Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. — Науки: економіка, політологія, історія. — 2009. — № 19 (97). — 242 с. — Мови укр., рос.**

### *Редакційна колегія*

Соколов В. М. (головний редактор), д-р істор. наук, проф.;  
Рябіка В. Л. (зам. головн. ред.), канд. політ. наук; Делієва Я. Г. (відпов. секретар).

**I. Економічні науки:** Зверяков М. І., д-р економ. наук, проф.;  
Левицький М. А., д-р економ. наук, проф.; Матвеев С. О., д-р економ. наук, проф.; Осипов В. І., д-р економ. наук, проф.; Уперенко М. О., д-р економ. наук, проф.; Харічков С. К., д-р економ. наук, проф.

**II. Політичні науки:** Балабаєва З. В., д-р філософ. наук, проф.;  
Василенко С. Д., д-р політ. наук, проф.; Кармазіна М. С., д-р політ. наук, проф.; Коваль І. М., д-р політ. наук, проф.; Пахарев А. М., д-р політ. наук, проф.; Пойченко А. М., д-р політ. наук, проф.

**III. Історичні науки:** Демін О. Б., д-р істор. наук, проф.;  
Назарова Н. С., канд. істор. наук, проф.; Соколов В. М., д-р істор. наук, проф.; Солдатенко В. Ф., д-р істор. наук, проф., член-кор. НАН України;  
Стьопін А. О., д-р істор. наук, проф.; Хмарський В. М., д-р істор. наук, проф.

Редакційна колегія затверджена Вченою радою Одеського державного економічного університету 22 квітня 2008 року, прот. № 6.

Редакційна колегія затверджена Експертною Радою (Всеукраїнська асоціація молодих науковців) 4 квітня 2008 р., протокол № 2.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації — серія ОД, № 881 від 12 вересня 2003 року.

Збірник “Науковий вісник” зареєстрований президією ВАК України від 30 червня 2004 р. № 3-05/7 як наукове видання з економічних, історичних наук; зареєстрований президією ВАК України від 8 червня 2005 р. № 2-05/5 як наукове видання з політичних наук.

Затверджено Вченою радою Одеського державного економічного університету 27 жовтня 2009 р., прот. № 2.

**Адреса редакційної колегії:** Україна, 65082, м. Одеса,  
вул. Преображенська, 8,  
ОДЕУ  
тел. в Одесі: (8-0482) 35-68-92

© Одеський державний економічний університет

УДК 339.138:330.123.6

*О. Б. Звягінцева*

## **НЕОБХІДНІСТЬ ДИФЕРЕНЦІЙОВАНОГО ПІДХОДУ ДО МАРКЕТИНГОВОГО ОБ'ЄКТУ НА ПРИКЛАДІ ПОСЛУГ**

Маркетингові дії при виробництві та продажі послуг повинні бути диференційовані, вони мають особливості, облік яких необхідний для одержання їхньої ефективності. Г. Беквіт у своїй роботі “Продаючи незриме” говорить, що маркетинг послуг відмінний від маркетингу товарів: “Послуга — це не товар, усього лише обіцянка того, що хтось виконає певну роботу” [1, с. 2].

Маркетинг послуг більш складний, чим маркетинг будь-яких товарів, тому що споживач послуг невпевнений у якості та результатах того, що не може перевірити до придбання. Маркетинг послуг згідно Беквіту повинен починатися з ясного подання про страхи споживача. Він виділяє наступні особливості потенційних споживачів і користувачів послуги, які необхідно враховувати в маркетинговій діяльності: їхній страх, недостача часу, найчастіше нелогічні шляхи, якими вони приходять до ухвалення рішення. Підприємство послуг — це теж, у першу чергу, люди, що виконують різні операції. Розходження в типових операціях залежать, у більшій мері, від розходжень між цими людьми. Тобто процес виробництва та реалізації послуг — це особистісні взаємини та взаємодії, який має проблеми та переваги в порівнянні з більше технологічним маркетингом товарів. Тому головним завданням маркетингу послуг виступає постійна підтримка на належному рівні даних людських відносин між продавцем і споживачами послуг від залучення покупця до невідчутної їм послуги до втримання споживача, що цією послугою скористався, постійно нагадуючи та завдячуючи.

Беквіт виділяє особливість конкуренції на ринку послуг, що полягає в тому, що головними конкурентами виробника та продавця послуг виступає потенційний покупець: “у потенційного споживача є три можливості для вибору: скористатися вашими послугами, зробити це самому або взагалі нічого не робити”. “Всупереч всім моделям маркетингу, наш ринок — не справжній конкурент-

ний ринок. За невеликим винятком, компанії не борються за те, щоб поділити цей ринок. Вони борються за те, щоб створити його, щоб переконати клієнта захотіти використовувати їхню послугу — замість того, щоб нічого не робити, або зробити те, що йому потрібно, самотужки”. Стратегічні дії, спрямовані на боротьбу з конкурентами, у маркетингу послуг можуть завдати шкоди конкретному продавцеві цих послуг, тому що вони ставлять під сумнів компетентність будь-якого продавця послуг. Це підсилює сумнів покупців відносно потреби йому цих послуг взагалі або в необхідності залучення стороннього виробника послуг [1, с. 15].

По визначенню К. Лавлока існує два підходи до визначення послуги: дія або процес, пропонує однією стороною інший, які носять невлотимий характер і не приводять до одержання права власності на що-небудь, незважаючи на можливе використання в ході цієї дії або процесу матеріальних товарів; а також вид економічної діяльності, що формує цінність і забезпечує обумовлені переваги для клієнтів у конкретному місці та конкретний час, у результаті дій, спрямованих на користувача послуги або його власність [4, с. 7].

При розробці маркетингової товарної політики в маркетингу послуг необхідно також знати класифікації послуг і особливості кожної групи. К. Лавлок говорить, що класифікаційні групи послуг дублюють відомі групи товарів і включають додаткові, характерні тільки для послуг:

1. Залежно від частоти споживання послуги та розміру моральних споживчих витрат на її відбір (послуги повсякденного попиту; попереднього вибору; особливого попиту).
2. Залежно від часу користування (послуги відносно короткочасного користування; послуги відносно довгострокового користування (одержання вигід від послуги).
3. Залежно від призначення (споживчі послуги; послуги промислового призначення).
4. Залежно від значення для клієнта (основні послуги; додаткові послуги).
5. По галузях (транспортні; медичні; освітні; фінансові; маркетингові послуги тощо).
6. Залежно від ступеня відчутності процесу обслуговування (процес обслуговування пов'язаний з використанням мате-

ріальних предметів; процес обслуговування не пов'язаний з використанням матеріальних предметів).

7. Залежно від об'єкта обслуговування (послуги, спрямовані безпосередньо на споживача; послуги з низьким ступенем присутності об'єкта в процесі виробництва).
8. Залежно від місця та часу надання послуги (послуги, що надаються на підприємстві послуг; послуги, що надаються поза підприємством послуг; послуги, що надаються через фізичні канали збуту; послуги, що надаються через електронні канали збуту).
9. Залежно від рівня індивідуалізації та стандартизації послуг (послуги з високим ступенем індивідуалізації; послуги з високим ступенем стандартизації; послуги, при продажі яких ступінь індивідуалізації та стандартизації відносно рівного розміру).
10. Залежно від характеру взаємин зі споживачами послуг (послуги, що припускають безпосередню взаємодію із клієнтом; послуги, що припускають опосередковану взаємодію із клієнтом).
11. Залежно від ступеня відповідності попиту та пропозиції (послуги зі стабільним попитом; послуги з коливним попитом).
12. Залежно від участі матеріальних ресурсів у процесі надання послуги (послуги, продаж яких здійснюється та стимулюється більшим числом матеріальних атрибутів; послуги, що не вимагають великого спектра матеріальних ресурсів).

Крім цього, К. Лавлок виділяє чотири основні категорії послуг у світлі операційних процесів: “послуги, спрямовані на людину; послуги, спрямовані на фізичні об'єкти, що перебувають у власності людини; послуги, спрямовані на свідомість людини, і послуги, спрямовані на нематеріальні активи” [4, с. 27].

Залежно від того з якої групи із класифікацій ставиться вироблена послуга різняться дії маркетолога, які засновані на обліку загальних для всіх послуг маркетингових характеристик і приватних особливостей даної групи. Ця міра дозволить збільшити ефективність дій у сфері маркетингу послуг. К. Лавлок підтверджує це наступними словами: “Ті завдання та проблеми, з якими зіштовхуються менеджери організацій, що надають послуги однієї з категорій, багато в чому різні. Класифікація процесів дуже важлива для розуміння цих розходжень і розробки ефективних стратегій обслуговування. Вона не тільки дозволяє довідатися, які вигоди одержує споживач від надання

послуг кожної категорії, але й допомагає зрозуміти, як повинен поводитися клієнт у процесі обслуговування. Розуміння цих розходжень полегшує процес вибору способу обслуговування з наявних варіантів, місце для розміщення сервісного підприємства, інтер'єра; сприяє ефективному використанню інформаційних технологій" [4, с. 50].

Теоретики та практики маркетингу виділяють чотири основні особливості послуги, як об'єкта продажу: невідчутність, невіддільність від джерела, мінливість якості й несхоронність. К. Лавлок у своїй праці "Маркетинг послуг: персонал, технології, стратегії" наполягає, що маркетинг послуг опирається на більше складну ситуацію обліку характеристик послуг при їхньому ефективному продажі. Ми звели думки деяких авторів (К. Лавлока, К. Гренросса, Г. Беквіта, Ф. Котлера та інших), щодо маркетингових особливостей послуг, які відрізняють їх від товарів і повинні бути використані при розробці маркетингових заходів у сфері послуг: неловимі всіма органами почуттів людини; реально існують тільки в момент покупки; надання за замовленням покупця; високий ступінь індивідуалізації відповідно до вимог споживачів; складність оцінювання вартості послуги; розпливчасті критерії якості послуги; відсутність гарантійного строку користування послугою; складності контролю технологій у сфері послуг; особистісні взаємини між виробником і споживачем послуг; стандарти якості послуг визначаються не покупцем, а виробником; можливість розбіжності якості з погляду виробника та покупця; складність обліку кількості реалізованих послуг; ефективність продажу послуг обумовлена нероздільним зв'язком кількості реалізованих послуг з їхньою якістю; послуги не стандартизовані; стандартизований процес створення окремо взятої послуги; не яскраво виражена в порівнянні з товаром насущність придбання послуги; стереотипне подання послуги у свідомості покупця. До особливостей маркетингу послуг ми віднесли також особливості поведінки споживачів (споживають процес, а не результат; не стають власниками послуг, зазнають труднощів в оцінці якості послуг); прийняття ними рішень про покупку по емпіричних і передбачуваних характеристиках послуги, а не по пошукових характеристиках товару; взаємодій з покупцями (участь покупців у виробничому процесі, споживачі вважаються невід'ємною частиною послуги); комплексу маркетингу (8 Р: товар, ціна, місце (і час),

просування (та освіта), персонал, технологічний процес, продуктивність і якість, матеріальні свідоцтва) тощо.

Облік маркетингової характеристики послуги — “невідчутність” — спричиняє застосування заходів маркетингу, які покликані допомогти покупцеві її відчутти й представити, тобто стимулювати збут послуги, знизивши невизначеність покупця відносно нематеріальної послуги. Ф. Котлер демонструє ступінь присутності нематеріальності в маркетинговому об’єкті наступною класифікацією продуктів: “чистий” матеріальний товар (наприклад, цукор); матеріальний товар із супутніми послугами (наприклад, комп’ютери із забезпеченням); товар-гібрид — сполучення приблизно рівною мірою характеристики товарів і послуг (наприклад, ресторан); послуга, пропозиція та споживання якої припускає використання матеріальних об’єктів і надання додаткових послуг (наприклад, вантажоперевезення); “чиста” послуга (наприклад, медичні послуги) [2, с. 97].

При реалізації послуг, на базі обліку їхніх маркетингових особливостей, необхідно використовувати маркетингові міри, що диференціюють. Так, необхідно “матеріалізувати” послугу, для зниження непевності покупця й стимулювання її продажу. К. Лавлок свідчить, що для матеріалізації послуг необхідно надати покупцеві “матеріальні свідоцтва” якості послуги. Які включають “зовнішній вигляд будинку, порядок на прилягаючій території, транспортні засоби, внутрішнє оздоблення, устаткування, що служать компанії, рекламу, друковані матеріали та іншу візуальну інформацію” [4, с. 89].

Грамотний і доступний опис послуги, пропонованої покупцеві, дозволить згладити невизначеність і наблизити уяву виробника та споживача відносно послуги. У цій ситуації зростає роль персоналу, що виробляє і продає послуги. Покупець не тільки зможе яскраво представити, чого йому чекати від придбання послуги, а й на який обсяг якісних і кількісних характеристик послуги йому орієнтуватися. “Задоволення клієнта визначається відповідністю очікуваного їм результату отриманому. Якщо послуга не відповідає очікуванням клієнта, він почуває себе незадоволеним, і незадоволеність його тим більше, чим більше невідповідність”. Одна із ключових маркетингових особливостей просування послуг — це необхідність сполучення персоналом висококласної кваліфікації й можливості продемонструвати по-

вагу до клієнта. Тобто продавець послуг виступає основним елементом комплексу маркетингу підприємства послуг. Причому талант продавця створити про себе та свою послугу сприятливе враження ставиться в главу кута маркетингу послуг: “У маркетингу та продажах послуг логічні причини, по яких ви повинні були б стати переможцем, — ваші компетентність, досконалість, талант — лише дають вам можливість вступити в гру. Перемога завойовується почуттями, а почуття пов’язані із привабливістю”. Програма лояльності клієнта повинна ґрунтуватися на точці зору й сприйнятті покупця й тільки підкріплюватися компетенцією персоналу [1, с. 75].

Причому, через складності в розрахунку вартості послуги та особливостей купівельного поведіння продавець послуг не повинен випинати власну компетенцію. Така ситуація може спровокувати відмову придбати послугу, тому що за словами Г. Беквіта, якщо продавець виражає “сумнів у здатності потенційного клієнта вирішити свою проблему без сторонньої допомоги”, те тим самим він критикує самого покупця і його здатність прийняти правильне рішення. “З погляду аналізу ситуації, це може бути абсолютно вірно, але з погляду маркетингу й продажів ви рубаєте сук, на якому самі ж і сидите” [1, с. 15].

М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі свідчать, що багато фірм домоглися ефективності у своїй діяльності за рахунок посилення участі споживача у виробництві послуг. Також необхідно в маркетингу послуг, на їхню думку, прагнути до спрощення або усунення частини процесу по наданню послуги [3, с. 52].

Беквіт говорить, що опитування як метод одержання маркетингової інформації виступає найефективнішим заходом маркетингових досліджень у сфері виробництва й просування послуг. Це захід також допомагає “матеріалізації”, тому що дозволяє визначити подання покупців про послугу та її найкраще втілення. Причому самим результативним є усне особисте опитування або глибинне інтерв’ю, для моментального згладжування незрозумілостей у питаннях і відповідях обома сторонами.

Мінливість якості послуги в порівнянні зі стандартизованими в різній мірі товарами, також необхідно згладжувати маркетинговою організацією взаємодії кваліфікованого, що демонструє власну якісність і якість послуги, персоналу зі споживачем послуги. Зниження негативного впливу даної характеристики в



комплексі маркетингу послуг доцільно домогтися декількома способами: кастомізація послуги під індивідуальне замовлення конкретного покупця; автоматизація процесу надання послуги, що сприяє підтримці якості окремих її елементів. Несхоронність послуги ускладнює процес її виробництва та продажу. Виробничі потужності при виробництві товарів можуть бути розраховані на середнє значення попиту на ці товари: у період зниженого не-сезонного попиту доцільно виробляти товари й складувати їх, продаючи під час підвищеного попиту. Виробничі ж потужності підприємства послуг повинні бути розраховані на максимальний попит. При цьому підприємство послуг може зазнавати збитків при зниженні попиту. Тобто виробник послуг просто не може собі дозволити не проводити маркетингові заходи щодо стимулювання попиту на послуги. Невіддільність від джерела надання послуги направляє маркетингові заходи відносно даної послуги у бік навчання та стимулювання персоналу — джерела обслуговування. Тобто виробник послуг повинен не тільки грамотно описати те, що надасть, а й ефективно надати послугу відповідно до опису. Цей захід не тільки характеризує кваліфікацію персоналу і стан маркетингової товарної політики послуги, а й слугить стимулюючим фактором її повторного споживання.

При встановленні ціни, на наш погляд, найбільш ефективним виступає метод ціноутворення на основі відчутної цінності послуги. Використання даного методу при продажі товарів припускає наявність саме додаткових послуг, якість яких обумовлює ціну цих товарів. Причому необхідно враховувати можливість персоналу зі створення даної цінності: досвід, психологічні та поведінкові характеристики, кваліфікацію. Та витрати підприємства зі зниження розумових, фізичних і тимчасових витрат покупців при користуванні послугою. К. Лавлок свідчить: “З погляду споживача, ціна в грошовому вираженні, яку дає продавець послуг, нерідко сприймається як одна із складових повної вартості послуги, тобто всіх витрат, пов’язаних із придбанням послуги” [4, с. 99].

Метод “середні витрати плюс відсоток прибутку” не дуже підходить, тому що по-перше, розрахувати витрати по наданню нематеріальної послуги досить складно, по-друге, продаж послуг пов’язаний з необхідністю аналізу попиту та вимог покупців, адже послуга виробляється під замовлення клієнта, а цей ме-

тод не припускає таких досліджень. Метод ціноутворення на основі аналізу цін конкурентів при продажі послуг зі слів Г. Беквіта також не дуже ефективний: “Якщо ви надаєте свої послуги за високою ціною, більшість людей припускають, що ви забезпечуєте найкращу якість, — це досить приваблива позиція. Якщо ви надаєте їх за низькою ціною, більшість порадить, що ви пропонуєте прийнятну якість по найнижчих цінах, — теж приваблива позиція. Але якщо ви призначаєте середню ціну, ви говорите буквально наступне: “Ми не найкращі в цій галузі, як, втім, і наші ціни, але і якість, і ціна досить непогані”. Таку позицію ніяк не можна назвати незаперечним аргументом у вашу користь. Підприємство найвищого класу та постачальник послуг по найнижчій ціні займають найбільш вигідні ніші. Але якщо ви встановлюєте середню ціну, вам доводиться конкурувати практично з кожним, а таких кожних не так уже мало” [1, с. 70].

На думку Беквіта, що опирається на точки зору успішних маркетологів У. Хала, Дж. Уестона, Дж. Лава, конкуренція на ринку послуг носить яскраво виражений неціновий характер. І, отже, ефективність маркетингових заходів у сфері послуг повинна базуватися на обліку цієї особливості. Причини такої ситуації криються в особливостях купівельного поведіння — крамольного для виробника послуг бажання клієнта “зробити все самому”, не платячи виробникові навіть самою низку його ціну. Високі ж ціни відволічуть клієнта від даного бажання позиціонування високої якості надаваної послуги. Якістю, якої не зможе досягти потенційний клієнт [1, с. 29].

Маркетингова збутова політика послуг, на думку Г. Беквіта, повинна включати наочну демонстрацію результату продажу послуг для підприємства-виробника, непрямым образом показуючи потребу та цінність для покупця надаваної послуги. Потенційні покупці послуги наочно побачать, як “голосують рублем” за послуги підприємства його реальні клієнти. “Зорове сприйняття переважає. Люди набагато швидше повірять своїм очам, чим вашим словам. Великого значення набувають наочні символи пропонуваніх послуг”. Беквіт говорить, що покупці для зниження рівня невизначеності “завжди шукають зорові натяки на щире положення справ” підприємства послуг, “шукають наочні свідчення якості” послуг. Тому в маркетингу послуг важлива їхня візуалізація: уособлення конкретної послуги з конк-

ретною людиною — авторитетом, або в конкретному матеріальному предметі, або у вдалій метафорі [1, с. 35].

Маркетингові комунікації послуг також мають свої нюанси. “Оскільки послуги — це щось невловиме, призначення маркетингу та реклами послуг складається не тільки в тому, щоб стимулювати попит. Реклама може та повинна зробити послуги більше відчутними і дати споживачам можливість оцінити їхню якість”. Реклама послуг повинна відповідати двом цілям: матеріалізація послуги та зниження страху покупця. Для “матеріалізації” послуги Беквіт радить проводити постійні маркетингові заходи щодо рекламування послуги, тоді в покупця вкорениться стереотип “конкретна послуга — конкретне підприємство, що її надає”. Причому основне посилення реклами не повинно мінятися в часі. Купівельний страх і непевність у виборі послуги знижується, якщо її продавець їм знайомий, нехай навіть тільки по рекламних оголошеннях. Рекламні матеріали товарів включають матеріальні їхні аспекти, що допомагають їх візуалізувати і відрізнити від товарів конкурентів. Послуга ж — нематеріальна, тому її просування зобов’язане супроводжуватися визначенням виробника, інакше можна прорекламувати послугу конкурентів. Для підштовхування покупця до здійснення покупки послуги та відштовхування його від бажання “зробити все самому” Г. Беквіт рекомендує в рекламній стратегії використовувати ефект актуальності. Цей ефект означає знову ж постійне надання інформації про послугу в часі й контексті, злободенності користування цією послугою [1, с. 43].

Реклама послуг, згідно К. Лавлоку, носить звичайно освітній характер, демонструючи можливості та вигоди споживання послуги. “Компанії намагаються демонструвати клієнтам вигоди своїх послуг, а також пояснювати, де й коли ними можна скористатися і як взяти участь у процесі надання послуги” [4, с. 709].

У системі маркетингових комунікацій послуг слову, текстовим складовим і копірайтингу належить величезна роль. Г. Беквіт демонструє це такими словами: “У невловимому світі послуг, де показати можна лише деяке й майже все доводиться описувати, слова є найдужчою зброєю. Порожні, незацікавлені слова породжують порожній і незацікавлений відгук, або не породжують і такого. Свіжі, енергійні, діючі слова можуть не тільки описати реальність. Такі слова можуть змінити реальність,

додати їй форму або взагалі створити нову, іншу реальність”. Якщо товар “говорить сам за себе”, то послужі необхідний грамотний перекладач. Ефективним методом стимулювання попиту на послугу, на думку Г. Беквіта, виступає процес надання пробної послуги потенційному покупцеві. Цей захід сприяє зниженню невизначеності сприйняття покупцем невідчутної послуги. При продажі товарів також використовується даний метод, але далеко не для всіх із-за особливостей їхнього просування й споживання. Але з будь-якої послуги можна виділити її малу частину та продемонструвати її в дії без шкоди для доходу виробника послуги. Також доцільно потенційним покупцям продемонструвати ефективність придбання та користування послугою реальними покупцями. Надати документальний матеріальний доказ якості послуги та знизити рівень страху її споживання потенційних клієнтів прикладом клієнтів реальних. Тому що продаж послуг — процес особистісної взаємодії, то ефективне їхнє просування повинне базуватися демонстрації реальної ситуації надання послуги реальними її виробниками. Беквіт говорить: “у вашого маркетингу повинне бути людське обличчя” тих людей, які будуть надавати конкретну послугу потенційним покупцям. “Запрошені зірки”, що образно демонструють процес надання послуги, не показують реальної ситуації й у такий спосіб ще більше знижують рівень матеріалізації послуги. Того ж результату досягає й показ матеріальних об’єктів, що приймають участь у процесі виробництва послуги. Для того, щоб довіряти підприємству послуг, необхідно бачити її виробника. Підприємству послуг необхідно персоналізувати себе. Особистий продаж як елемент маркетингових комунікацій у маркетингу послуг і є сам процес реалізації та здійснення послуги. Тому всі правила та методи особистого продажу повинні бути враховані й грамотно використовувати при просуванні послуги. Крім ефективної взаємодії з покупцем у цьому процесі необхідно розробити програму погодженості дій персоналу, що просуває дані послуги. Це програма повинна включати положення про кінцевих цілях, опис етапів досягнення кінцевих цілей, перевірку результативності положення й окремих етапів. І, головне, персонал повинен використовувати обґрунтоване єдине посилення при просуванні послуги, чітко представляючи покупцеві характерну рису конкретної послуги конкретного її виробника.

Як ми вже згадували вище, у маркетингу послуг дуже велика роль персоналу у виробництві та просуванні послуг. У першу чергу, персонал сприяє матеріалізації послуги, описуючи її покупцеві; демонструє якість невіддільної від джерела послуги; прагне стабілізувати мінливість якості послуги; вчасно надає послугу, що не може зберігатися, у потрібному місці. Тому заходи щодо маркетингового просування послуг повинні базуватися на грамотному менеджменті персоналу. К. Лавлок говорить: “Варто пам’ятати, що споживачі дуже швидко почувають поганій настрій обслуговуючого персоналу, незадоволеного своєю фірмою. Жодна компанія, націлена на побудову довгострокових відносин із клієнтами та службовцями, не може дозволити собі обходитися з ними погано або постійно надавати їм послуги низької якості” [4, с. 785].

Якщо працівник виробляє неякісний товар через свою некомпетентність або невдоволення діями керівництва, то цей товар не потрапить у продаж, отже, не погіршить імідж підприємства-виробника, а збитки, пов’язані з виробництвом неякісного товару, можливо компенсувати штрафом відомого винного. Якщо в цю же ситуацію потрапляє працівник, що виробляє послугу, то про неякісність даної послуги моментально довідається клієнт, що погіршить репутацію підприємства й послужить антистимулюючою мірою до повторної покупки послуги. Таке положення справ необхідно згладжувати розробкою етичних норм поведіння персоналу в процесі надання послуг, а також стандартів взаємин між керівництвом підприємством і підлеглим персоналом.

Г. Беквіт рекомендує обов’язково в маркетинговій товарній політиці послуг використовувати товарні марки в силу того, що наявність фірмового стилю та удакої назви знижує невизначеність сприйняття нематеріальної та непотійної по якості послуги в розумах потенційних клієнтів. “Торговельна марка — більше, ніж просто символ. В очах покупця вона є певною гарантією, обіцянкою того, що підприємство сфери послуг, що володіє цією торговельною маркою, не упустисть честь ім’я, надасть послуги певної якості”. Торговельна марка сприяє швидкому дізнаванню підприємства послуг, передачі інформації про нього, спрощенню презентації підприємства і послуги.

Результатом проведеного нами дослідження є висновок про те, що в проведенні маркетингових заходів конкретного продук-

ту чи ринку необхідні виділення та облік особливостей об'єкту маркетингу. Тільки диференційний підхід та спеціалізація маркетингу послуг сприяє ефективності такої діяльності.

### *Література*

1. Беквит Г. Продавая незримое. — М.: Вильямс, 2007. — 101 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990. — 736 с.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1995. — 704 с.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегия. — М.: Вильямс, 2005. — 1008 с.

### *Резюме*

Автор исследует проблему дифференцированного подхода к маркетинговому объекту на примере услуг.

*Рецензент доктор эконом. наук, профессор В. В. Немченко*

УДК

*Ю. М. Попова, Л. С. Степаненко*

## **МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГЕНЕТИЧЕСКИ МОДИФИЦИРОВАННЫХ ОРГАНИЗМОВ**

В настоящее время почти третья часть пищевых продуктов, употребляемых в европейских странах, являются “генетически модифицированными организмами” (сокращенно — ГМО) — это организмы, которые создаются человеком с использованием наиболее современных молекулярно-биологических методов на основе биологических законов и реально существующих живых организмов. ГМО — любой живой организм, обладающий новой комбинацией генетического материала, полученной благодаря современной биотехнологии. ГМО объединяют три группы организмов — генетически модифицированные микроорганизмы (ГММ), животных (ГМЖ) и растения (ГМР). Наибольшее распространение получили именно генетически модифицированные растения.

На сегодня в мире нет точных данных как о безопасности продуктов, содержащих ГМО, так и о вреде их употребления, поскольку длительность наблюдений за последствиями употребления генетически модифицированных продуктов человеком мизерна, поскольку массовое производство ГМО началось в

1994 году. Тем не менее, все больше ученых говорят о существенных рисках употребления ГМ-продуктов. Все это обуславливает актуальность и потребность проведения исследований на указанную тематику.

Проблема неоднозначных последствий и влияния использования ГМО в производстве продуктов питания, сельском хозяйстве, медицине, химической промышленности и других сферах деятельности на здоровье человека и окружающую среду нашла свое отражение в монографиях и статьях научной прессы. Этим вопросам просвещены работы В. Кузнецова, Л. Шеваги, О. Сытника, А. Хоаева, Е. Клещенко, М. Прониной и др., в которых рассматривается риск использования в пищу ГМ-продуктов, влияние на сельское хозяйство, суть “принципа предостережения” и т. д.

Цель статьи: изложить суть ГМО, причины возникновения трансгенов и выгоды для компаний-производителей; основы законодательства, регулирующего деятельность с ГМО; мнение сторонников использования генной инженерии; ГМО в Украине.

При выращивании сельскохозяйственных растений с использованием технологий традиционного сельскохозяйственного производства, с начала так называемой “второй зеленой революции”, для защиты растений от возбудителей болезней, вредителей и контроля над сорняками активно используют разные химические препараты, или пестициды. Результатом такого “химического” давления есть довольно высокий уровень загрязнения синтетическими органическими и неорганическими веществами окружающей среды, в целом, и особенно — аграрных экосистем.

Для выхода из этой ситуации человечество искало новые подходы в развитии аграрных технологий. Поэтому на протяжении последних 20 лет в сельском хозяйстве начали использовать трансгенные аграрные технологии — современные агробiotехнологии, которые базируются на использовании генетически модифицированных, или трансгенных, растений. Такие растения могут иметь ценные хозяйственно-полезные признаки: устойчивость к гербицидам, устойчивость к возбудителям болезней и некоторым вредителям, повышенные и/или улучшенные продуктивные характеристики, устойчивость к абиотическим (климатическим) стрессам и другие признаки.

Генетически модифицированные пищевые продукты разрабатываются и поступают на рынок потому, что существуют неко-

торые ощутимые выгоды либо для производителя, либо для потребителя этих пищевых продуктов. Это означает получение продукта с более низкой ценой или большими преимуществами (в плане увеличения срока хранения или питательной ценности) или с обоими качествами. Первоначально разработчики ГМ семян хотели, чтобы их продукты были приняты производителями, и таким образом концентрировали усилия на нововведениях, которые должным образом оценят фермеры (и в целом пищевая промышленность). Первоначальная цель разработки растений на основе ГМ организмов заключалась в улучшении защиты сельскохозяйственных культур. В настоящее время ГМ культуры на рынке главным образом направлены на повышение уровня защиты сельскохозяйственных культур посредством введения резистентности в отношении болезней растений, вызываемых насекомыми или вирусами, или посредством повышения устойчивости в отношении гербицидов.

Многие ученые видят в геной инженерии средство решения глобальной продовольственной проблемы, особенно в развивающихся странах. С помощью новых биотехнологий можно также получать дешевые лекарства. С возрастанием генетического разнообразия, возможно, увеличится и устойчивость новых видов к различным вредителям, болезням, к изменениям среды обитания, климата. Во многих странах создают специальные так называемые “банки растений” — не исключено, что генетический фонд сыграет в будущем еще большую роль в решении продовольственной проблемы.

Патенты на более 90 % всех ГМ-семян в мире принадлежат трем компаниям-гигантам: “Сингента” (Syngenta, Швейцария) и ее подразделению “Сингента Сидс” (Франция), “Монсанто” (Monsanto, США) и “Байер КропСайенс” (Германия). Среди крупных компаний, производящих ГМО, следует назвать еще Du Pont и Advanta.

ГМО используют не только для производства продуктов питания, но и лекарств. Крупнейшая американская биотехнологическая транснациональная корпорация (биоТНК) “Monsanto”, выводящая новые сорта зерновых и овощных культур при помощи ГМО, объединилась со швейцарской группой “Фармацев энд Апджон”. В результате объединенная компания “Фармация Корпорейшн” под руководством председателя “Монсанто” Р. Шапиро использует названия “Сиэрл”, “Фармация” и “Апджон” для



торговых подразделений, а имя “Монсанто” осталось лишь за автономным сельскохозяйственным филиалом. То есть торговля ГМО может негласно идти и под другими марками. “Монсанто” является практически монополистом трансгенного освоения сельского хозяйства Украины. С 1990-х “Монсанто” скупила основные семеноводческие фирмы и теперь предлагает сельхозпроизводителю целую систему продуктов и технологий выращивания важнейших культур. Продукцией “Монсанто” занято около 90 % биотехнологического рынка в сельском хозяйстве. В последнее время “Монсанто” также стремится стать мировым монополистом в области разведения ГМ-животных.

ГМО в Украине в промышленных масштабах появились в 1997 г., когда “Монсанто” начала высаживать ГМ-картофель сорта “Новый лист” на экспериментальных полях в Волынской, Ровенской, Черкасской и Киевской областях. В 1999 г. биоТНК получила одобрение Минздрава на “Новый лист”, как на безопасный продукт. “Монсанто” планировала сделать Украину своим плацдармом в Европе и глобальным экспортером семян картофеля. Но в июне 1999 г. Минагропром вынес отрицательное заключение, и 1300 т. ГМ-картофеля были захоронены на землях колхоза им. Шевченко Черкасской области.

Время от времени возникают трудности, связанные с производством продукции компании “Монсанто”. На протяжении 2005 г. в Венгрии запретили выращивание монсантовской ГМ-кукурузы, так как она может скрещиваться с другими культурами, то есть вытеснять естественные виды. В Индонезии — представители “Монсанто” были уличены в дачи взяток местным правительственным чиновникам в качестве “благодарности” за отмену экологической экспертизы ГМ-хлопка. В Германии были проведены опыты на крысах, которых кормили монсантовской ГМ-кукурузой, в результате опытов было обнаружено, что кукурузная ГМО-диета вызвала изменения состава крови и потерю веса у подопытных животных. В ходе других исследований было выявлено, что инъекции для коров с монсантовским гормоном rBGH, на 30 % повышающим удои, увеличивают риск заболевания раком молочной железы и простаты у людей, употребляющих это молоко, до 500 %. Другие биоТНК были замечены в подаче заведомо ложной информации о своих гибридах и последствиях их употребления [5].

“Greenpeace” обнародовал список компаний, которые используют в своей продукции ГМО (табл. 1, 2). Характерно, что в разных странах эти компании ведут себя по-разному, в зависимости от законодательства конкретной страны [4].

Таблица 1

**Иностранные компании, которые используют ГМО**

Компания	Сфера деятельности
Kellogg's (Келлогс)	производство готовых завтраков, в том числе кукурузных хлопьев
Nestle (Нестле)	производство шоколада, кофе, кофейных напитков, детского питания
Unilever (Юнилевер)	производство детского питания, майонезов, соусов и т. д
Heinz Foods (Хайенц Фудс)	производство кетчупов, соусов
Hershey's (Хёршис)	производство шоколада, безалкогольных напитков
Coca-Cola (Кока-Кола)	производство напитков Кока-Кола, Спрайт, Фанта, тоник “Кинли”
McDonald's (Макдональдс)	“рестораны” быстрого питания
Danon (Данон)	производство йогуртов, кефира, творога, детского питания
Similac (Симилак)	производство детского питания
Саёбшу (Кэдбери)	производство шоколада, какао
Mars (Марс)	производство шоколада Марс, Сникерс, Твикс
РерБісо (Пепси-Кола)	напитки Пепси, Миринда, Севен-Ап

Таблица 2

**Украинские компании, уличенные в использовании ГМО**

Компания	Информация о товарах содержащих ГМО
ООО Мясокомбинат “Юбилейный”	соевый белок в двух видах ветчины комбината был генетически модифицирован, содержание >5 %
ООО “Мясной альянс”	несколько видов колбас, выпускаемых этим предприятием, не только содержат ГМО >5 %, но и в маркировке вообще не указывается наличие соевого белка
МПЗ “Колос” “Чернівецькі ковбаси”	ГМО обнаружено в ветчине “Украинская” и “Днепровская”, сосисках “Куриные”
Торговая марка “Фомич”	колбаса из мяса птицы вареной 1-ого сорта “Особая”, “Докторская новая”, “Куриная”
“Алан” (Днепропетровск)	колбаски вареные “Гномик”, колбаса полукопченая “Саями классик”
Мясокомбинат “Юбилейный” (Днепропетровская обл.)	ветчина “Сорочинская”, “Куриная экстра”
ТМ “Добре” “Агика” (Киев)	пельмени “Левада”, пельмени “Три медведя”, пельмени “Аппетитные”

Спектр применения ГМО в продуктах питания обширный: это могут быть мясные и кондитерские изделия, в состав которых входят соевый текстурат и соевый лецитин, плодоовощная продукция, например, консервированная кукуруза. Основной поток генетически модифицированных культур составляют ввозимые из-за рубежа соя, кукуруза, картофель, рапс. Они попадают к нам на стол или в чистом виде, или в качестве добавок в мясных, рыбных, хлебобулочных и кондитерских изделиях, а также в детском питании. Например, если в состав продукта входит растительный белок, то это, скорее всего, соя, и существует большая вероятность, что генетически модифицированная.

Аспартам, содержащийся в газированных напитках, жвачках, кетчупах и т. п., может быть произведен при помощи ГМ-бактерий и является генетически модифицированным. На вкус и запах присутствие ГМИ (генетически модифицированных ингредиентов) определить невозможно — выявить ГМО в продуктах питания позволяют только современные методы лабораторной диагностики. Соя, кукуруза, рапс (канола), помидоры, картошка, сахарная свекла, клубника, кабачки, папайя, цикорий, пшеница — самые распространенные ГМ сельскохозяйственные растения. Соответственно существует большая вероятность встретить ГМО в продуктах, которые производят с применением этих растений. 70 % популярных марок детского питания содержат ГМО. Около 30 % кофе на украинском рынке — генетически модифицировано. Та же ситуация и с чаем.

Ответственность за последствия решений, касающихся регулирования производства и сбыта генетически измененных продуктов, лежит исключительно на правительствах конкретных стран, так как в настоящее время не существует каких-либо специфических международных систем регулирования. Однако несколько международных организаций занимаются вопросами разработки протоколов для ГМО. Комиссия Codex Alimentarius является совместным органом ФАО/ВОЗ, отвечающим за подборку стандартов, сводов правил практики, руководящих принципов и рекомендаций, которые составляют суть Codex Alimentarius: международного свода правил по пищевым продуктам. Комиссия разработала принципы анализа генетически модифицированных пищевых продуктов в отношении риска для здоровья человека. Суть этих принципов: проведение дорыноч-

ной оценки, осуществляемой на индивидуальной основе, с включением оценки как прямого воздействия (от введенного гена), так и непредусмотренного воздействия (которое может возникнуть в качестве последствия введения нового гена). Принципы свода правил не связаны с обязательным, воздействием на национальное законодательство, а касаются конкретно Соглашения по санитарии и фитосанитарии Всемирной торговой организации (Соглашение по СФС) и могут быть использованы в качестве ссылки в случае разногласий по торговым вопросам.

На политическом уровне понимание важности биоразнообразия вызрело в 1992г., когда в Рио-де-Жанейро большинство стран мира подписали Конвенцию о биологическом разнообразии, частью которой является единственный международный документ по регулированию рынка ГМО в мире — Картахенский протокол по биобезопасности (КПБ), договор по окружающей среде, юридически обязательный для исполнения его сторонами, регулирует трансграничное перемещение ГМЖ. Главным условием КПБ является требование о том, чтобы экспортеры получали согласие импортеров до первой поставки ГМЖ, предназначенных для выпуска в окружающую среду.

К вопросу ответственности за последствия производства и сбыта генетически измененных продуктов в мире подходят по-разному. Но, независимо от географии, наблюдается закономерность: чем меньше в стране производителей ГМ-продукции, тем лучше защищены права потребителей в данном вопросе. Две трети всех ГМ культур в мире выращиваются в США, поэтому в этой стране самые либеральные законы в отношении ГМО. Трансгены в США признаны безопасными, приравнены к обычным продуктам, а маркировка продуктов, содержащих ГМО — необязательна. Подобная ситуация и в Канаде — третьей по объемам производства ГМ-продуктов в мире. В Японии продукты, содержащие ГМО, подлежат обязательной маркировке. В Китае ГМО-продукты производятся нелегально, и осуществляется их сбыт в другие страны. А вот страны Африки последние 5 лет не допускают на свою территорию ввоза продуктов с ГМ компонентами.

В России выращивать ГМ-растения в промышленных масштабах запрещено, но некоторые импортные ГМО прошли государственную регистрацию в РФ и официально разрешены для употребления — это несколько линий сои, кукурузы, картофеля,

линия риса и линия сахарной свеклы. Все остальные ГМО, существующие в мире (около 100 линий), в России запрещены. Разрешенные в России ГМО могут применяться в любом продукте (в том числе и в детском питании) без ограничений. Но если производитель добавляет в продукт ГМО-компоненты, он должен указать это на упаковке.

В странах Евросоюза, запрещено производство и ввоз на территорию детского питания, содержащего ГМО, и продажа продуктов с генами, устойчивыми к антибиотикам. В 2004 году был снят мораторий на выращивание ГМ культур, но в то же время разрешение на выращивание было выдано только на один сорт трансгенных растений. При этом у каждой страны ЕС сегодня осталось право вводить запрет на тот или иной вид трансгена. В некоторых странах ЕС действует мораторий на ввоз генетически модифицированной продукции. Любой продукт, содержащий ГМО, прежде чем попасть на рынок Евросоюза, должен пройти единый для всего ЕС порядок допуска. Он состоит из двух ступеней: научная оценка безопасности Европейским ведомством по безопасности продуктов питания (ЕР Б А) и его независимыми экспертными органами.

Сбыт генетически модифицированных пищевых продуктов и ГМО в целом является темой широкого законодательства. Законодательство, касающееся общественных аспектов, действует с начала 1990-х годов. Процедура утверждения выпуска ГМО в окружающую среду является достаточно сложной и в основном требует соглашения между государствами-членами и Европейской комиссией. Маркировка в ЕС является обязательной для продуктов, произведенных по современной биотехнологии, или продуктов, содержащих генетически модифицированные организмы. Законодательство также охватывает проблему случайного заражения обычных пищевых продуктов генетически модифицированным материалом. Если продукт содержит ГМ ДНК или белок, об этом граждан ЕС должно информировать специальное обозначение на этикетке. Надписи “этот продукт содержит ГМО” или “ГМ-продукт такой-то” должны быть как на этикетке продукции, продающейся в упаковке, так и для неупакованной продукции в непосредственной близости к ней на витрине магазина. Правила предписывают указывать сведения о наличии трансгенов даже в ресторанных меню. Продукт не маркируется толь-

ко в том случае, если содержание в нем ГМО не более 0,9 % и соответствующий производитель может объяснить, что речь идет о случайных, технически неизбежных примесях ГМО.

Как свидетельствуют результаты многолетних наблюдений, трансгенные технологии далеко не всегда снижают “химический пресс” на экосистемы, а иногда могут приводить и к повышенному использованию пестицидов, в сравнении с традиционными технологиями. В то же время, созданные экспериментально ГМО представляют собой новую группу организмов, которая естественным путем не может образоваться, поскольку такого способа объединения генетического материала в живых организмах не встречается, несмотря на то, что в данных манипуляциях использованы существующие в природе способы передачи генетической информации.

С точки зрения ученых, главным критерием нормального существования всех живых организмов в общепланетарном масштабе есть их тесное взаимодействие и взаимосвязь. Воспроизведение каждого организма проходит в соответствии с особенностями воспроизведения, присущего данному виду организмов. И, когда человек, преследуя собственные корыстные интересы, создает организмы путем образования принципиально новых ассоциаций генетического материала, можно предположить, что такое вмешательство на определенном этапе приведет к непредусмотренным для человечества последствиям.

Широкое применение генетически модифицированных продуктов опасно для здоровья человека, поскольку еще не выяснено их влияние на здоровье нынешнего и будущих поколений людей, а также и на окружающую природную среду. Генетически модифицированные продукты могут вызвать появление новых видов вредителей, вирусов. Интенсификация сельскохозяйственного производства за счет внедрения и расширения угодий, занятых ГМ-растениями, может привести к потере существующего естественного биоразнообразия.

С целью определить потенциальный риск для здоровья человека, в процессе оценки безопасности генетически модифицированных пищевых продуктов обычно исследуются: прямое воздействие на здоровье (токсичность); тенденции вызывать аллергическую реакцию (аллергенность); конкретные компоненты, предположительно обладающие питательными или токсичными свойствами; устойчивость введенного гена; воздействие на питание, свя-

занное с генетической модификацией; любое непредусмотренное воздействие, которое может возникнуть в результате введения гена.

Выброс ГМО в окружающую среду и сбыт генетически модифицированных пищевых продуктов привели к возникновению общественных дискуссий во многих частях мира. К настоящему времени консенсус в отношении таких вопросов, как маркировка и отслеживаемость генетически модифицированных пищевых продуктов в качестве способа устранения беспокойства потребителя, не достигнут. Это стало очевидным во время дискуссий в рамках Комиссии Codex Alimentarius, состоявшихся за последние несколько лет. Несмотря на отсутствие консенсуса по этим вопросам, был достигнут значительный прогресс в отношении согласования точек зрения, касающихся оценок риска. Комиссия Codex Alimentarius находится на грани принятия принципов оценки дорыночного риска, а положения Картахенского протокола по биобезопасности также демонстрируют растущее понимание на международном уровне.

Сторонники применения геной инженерии в сельском хозяйстве уверены: питаясь трансгеной пищей, человек подвергается опасности не большей, чем употребляя обычные продукты. Основные их аргументы таковы:

- ГМО позволяют производить больше пищевой продукции, которая дешевле и вкуснее, чем дают традиционные культуры;
- растения можно модифицировать так, чтобы они содержали больше питательных веществ и витаминов (так, встроив витамин А в рис, можно его затем выращивать в регионах, где люди страдают от нехватки этого витамина в организме);
- генетически модифицированные растения можно приспособлять к экстремальным условиям (засуха, холод и т. д.);
- о использование генетически модифицированных культур, устойчивых к вредителям, позволит менее интенсивно обрабатывать поля химикатами;
- продукты питания, содержащие генетически модифицированные ингредиенты, могут стать полезными для здоровья, если в них встроить вакцины против различных болезней (к примеру, уже получен салат-латук, который вырабатывает вакцину против гепатита В) [2].

В Украине в первые годы (1997-2001 гг.) попыток использования ГМР наблюдали высокий уровень активности, с обеих сторон: сторонников новых продуктов и их оппонентов. При этом, например компания “Монсанто” старалась любой ценой организовать выращивание и широкую продажу украинским производителям картофеля сортов растений, содержащих ГМИ. Как известно, официальное распространение таких растений в Украине с 2001 г. не было разрешено. Одной из причин была недостаточно прозрачная процедура испытаний первых растений с ГМИ. Согласно информации, существующей к тому времени на официальных биотехнологических сайтах, в Украине проводили испытание генетически модифицированного картофеля, кукурузы, рапса, сахарной свеклы. Тем не менее, в Украине такой информации не существовало: ни общественность, ни научные работники не могли выяснить, где проводятся такие испытания. Было известно из разных неофициальных источников лишь о завозе картофеля, устойчивого к колорадскому жуку, и проведению определенных испытаний такого материала. При этом не существовало какой-то системности при таких испытаниях, которые, в то же время, проводили еще и без надлежащего растительного и экологического контроля. Отсутствие официальной информации о том, какие культуры проходят испытания в Украине, где проводятся эти испытания и каковы их результаты, очень беспокоили общественность и последняя начала активные действия по запрету ГМО в Украине вообще.

Еще большее напряжение в обществе вызвало появление информации, которую предоставила газета “Сільські Вісті”, о попытках использования в экспериментальных целях групп украинских военнослужащих, которых кормили таким картофелем без их специального согласия, а также о полном отсутствии экспертизы такого картофеля, как “средства защиты с эндогенной инсектицидной активностью”. С такой формулировкой такой картофель прошел первую формальную регистрацию в Украине, т. е. он был разрешен Госхимкомиссией для использования в Украине до 2000 года.

Все это, несмотря на возможные определенные преимущества, привели к очень отрицательному отношению и производителей, и потребителей к новым продуктам. Это было началом сопротивления общественности использования таких технологий в Украине.



По закону в Украине вообще не должно быть продуктов, содержащих ГМО — согласно “Временному порядку ввоза, государственного исследования, регистрации и использования трансгенных сортов растений в Украине” от 17 августа 1998 года [1], все ГМО, используемые в нашей стране, должны обязательно регистрироваться, но на сегодня ни одного ГМО в Украине зарегистрировано не было. То есть использование генетически модифицированных компонентов в производстве продуктов питания вообще незаконно. Производители ссылаются на то, что на данный момент в Украине нет ни одного подзаконного акта, который регламентирует минимальное содержание ГМО в продукте, при котором этот продукт необходимо маркировать. Когда же с 1 ноября прошлого года Кабмин собирался регламентировать этот вопрос и ввести обязательную маркировку продуктов, содержащих более 0,9 % ГМО, это вызвало яростное сопротивление.

Итогом борьбы за здоровую нацию была инициатива Минздрава Украины отменить обязательную маркировку продуктов, содержащих ГМО, что и было сделано. Не смотря на существенную экономию на ГМ-сырье, продукция с ГМО в Украине не стоит дешевле, чем натуральные аналоги, хотя во всем мире ценовая разница между этими принципиально различными видами продуктов есть всегда. Получается, что даже не ВТО, в которое Украина недавно вступила, стал виновником отмены маркировки продуктов с трансгенными компонентами. Ведь страны Евросоюза, законодательство которого весьма сурово и однозначно по отношению к трансгенам, одновременно являются и членами ВТО — одно другому, как видим, не мешает.

Но главная проблема — невозможность изолировать ГМ-растения. Перекрестное опыление ветра — так называемое горизонтальное распространение — все это способствует тому, что модифицированные сорта попадают на поля, засаженные обычными растениями и сегодня, по информации специалистов, в мире невозможно отыскать ни одну партию зерна, в которой не сохранился бы минимальный процент ГМ-организмов. А это значит, что уже сейчас человечество при всем желании не сможет полностью отказаться от употребления в пищу трансгенной продукции. Мало того, опыление ГМ-культурами приводит к вытеснению с рынка естественных культур. Вопрос стоит о монополизации производства пищи и продовольственной диктатуре би-

оТНК в оккупируемых ими странах. ГМО-культуры — “интеллектуальная собственность” трех корпораций постепенно могут заразить ГМО-генами все, что растет на Земле. Соответственно все, что растет на Земле, будет принадлежать трем корпорациям и всем придется им платить.

Более того, “коммерчески успешные растения” могут вытеснить все остальные и, грубо говоря, из всего биологического разнообразия нашей планеты останется только то, что приносит наибольшую прибыль. За последние 80 лет в США исчезло 97 % всего разнообразия овощей, из 7000 сортов яблок осталось 900. Теперь существует 330 разновидностей груш, было 2600. Даже в Индии, где 50 лет назад было 30 тысяч сортов риса, сейчас 75 % культуры представлено 10 сортами.

На основе вышеуказанной информации, для решения проблемы ГМО необходимо принять следующие меры:

- провести комплексные фундаментальные и прикладные исследования (при соответствующем государственном финансировании) с целью изучения биобезопасности ГМО и ГМ-продуктов питания. Такое исследование должно непременно предварять широкомасштабное коммерческое использование ГМО;
- усовершенствовать законодательную базу в области регулирования потоков ГМО и ГМ-продуктов питания и гармонизировать национальные законодательства, в том числе и Украины, с законодательством Евросоюза. Это — необходимое условие для развития равноправной торговли со странами Западной Европы;
- Украине следует присоединиться к Картахенскому протоколу, регламентирующему межгосударственные потоки ГМО в глобальном масштабе;
- создать государственную, независимую от производителя, эффективно работающую систему контроля за наличием ГМО в растениях и продуктах питания в интересах экологической безопасности и здоровья нации;
- принять международный пакт о нераспространении ГМО на не занятых ими территориях, прежде всего в Украине, до тех пор, пока не будет доказана их реальная и потенциальная биологическая безопасность для человека и окружающей среды.

### *Литература*

1. Временный порядок ввоза, государственного исследования, регистрации и использования трансгенных сортов растений в Украине // [www.sta.gov.ua](http://www.sta.gov.ua).
2. Голубчиков С. Н., Узиков Н. И. Проблема ГМО в России // Энергия. — 2007. — № 7.
3. Закон України “Про захист прав споживачів” // Відомості Верховної Ради. — К., 2008.
4. Інформація Укрметртестстандарт (Пресс-конференція “Маєш знати, що вживати — проблема генетично модифікованих організмів в Україні — реальність сьогодення”) // [www.sta.gov.ua](http://www.sta.gov.ua).
5. Новости МСоЭС: Электр. бюллетень. — 2005. — № 28. — [www.seu.ru/vesti](http://www.seu.ru/vesti).

### *Резюме*

В статті висвітлюється інформація про ГМО, основні етапи розвитку галузі, а також законодавство про ГМО.

*Рецензент доктор економ. наук, професор Н. А. Левицкий*

УДК 336.27(477)

*С. М. Непомящий*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕФІНАНСУВАННЯ БАНКІВ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ**

Управління ліквідністю банківської системи є одним із пріоритетних завдань центральних банків. Це пов'язано з тим негативним впливом, який здійснює як недостатня, так і надлишкова ліквідність як на рівні окремого банку, так і на рівні усієї банківської системи. Тому підтримання оптимального рівня вільної банківської ліквідності є важливою передумовою розвитку та стійкості банківської системи, стабільності національної грошової одиниці та зниження інфляційних процесів в країні.

Особливої актуальності дослідження даних питань набуває в сучасних умовах фінансової кризи. Антикризові заходи Національного банку України були направлені на рішення двох задач — підтримки ліквідності банківської системи шляхом її рефінансування і забезпечення динаміки обмінного валютного курсу, яку можна прогнозувати.

Тому виникає необхідність дослідження досвіду проведення НБУ політики рефінансування, а також удосконалення існуючих та впровадження нових механізмів рефінансування, які підвищують стійкість до криз в банківській системі.

Актуальність проведеного дослідження в статті визначається необхідністю дослідження механізму та інструментів регулювання ліквідності банківської системи в умовах світової фінансової кризи.

Метою статті є аналіз особливостей механізму регулювання ліквідності банківської системи і в першу чергу рефінансування, визначення основних проблем його розвитку в Україні в умовах фінансової кризи та розробка пропозицій щодо його удосконалення.

Проблеми розвитку механізму регулювання ліквідності банківської системи в умовах фінансової кризи та проведення НБУ антикризових заходів висвітлені в наукових працях таких українських учених, як Стельмах В. С. [7], Петрик О. [5], Міщенко В. [3], Дзюблюк О. [2], Барановський В. [1], Науменкова С. [4] та інших. У наукових дослідженнях вказаних науковців багато уваги приділяється аналізу причин фінансової кризи, аналізується досвід антикризових заходів провідних центральних банків, досліджуються методи рефінансування. Проте, у вітчизняній економічній літературі поки що недостатньо наукових досліджень, присвячених даній проблемі.

В умовах складної макроекономічної ситуації та впливу світової фінансової кризи грошово-кредитна політика в 2008 р. була спрямована на виконання основної функції Національного банку України — забезпечення стабільності національної грошової одиниці. З початку 2008 р. Національний банк України в контексті здійснення антиінфляційних заходів продовжував проводити процентну політику, спрямовану на підвищення вартості національної валюти.

Національний банк неодноразово звертав увагу на різних рівнях на ризики внутрішнього і зовнішнього характеру, які постійно наростали і несли вагому загрозу порушенню стабільності в економіці. Національний банк вживав заходи щодо їх нівелювання. Зокрема, розширював можливості банків з підтримки їх ліквідності — ще у квітні 2008 р. Національний банк почав приймати в забезпечення кредитів рефінансування акції істотної участі банків. При цьому навіть в умовах інфляційного тиску обсяг операцій Національного банку з рефінансування перевищував обсяги проведення мобілізаційних операцій.

За станом на початок жовтня банківська система мала досить значний запас ліквідності — обсяги ліквідних коштів банків удвічі перевищували їх потреби, пов’язані з поточною діяльністю.

Таблиця 1

Виконання банками України нормативів ліквідності в 2005-2008 роках [6]

№ нормативу	Норматив	Станом на				
		01.01. 2005	01.01. 2006	01.01. 2007	01.01. 2008	01.10. 2008
Н4	Норматив миттєвої ліквідності (не менше 20 %)	61,24	61,56	56,73	53,6	54,06
Н5	Норматив поточної ліквідності (не менше 40 %)	74,34	73,87	70,19	75,31	79,34
Н6	Норматив короткострокової ліквідності (не менше 20 %)	44,55	40,17	37,83	39,93	37,58

Як видно з даних таблиці 1 в 2005-2008 роках банки України в цілому постійно виконували нормативи ліквідності, а по деяким нормативам, наприклад Н6 фактичне значення перевищувало нормативне в 2 рази, а по Н4 — в 3 рази.

Про наявність довіри населення до банківської системи свідчило постійне зростання обсягу коштів, залучених від населення. Так, за період з 2006 до 2008 року обсяг коштів фізичних осіб зріс майже в три рази. За 9 місяців 2008 року кошти фізичних осіб зросли на 24 % і становили 202 млрд. грн. Кошти, залучені від населення, становили третину зобов’язань банків. Більшість з них (79 %) були розміщені на строкових вкладах. У національній валюті було розміщено 61 % вкладів населення. Однак з початку жовтня (на тлі розгортання зовнішньої фінансової кризи) на фінансовому ринку України почали спостерігатися ознаки напруги, що була наслідком негативного інформаційного фону та штучно спровокованої недовіри вкладників, які масово почали знімати кошти зі своїх рахунків.

Події, що сталися в Україні на початку жовтня 2008 року, почалися з “рейдерської атаки” на Промінвестбанк, що спричинило масовий відплив вкладів фізичних осіб з банківської системи і відповідно різке зменшення ресурсної бази банків. Так за 10 днів жовтня 2008 року загальна сума зобов’язань банків зменшилася на 18 млрд. грн. У таких умовах Національний банк був змушений ужити додаткових заходів, один з яких — уведення заборони на дострокове повернення строкових депозитів,

запроваджене постановою Правління Національного банку України 11.10.2008 № 319, що уповільнило процеси відпливу коштів, але не зупинило їх.

Протягом останніх трьох місяців 2008 року (з 01.10.2008 до 01.01.2009) кошти фізичних осіб у національній валюті зменшилися на 19 млрд. грн. (на 15 %), в іноземній валюті (доларовий еквівалент) — на 2 млрд. дол. США (майже 13 %); кошти суб'єктів господарювання в національній валюті зменшилися на 11 млрд. грн. (майже 12 %), в іноземній валюті (доларовий еквівалент) — на 0,3 млрд. дол. США (на 3,5 %).

Таким чином, у період загострення напруги на фінансовому ринку в жовтні-листопаді Національний банк України спрямовував свої зусилля насамперед на забезпечення своєчасності проведення банками розрахунків, зменшення відпливу коштів з банківської системи та збалансування ситуації на валютному сегменті ринку. У цьому контексті Національний банк у жовтні-листопаді тимчасово використовував додаткові інструменти підтримки ліквідності банків, а саме:

- підтримання ліквідності на основі програм фінансового оздоровлення на термін до 1 року зі сплатою 15 % річних у межах 90 % вартості наданого банком забезпечення;
- оперативне підтримання ліквідності банків, сплачений статутний капітал яких становить не менше 500 млн. грн., яке здійснюється на термін до 1 року за плату в розмірі 15 % в сумі до 60 % статутного капіталу банку.

Рішення щодо надання рефінансування Національний банк України приймав з урахуванням наданої банкам інформації про причини втрати ліквідності, зокрема щодо обсягів відпливу депозитів, неповернених кредитів, у т. ч. підприємств будівельного сектору, агропромислового комплексу та іпотечних кредитів, наданих фізичним особам.

Здійснюючи підтримку ліквідності банківської системи через механізми рефінансування, Національний банк України сприяв банкам у вчасному виконанні ними своїх зобов'язань, у тому числі за вкладками населення. Загалом у жовтні — листопаді 2008 р. для підтримання ліквідності банків Національний банк надав кредитів рефінансування на загальну суму близько 74,7 млрд. грн., у т. ч. кредитів овернайт — 36,9 млрд. грн.

Національний банк України крім розширення можливості банків з підтримки ними своєї ліквідності через механізми рефінансування, пом'якшив вимоги до формування банками обов'язкових резервів, обмежив здійснення певних активних операцій банків в іноземній валюті, упорядкував правила здійснення валютних операцій. Заходи, що вживалися Національним банком України для стабілізації ситуації, сприяли зниженню напруги на грошово-кредитному ринку, що знайшло своє відображення в поступовому уповільненні тенденцій до відпливу депозитів із банківської системи, у тому числі коштів населення, збільшенні ліквідності банківської системи, стабілізації ситуації на міжбанківському кредитом ринку.

Починаючи з кінця листопада, Національний банк України почав запроваджувати другий етап стабілізаційних заходів, головною метою якого було зменшення спекулятивного попиту на іноземну валюту, а також закріплення позитивних тенденцій до стабілізації ситуації в банківській системі. Цей етап стабілізаційних заходів, зокрема, передбачав:

- обмеження обсягів підтримки ліквідності банків — регулювання ліквідності банківської системи наразі здійснюється з використанням стандартних процедур, що використовувалися до посилення напруги на ринку в жовтні;
- коригування вимог з формування банками обов'язкових резервів у напрямі посилення привабливості здійснення активно-пасивних операцій у національній валюті — на сьогодні норматив обов'язкового резервування за коштами в національній валюті знижено до нуля;
- ужиття заходів щодо підвищення вартості національної валюти (у т. ч. через підвищення ставок за активно-пасивними операціями Національного банку) з метою створення додаткових стимулів для повернення коштів у банківську систему.

В контексті вжитих заходів, у грудні 2008 р. Національний банк зменшив обсяги операцій з підтримки ліквідності банків. Так у грудні було надано кредитів рефінансування на загальну суму близько 30,7 млрд. грн., в т. ч. кредитів овернайт — 6,1 млрд. грн. порівняно із 45,5 млрд. грн. (з яких 24,3 млрд. грн. кредити овернайт) у листопаді. Усього з початку року було

надано кредитів рефінансування 138 банкам на загальну суму 169,5 млрд. грн. (91,8 млрд. грн. — кредити овернайт).

Крім того, Національний банк України з метою поліпшення механізму перерозподілу між банками тимчасово вільних коштів не припиняв проведення мобілізаційних операцій. Загальний обсяг таких операцій у грудні становив 3,4 млрд. грн., а з початку року — 57,2 млрд. грн. Розширюючи можливості з підтримки ліквідності банків, Національний банк України не знижував відсоткові ставки за своїми операціями, зберігаючи антиінфляційну спрямованість своєї політики.

Розглянемо умови та критерії надання кредитів рефінансування банкам. Операції з рефінансування здійснюються як на щоденній, так і на щотижневій основі. На щоденній основі вони здійснюються шляхом надання кредитів овернайт, на щотижневій — шляхом проведення тендерів (щосереді) з такою періодичністю: три середі підряд — строком до 14 днів; одна середа — строком до 365 днів. На початку року до відома банківської системи доводиться графік проведення таких тендерів. Залежно від ситуації на грошово-кредитному ринку та стану ліквідності банків можуть проводитися позачергові тендери.

Операції з підтримки ліквідності банків Національний банк здійснював прозоро із застосуванням єдиних для всіх банків правил. Підходи до застосування інструментів регулювання ліквідності банків, відображені в Положенні про регулювання Національним банком України ліквідності банків України, затвердженому постановою Правління Національного банку України від 26.09.2006 № 378 (із змінами), зареєстрованому в Міністерстві юстиції України 17.10.2006 за № 1120/12994, пройшли експертизу в рамках Проекту ЄС TACIS “BISTRO” для Національного банку України “Підтримка процесу наближення банківського сектору України до законів, стандартів та принципів Європейського Союзу” (рамковий контракт AMS 451) і були визнані такими, що відповідають твердим критеріям прозорості.

Крім того важливим елементом подальшого антикризового регулювання в банківській сфері має стати спільна постанова Кабінету Міністрів та Національного банку “Про порядок рефінансування банків у період фінансово-економічної кризи” від 29 січня 2009 року. Національний банк України відтепер має погоджувати рішення про рефінансування банків у вигляді ста-



білізаційних кредитів та кредитів для підтримки ліквідності банківських установ з уповноваженим представником Кабінету Міністрів. Але вже в березні 2009 року ця постанова була скасована зважаючи на необхідність забезпечення незалежності Національного банку України.

Проведемо аналіз практики проведення політики рефінансування, розглянемо обсяги рефінансування НБУ. Для цього використаємо щоденні дані НБУ про результати проведення операцій з регулювання ліквідності банків. В табл. 2 наведено дані про результати проведення НБУ операцій з підтримання ліквідності в 2007-2009 (9 місяців) рр.

Таблиця 2

Результати проведення операцій з підтримання ліквідності банків в 2007-2009 (9 міс.) рр. (млн. грн.), %, [6]

Період	Загальний обсяг наданих коштів	Через постійно діючу лінію рефінансування (кредити овернайт)		Шляхом проведення тендерів з підтримання ліквідності банків			Інші кредити
		Обсяг наданих коштів	Процентна ставка, %	Обсяг наданих коштів	Процентна ставка, %	Строк, днів	Обсяг наданих коштів
2007	2430	430	9,0-10,5	2000	8,5-10,48	10-355	-
2008	159576	82089	14,5-18,0	21778	14,5-18,7	3-365	55709
2009 (9 міс.)	12160,5	8788,5	16,0-20,0	869,7	20,0-23,5	1-34	2502,3
Разом	174166,5	91307,5	X	24647,7	X	X	58211,3

З даних табл. 2 ми бачимо, що в період, що аналізується НБУ надав банкам коштів на суму 91307,5 млн. грн., особливо виросли обсяги рефінансування в 2008 році. При цьому було використовуване три механізми підтримання ліквідності банків: постійну лінію рефінансування по наданню кредитів овернайт (91307,5 млн. грн., або 52,9 % загального обсягу рефінансування), тендери з підтримки ліквідності банків строком від 3 до 350 днів (24647,7 млн. грн., або 7,3 %), а також надання короткострокових кредитів на основі програм фінансового оздоровлення (58211,3 млн. грн., або 39,8 %). Таким чином основна частина рефінансування в 2007-2009 (9місяців) роках була направлена на підтримку короткострокової ліквідності. Згідно звітності НБУ про результати проведення операцій по регулюванню ліквідності банків кредити овернайт надавалися банкам в останні дні місяців, що свідчить про те, що ці кошти банки

використовували для виконання перед НБУ своїх зобов'язань і в першу чергу по формуванню обов'язкових мінімальних резервів.

В табл. 3 приведені результати проведення НБУ операцій з підтримання ліквідності банків в 2009 (9 місяців) р.

Таблиця 3

Результати проведення операцій з підтримання ліквідності банків в 2009 (9 міс.) р. (млн. грн.), % [6]

Період	Загальний обсяг наданих коштів	Через постійно діючу лінію рефінансування (кредити овернайт)		Шляхом проведення тендерів з підтримання ліквідності банків			Інші кредити
		Обсяг наданих коштів	Процентна ставка, %	Обсяг наданих коштів	Процентна ставка, %	Строк, днів	
Січень	4726,5	2224,2	16,0-17,0	-	-	-	2502,3
Лютий	3991,0	3503,5	18,019,7	487,5	22,1-22,5	1-13	-
Березень	2676,4	2368,7	18,0-19,9	307,7	21,9-23,5	13-14	-
Квітень	340,3	312,5	20,0	27,8	20,1-23,5	13-29	-
Травень	134,2	109,6	20,0	24,6	21,0-22,0	13-34	-
Червень	110,0	110,0	18,0-20,0	-	-	-	-
Липень	113,4	111,7	18,0	1,7	17,0	13	-
Серпень	59,5	39,1	16,0-18,0	20,4	16,0	13	-
Вересень	9,2	9,3	17,0	-	-	-	-
Разом	12160,5	8788,5	X	869,7	X	X	2502,3

Як свідчать дані табл. 3, основна частина обсягу рефінансування приходить на перший квартал 2009 р. Це пов'язано з тим, що в ці місяці НБУ продовжував заходи по стабілізації ситуації в банківській системі і продовжував підтримувати ліквідність банків.

Одним із недоліків існуючого механізму рефінансування є здійснення контролю за цільовим використанням кредитів рефінансування. Серйозною проблемою для банківської системи може стати спрямування кредитів рефінансування НБУ не за призначенням. Йдеться про можливість використання банками отриманих коштів з метою валютних спекуляцій на міжбанківському валютному ринку, а також для виведення валюти за кордон. Очевидно в даному разі потрібно посилити індивідуальний контроль з боку НБУ за роботою керівних органів тих банків котрі отримали відповідні кредити. Цього можна добитися шляхом призначення спеціального представника НБУ, який би виконував наглядові функції за цільовим використанням коштів. За

таких умов може бути розглянуто можливість надання в окремих випадках кредитів рефінансування без застави як більш оперативний інструмент політики рефінансування.

На основі проведеного дослідження розглянемо основні напрямки удосконалення інструментів та механізмів регулювання ліквідності банківської системи:

- посилення ролі економічних нормативів ліквідності і розгляд питання щодо встановлення нормативу довгострокової ліквідності.
- розширення в чинній нормативній базі наявного інструментарію підтримання ліквідності банків внутрішньоденними кредитами, наявність яких в арсеналі інструментів Національного банку України дозволило б при запровадженні вимоги зберігання коштів обов'язкових резервних вимог на окремому рахунку в центральному банку, як це передбачено чинними нормами права, забезпечити оперативне підтримання миттєвої ліквідності банків протягом одного робочого дня, що сприятиме ефективному управлінню ліквідністю банківської системи України у разі виникнення надзвичайних обставин та суттєвого погіршення ситуації на грошово-кредитному ринку;
- обмеження застосування Національним банком України протягом одного дня кредитних і депозитних операцій та перехід до застосування в кінці дня чистих операцій — кредитних або мобілізаційних залежно від стану ліквідності (за виключенням незначного обсягу операцій овернайт). Така практика відповідає світовій і стимулює розвиток міжбанківського ринку у його здатності перерозподіляти грошові кошти, зменшить очікування банків на посередництво Національного банку України та стимулюватиме проведення більш зваженої кредитної політики окремими банками;
- спрощення процентного інструментарію грошово-кредитної політики шляхом скорочення кількості ставок за кредитами овернайт через відміну бланкових кредитів овернайт, що прийатиме чіткому формуванню орієнтирів щодо максимальної вартості кредитних ресурсів овернайт на ринку;
- проведення основного обсягу операцій на регулярній основі залежно від ситуації на грошово-кредитному ринку депозитних або кредитних операцій із 7 або 14-денною строковістю. За-

стосування такого підходу дозволить підвищити прозорість та прогнозованість операцій центрального банку, встановити ключову ставку-орієнтир для суб'єктів грошово-кредитного ринку;

- спрощення та стандартизація депозитного інструментарію регулювання ліквідності шляхом зменшення кількості депозитних інструментів у розрізі строків їх використання. Адже як свідчить зарубіжний досвід, численні та нестандартизовані інструменти та процентні ставки центрального банку, а також різноманітна строківість операцій можуть зробити процентну політику недостатньо передбачуваною, що негативно позначиться на динаміці змін (волатильності) вартості ресурсів на ринку.

Визначені заходи у сукупності із заходами, спрямованими на розв'язання проблем, що потребують проведення окремого дослідження, таких як узгодження фіскальної та монетарної політики, стимулювання розвитку фінансового ринку, насамперед ринку державних цінних паперів, посилення реальної операційної незалежності Національного банку України дозволять в перспективі підвищити ефективність регулювання грошово-кредитного ринку з метою досягнення цінової стабільності як пріоритетної (у середньостроковій перспективі) цілі Національного банку України.

### *Література*

1. Барановський О. Антикризові заходи урядів і центральних банків зарубіжних країн // Вісник НБУ. — 2009. — № 4. — С. 8-16.
2. Дзюблюк О. Грошово-кредитна політика в період кризових явищ на світових фінансових ринках // Вісник НБУ. — 2009. — № 5. — С. 20-30.
3. Національний Банк України. Аналітичний звіт “Дії Національного банку України в період загострення світової фінансової кризи”. — К., 2009.
4. Науменкова С. Проблеми підтримки фінансового сектору в умовах світової кризи // Вісник НБУ. — 2009. — № 6. — С. 12-19.
5. Петрик О. Фінансова криза в Україні та заходи щодо її подолання // Вісник НБУ. — 2009. — № 8. — С. 4-10.
6. Офіційний веб-сайт Національного Банку України // <http://www.bank.gov.ua>.

7. Стельмах В. С. Монетарна політика Національного банку України: сучасний стан та перспективи змін. — К., 2009. — <http://www.bank.gov.ua>.
8. Шаповалов А. Національний банк України діяв і діятиме адекватно загальноекономічній ситуації // Вісник НБУ. — 2009. — № 3. — С. 3-7.

### *Резюме*

У статті розглядаються антикризисні дії Національного банку України і, в першу чергу, заходи по підтримці ліквідності банківської системи України в період загострення фінансового кризису. Проведено аналіз об'ємів і інструментів рефінансування банків в період фінансового кризису. Розроблено ряд пропозицій по удосконаленню інструментів і механізму регулювання ліквідності банківської системи.

*Рецензент канд. економ. наук, доцент Т. М. Падалко*

УДК 657:657.446

*О. В. Побережец, Е. И. Масленников*

## **СТРУКТУРА МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ЛИКВИДНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Ликвидность любого предприятия, фирмы, хозяйствующего субъекта — это способность быстро погашать свою задолженность. Ликвидность определяется соотношением величины задолженности и ликвидных средств, находящихся в распоряжении предприятия. Ликвидными называются такие средства, которые могут быть использованы для погашения долгов (наличные деньги в кассе, депозитные вклады, размещенные на счетах банках, ценные бумаги, реализуемые элементы оборотных средств, такие как: топливо, сырье и т. п.).

Ликвидность хозяйствующего субъекта можно узнать по его балансу. Значит, по существу, ликвидность баланса изучаемого предприятия будет означать ликвидность всего предприятия в целом. Ликвидность баланса выражается, в свою очередь, в степени покрытия обязательств хозяйствующего субъекта, предприятия его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств.

Ликвидность означает безусловную платежеспособность предприятия и предполагает постоянное равенство между активами

и обязательствами как по общей сумме, так и по срокам наступления. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков.

Методология управления текущей ликвидностью — это совокупность научно обоснованных и практически апробированных методов, реализующих функции управления текущей ликвидностью предприятия.

Объектом методологии является процесс формирования текущей ликвидности предприятия в результате осуществления его деятельности, связанной с производством и реализацией продукции (товаров, работ, услуг).

Основными научными компонентами структуры методологии являются:

- теоретическая основа;
- обеспечивающий инструментарий;
- совокупность функционально ориентированных методов;
- совокупность методов решения прикладных задач.

Теоретическую основу методологии составляют ее цель, задачи, критерий, отражающий степень достижения цели, принципы, ограничения, а также ряд базовых экономически категорий.

Целью управления текущей ликвидностью является создание условий, обеспечивающих жизнеспособность предприятия, недопущение его несостоятельности вследствие снижения уровня текущей ликвидности.

К основным задачам методологии относятся:

1. Реализация основных функций управления текущей ликвидностью, в первую очередь — планирование, анализ, регулирования.
2. Предотвращение ухудшения текущей ликвидности вследствие установления нерационального уровня экономических и финансовых показателей деятельности предприятия.
3. Определение причин изменения текущей ликвидности в результате деятельности предприятия, связанной с производством и реализацией продукции.
4. Восстановление приемлемого для предприятия и его кредиторов уровня текущей ликвидности в процессе реализации стратегии финансового оздоровления.

Критерием оценки уровня текущей ликвидности является коэффициент, определяемый отношением стоимости оборотных активов и краткосрочной кредиторской задолженности.

Критерием оценки уровня текущей ликвидности является коэффициент, определяемый отношением стоимости оборотных активов и текущей кредиторской задолженности.

Основными принципами методологии являются:

- системность, заключающаяся в формировании ее структуры как совокупности взаимосвязанных элементов;
- целостность, заключающаяся в построении комплекса методов управления текущей ликвидностью предприятия на единой теоретической базе;
- комплексность, заключающаяся в реализации полного состава функций управления текущей ликвидностью;
- открытость, предполагающая дальнейшее совершенствование и развитие методологии.

Основными ограничениями методологии касаются состава предприятий, вида их деятельности, последовательности ее этапов, определение категории “жизнеспособность предприятия”.

Состав предприятий ограничен производственными, имеющими полный состав этапов текущей (обычной) деятельности, включая обеспечение (снабжение), производство, сбыт, погашение образовавшихся долгов.

Рассматривается только текущая (обычная) деятельность предприятия. Другие виды деятельности — финансовая, инвестиционная вынесены за рамки методологии.

Под жизнеспособностью предприятия понимается сохранение несостоятельности и недопущение его ликвидации как юридического лица в случае признаков банкротства, обусловленных снижением уровня текущей ликвидности.

Основой управления текущей ликвидностью является подход, при котором процесс производства и реализации продукции рассматривается как финансовый оборот. Структура финансового оборота позволяет выделить:

- 1) этапы — автономные, функционально однородные участки процесса деятельности предприятия, связанной с производством и реализацией продукции;

- 2) факторы — совокупность параметров процесса производства и реализации продукции, оказывающие существенное влияние на динамику уровня текущей ликвидности;
- 3) элементы имущества и источники финансирования, определяющие уровень текущей ликвидности.

При планировании и анализе принято следующее расположение этапов деятельности:

- производство продукции;
- реализация продукции;
- обеспечение (восстановление потребленного запаса оборотных активов);
- погашение кредиторской задолженности.

Обеспечивающий инструментарий методологии состоит:

- базового комплекса моделей, устанавливающих влияние финансовых потоков, связанных с производством и реализацией продукции, на динамику коэффициента текущей ликвидности;
- свойств модели коэффициентов.

Под финансовым потоком понимается изменение стоимости имущества или источника финансирования за определенный период. В бухгалтерском учете анализом финансового потока является дебетовый или кредитовый оборот по бухгалтерскому счету. Альтернативной категорией является запас — стоимость имущества или источника финансирования на определенную дату. В бухгалтерском учете запас определяется как сальдо бухгалтерского счета на эту дату.

Базовый комплекс моделей отражает динамику коэффициента текущей ликвидности по отдельным этапам финансового оборота. Он является основой для приростных и бухгалтерских моделей. На основе приростных моделей установлены условия, обеспечивающие возрастание уровня текущей ликвидности по этапам финансового оборота.

Характер динамики коэффициента текущей ликвидности определяется свойствами его аналитической модели и особенностями изменения ее аргументов. Принципиально важным является поведение коэффициента в окрестности его характерных



точек. Изменение аргументов модели происходит в результате бухгалтерского отражения операций текущей деятельности, которые дифференцированы на симметричные и асимметричные.

Обеспечивающий инструментарий методологии является основанием совокупности функционально ориентированных методов. Их суть — реализация отдельных функций управления. Объектом управления является уровень текущей ликвидности. Необходимо разработать методы, реализующие такие важные функции, как планирование и анализ, разработать функционально ориентированные методы.

Функционально ориентированные методы составляют инструментарий решения совокупности прикладных задач управления текущей ликвидностью предприятия. Состав этих задач является открытым и может пополняться в процессе развития методологии. Для решения каждой из них должен быть разработан специальный метод. Важной прикладной задачей методологии, в частности, является управление текущей ликвидностью в процессе финансового оздоровления предприятия.

Методы решения функционально ориентированных и прикладных задач должны войти в состав инструментария экономиста производственного предприятия. Они должны использоваться в процессе решения задач управления предприятием независимо от его отраслевой принадлежности, организационно-правовой формы и финансово-экономического состояния.

Актуальной для экономической науки и практики проблемой является создание методологии управления текущей ликвидностью производственного предприятия — совокупности научно обоснованных и практически апробированных методов, реализующих функции управления текущей ликвидностью

Для решения этой проблемы необходимо:

- выполнить моделирование динамики коэффициента текущей ликвидности, исследовать его свойства, особенности его изменения в процессе производства и реализации продукции;
- разработать методы решения наиболее важных задач, реализующих функции управления текущей ликвидностью, предназначенных для использования в системе управления производственным предприятием.

### *Литература*

1. Іваненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посіб. — К.: Знання-прес, 2000. — 207 с.
2. Кобилянська О. І. Фінансовий облік: Навч. посіб. — К.: Знання, 2004. — 437 с.
3. Коробов М. Я. Фінансово економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. — К.: Знання, КОО, 2000. — 378 с.
4. Лишиленко О. В. Бухгалтерський фінансовий облік: Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2003. — 524 с.
5. Пушкар М. С. Фінансовий облік: Підр. — Тернопіль: Карт-бланш, 2002. — 628 с.
6. Ткаченко Н. М. Бухгалтерский финансовый учет на предприятиях Украины: Учеб. — К.: А. С. К., 2008. — 864 с.

### *Резюме*

В статті розроблена структура методології управління поточною ліквідністю виробничого підприємства.

*Рецензент доктор економ. наук, професор Захарченко В. І.*

УДК 338.5:332.85

*Р. Е. Поташев*

### **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ЖИЛЬЯ**

В настоящее кризисное время, тема ценообразования на рынке жилья стала еще более актуальной. Растет число прогнозов относительно изменения цен на жилье. Многие из них основываются на предположении о том, что цены накануне кризиса были сильно завышены спекулятивно-инвестиционным спросом. Чтобы прогнозы ценообразования были аргументированными, необходимо, прежде всего, объяснить поведение системы в прошлом и разобраться в ситуации на данный момент. Это нельзя сделать без теории ценообразования на рынке жилья.

Исследования проблемы в отечественной литературе посвящены преимущественно оценке жилья, ипотечному кредитованию, правовым аспектам рынка жилья (О. С. Дроздовская, Ю. М. Манцевич, Р. В. Манн, В. А. Ёлкина, А. Т. Евтух, А. П. Бычков, Т. Н. Загора и др.). Работы исследователей в области ценообразования на рынке жилья (Г. М. Стерник, А. Б. Гусев) не всегда опираются на микроэкономическую теоретическую базу.

Необходимо выяснить специфику ценообразования на рынке жилья, что позволит ответить на вопросы такого плана: почему цены на украинское жилье сопоставимы с европейскими, тогда как зарплаты наших граждан гораздо ниже; существует ли перегрев на данном рынке; почему среднестатистической семье финансово тяжело арендовать жилье.

Возможны несколько вариантов удовлетворения потребности человека в жилье: покупка в собственность жилья на первичном или вторичном рынках (первичное или вторичное жильё), аренда жилья, проживание с родственниками, в общежитии, гостинице, другие варианты (рис. 1). С точки зрения экономической теории перечисленные варианты являются субститутами — товарами заменителями. Т. е., в случае ухудшения потребительских свойств какого-то товара либо повышения его цены потребитель будут стремиться переключиться на потребление другого товара.

В статье будут рассмотрены рынки аренды, первичного и вторичного жилья. Начнем с рынка аренды.



Рис. 1. Товары-субституты: аренда, первичное и вторичное жильё, общежития, гостиницы, проживание у родственников

Упрощение 1. Рынок аренды — рынок совершенной конкуренции. Товар однороден по потребительским свойствам. Большое количество независимых продавцов и покупателей.

Модель 1. Объект наблюдения — центр какой-либо территории (к примеру, районный или областной центр, либо столица). Периферия не рассматривается. Данная модель опирается на теоретическое построение Хэла Р. Вэриана [1, с. 15-35]. Университет, как фактор “притяжения”, был заменен желанием людей жить в центре ввиду более высокого уровня жизни в нем; внутреннее кольцо называем центром, внешнее кольцо — периферией.

Резервная цена — это наивысшая цена, по которой покупатель (арендатор) все еще согласен купить товар (арендовать квартиру). Расположив всех покупателей (арендаторов) какого-либо центра по уменьшению их резервной цены так, чтобы по оси X отчислялся его порядковый номер, а по оси Y — его резервная цена, получим функцию спроса (рис. 2).

На рынке аренды центра (внутреннего кольца)  $K$  арендодателей и  $K+N$  потенциальных арендаторов. Факты, косвенно подтверждающие данный тезис (тезис о существенном физическом дефи-

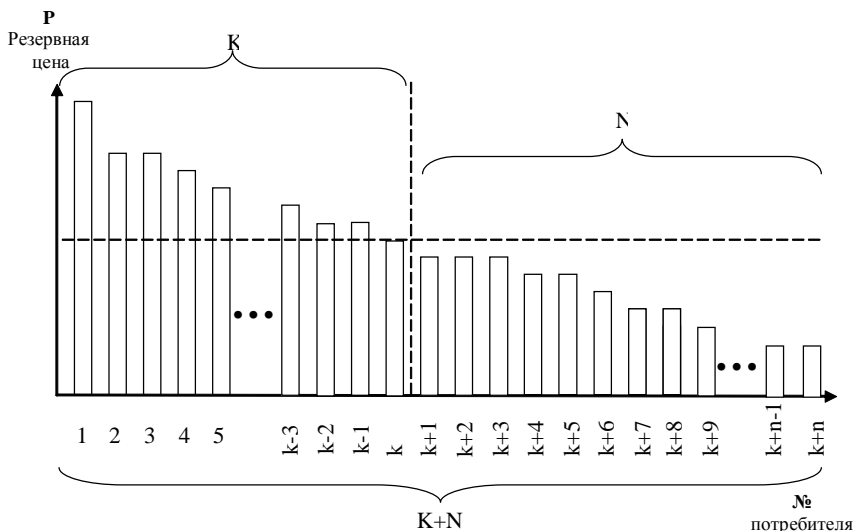


Рис. 2. Ранжирование покупателей (арендаторов) по их резервной цене (функция спроса)

ците жилья в центре, т. е. о том, что  $N$  довольно-таки велико по сравнению с  $K$ ), представлены в статье “Прогнозирование ценовой ситуации на рынке жилья в условиях экономического кризиса” [2]. Согласно модели, арендовать квартиру смогут только  $K$  арендаторов, причем пожелавшие и способные заплатить наибольшую резервную цену. В среднесрочном периоде для этих арендаторов номинальный долларовый доход увеличивался на 30 % [3], резервная цена, можно предположить, в среднем увеличивалась примерно теми же темпами. Арендные ставки в Киеве увеличивались сопоставимыми темпами [4]. В среднесрочном периоде количество арендодателей менялось не значительно. Соответственно и количество удовлетворенных арендаторов тоже. Что это за люди, неудовлетворенные  $N$  арендаторов? Студенты, молодые специалисты, работники бюджетной сферы, другие низкодоходные слои населения (мало того, среднедоходные слои населения также испытывают финансовые затруднения при аренде). Какие варианты поведения имеют неудовлетворенные арендаторы? Вернуться на периферию, жизнь в общежитиях, у родственников; особо следует отметить такой вариант, как совместная аренда (рис. 3). Совмест-

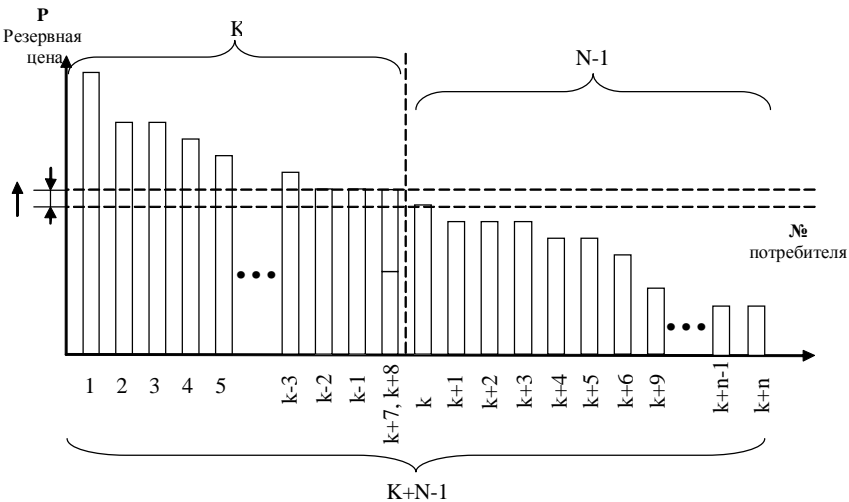


Рис. 3. Влияние совместной аренды на величину резервной цены последнего удовлетворенного арендатора и на общий уровень аренды

ная аренда увеличивает покупательную способность арендаторов (случай совместного проживания  $k+7$  и  $k+8$  арендаторов), увеличивает их резервную цену, хоть и уменьшает общее количество арендаторов ( $K+N-1$ ), тем не менее, увеличивает покупательную способность первых  $K$  арендаторов, что толкает вверх индекс аренды (который увеличивается с размера резервной цены  $k$  арендатора до размера резервной цены  $k+7$  и  $k+8$  арендаторов). Арендатор под номером  $k$  остается за “бортом”.

Анализ статистических данных [2] позволяет сделать вывод, что в последние годы (начиная с 2000) и даже весь постсоветский период количество арендодателей увеличивалось не значительно (так как мы предполагаем, что количество арендодателей есть некая функция обеспеченности жильем, показатель обеспеченности жильем, в свою очередь, возрос на несколько процентов [3]). Увеличение количества арендодателей (с  $K$  до  $K+1$ ) приведет, соответственно, к увеличению количества удовлетворенных арендаторов (удовлетворенным окажется и  $k+1$  арендатор), что, согласно модели, снизит общую цену аренды до резервной цены последнего удовлетворенного арендатора ( $k+1$  арендатор). Факт роста числа арендодателей и его влияние на резервную цену отображены на рис. 4.

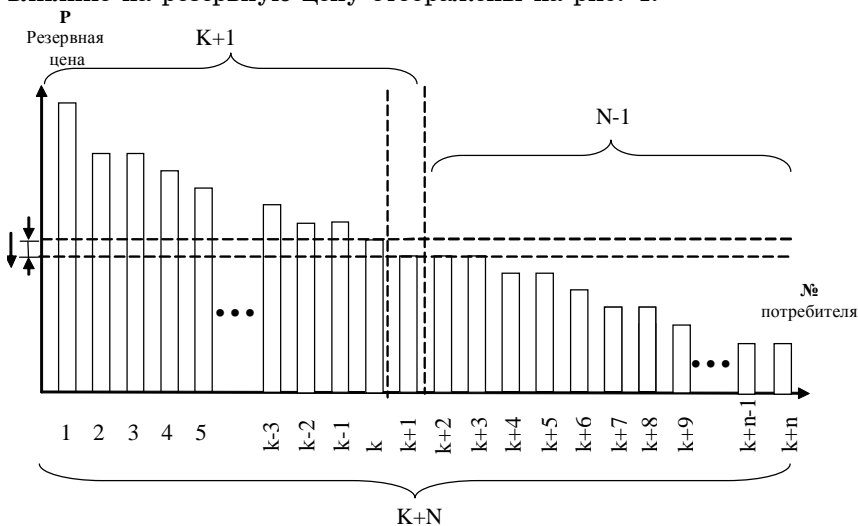


Рис. 4. Влияние увеличения количества арендодателей на величину резервной цены последнего удовлетворенного арендатора и на общий уровень аренды

Антиупрощение 1. Реальный рынок аренды далек от рынка совершенной конкуренции. Квартиры различны по своим потребительским свойствам (количество комнат, месторасположение, наличие ремонта и прочее). Информация на рынке не распространяется мгновенно. Рынки некоторых центров могут иметь черты олигопольных. Тем не менее: в большом центре, будь то областной центр или столица, существует большое количество независимых арендаторов и арендодателей, не способных самостоятельно влиять на равновесную цену. Таким образом, рынок аренды центра — рынок монополистической конкуренции. Для такого рынка разработанная модель будет применима, хотя взаимодействие участников будет иметь несколько иной вид:

- не будет единой цены для всего центра, т. е. равновесная цена на графике не будет иметь вида горизонтальной прямой, это будет некая кривая, учитывающая как потребности арендаторов, так и свойства предлагаемых квартир;
- равновесие на таком рынке будет наступать несколько дольше;
- часть квартир будет пустовать некоторое время.

Также представляется неправомерным такое понятие для рынка аренды как инвестиционный спрос. Следовательно, данный рынок отображает реальное соотношение спроса и предложения на данный момент (конечного же с учетом влияния других рынков — как будет показано позже (гипотеза 1), перегревы на рынках первичного и вторичного жилья влияют на рынок аренды).

Характерные тенденции рынка аренды последних лет:

- увеличение большими темпами резервной цены арендаторов вследствие увеличения номинальных долларовых доходов населения (по ряду причин необходимо рассматривать именно номинальные, а не реальные доходы);
- повышенный интерес жителей периферии к центру, депопуляция периферии;
- незначительное увеличение показателя обеспеченности жильем;
- автомобилизация и повышение транспортной доступности повышают привлекательность близлежащей периферии (население, проживая на периферии, может работать в центре).

Распространено представление, что предложение на рынке аренды в  $n$ -ое количество раз превышает спрос. Следует обратить внимание на его ошибочность (несоответствие употребляемых терминов их экономическому содержанию). На самом деле в этой фразе подразумевается, что нереализованное предложение превышает неудовлетворенный спрос. Хотя, фактически, большая часть предложения реализована — это те квартиры, которые уже сдаются в аренду. Более того, говоря о размерах спроса на аренду, обычно пользуются данными агентств недвижимости, в последних же есть заявки только первых из  $N$  потенциальных арендаторов, так как последние из  $N$  оставшихся потенциальных арендаторов даже и не “мечтают” арендовать квартиру при текущем уровне цены аренды, соответственно не информируют агентства недвижимости о желании арендовать жилье.

Теперь рассмотрим рынки покупки первичного и вторичного жилья.

Упрощение 2. Вторичное и первичное жилье имеют совершенно одинаковые характеристики. Как следствие — у первичного и вторичного жилья одинаковая цена. С точки зрения потребителя совершенно безразлично, что покупать.

Модель 2. Превышение части суммы доходов, направляемых на покупку жилья, над общей стоимостью первичного жилья приводит к появлению части неудовлетворенных покупателей, которые имеют возможность (деньги) и желание удовлетворить свою потребность. На рынке первичного жилья — дефицит, следовательно, покупатели переориентируются на рынок вторичного жилья. Будет происходить повышение цены на нем. В каких пределах? Это зависит от различных факторов: количества неудовлетворенных покупателей, количества желающих продать вторичное жилье, цены на другие блага и прочее. Ввиду совершенной идентичности для покупателей жилья на первичном и вторичном рынках (упрощение 2), покупателю совершенно безразлично, что покупать. С другой стороны, представляется совершенно очевидным, что для строителей в данной ситуации совершенно нецелесообразно продавать жилье дешевле вторичного (т. е. недополучать прибыль), оставляя цены на прежнем уровне, соответственно, они будут повышать цены до уровня цен на вторичном рынке.



В случае увеличения стоимостного выражения всего первичного жилья (в следствии увеличение строительства первичного жилья), либо в случае уменьшения части суммы доходов, направляемых на покупку жилья (к примеру, экономический кризис), возможна ситуация, когда не все первичное жилье выкупается, продавцы вторичного жилья снижают цены ниже цен первичного рынка, увеличивается количество сделок на первичном и вторичных рынках, устанавливается равновесие при более низком уровне цен.

Антиупрощение 2. Упрощение 2 вводилось для создания модели 2. Без данного упрощения модель взаимодействия спроса и предложения на рынке покупки жилья также функционирует, но несколько в измененном виде.

Составим таблицу свойств и характеристик первичного и вторичного жилья, и опишем, как они влияют на цену.

Таблица 1

Свойства и характеристики первичного и вторичного жилья, а также характер их влияния на цену

Первичное жилье	Вторичное жилье
1. (+) Удобная планировка, отвечает современным стандартам.	1. (-) Неудобная планировка, устаревшие технологии.
2. (+) Коммуникации: новые.	2. (-) Коммуникации: старые.
3. (+) Хороший район.	3. (++) Разные районы.
4. (-) Ожидание осадки.	4. (-) Большой возраст.
5. (-) Сложно взять кредит на покупку.	5. (+) Просто взять кредит.
6. (-) Существуют риски недостроя.	6. (+) Отсутствуют риски недостроя.
7. (++) Большие размеры.	7. (++) Маленькие размеры.
8. (-) (2) Отложенное пользование.	8. (+) (2) Пользование сразу после покупки.
9. (-) Доход от сдачи в аренду не возможен (во время достройки).	9. (+) Возможен доход от сдачи в аренду.
10. (+) Повышение привлекательности по мере готовности дома.	10. (0) Стабильная привлекательность.
11. (-) (1) Отделка: чаще всего, что «от строителей».	11. (+) (1) Отделка: разная, но, в большинстве своем, пригодная для жизни.
12. (+) Однородная социальная среда.	12. (-) «Разношерстные» соседи.
13. (-) Возможно отсутствие инфраструктуры (садики, школ, магазинов и т. д.).	13. (+) Устоявшаяся инфраструктура.

Разница в цене между первичным и вторичным жильем показывает “баланс” этих свойств и характеристик. По значимости, можно предположить, наибольшее влияние на разницу в цене оказывают в первую очередь факторы 11 и 8, далее — все остальные.

С течением времени предпочтения потребителей могут меняться, что отображено на рис. 5 как изменение расстояние между двумя линиями, т. е. разница в ценах на первичное и вторичное жилье меняется во времени. Эти линии могут даже пересекаться, а разница становится равной нулю. Это зависит от характера предпочтений потребителей и того, как они меняются во времени. К примеру, в определенный момент времени для потребителей являлись важными факторы простоты взятия кредита и сдачи в аренду жилья, что приводило к большей ценности вторичного жилья. Далее, к примеру, вследствие действия каких-либо факторов, для потребителей стало важным жить в больших просторных квартирах с новыми коммуникациями и соседями того же достатка. Это выражается в повышении ценности первичного жилья, вплоть до ее превышения над ценностью вторичного жилья.



Рис. 5. Изменение во времени влияния факторов на разницу в цене между первичным и вторичным жильем

По большому счету нет четкой грани для потребителя, “водораздела” между первичным и вторичным жильем — существует постепенная градация от “чисто” первичного жилья (этап “котлована”) до “чисто” вторичного: покупка только что сданного жилья от строителей, покупка только что сданного жилья у инвестора, покупка жилья в доме, построенном год назад. Таким образом, для покупателя нет рынков первичного и вторич-

ного жилья по отдельности — есть рынок покупки жилья, которому присуще большое разнообразие товара с различным набором потребительских свойств.

С учетом антиупрощения 2 модель 2 функционирует почти также: только теперь равны не цены на первичное и вторичное жилье, а взвешенные предельные полезности этих товаров.

Учет различий в характеристиках вторичного и первичного жилья (антиупрощение 2) может, к примеру, объяснить: перегрев рынка вторичного жилья (относительно рынка первичного жилья) из-за лучших условий кредитования (на рис. 5 отображено как “горб” цены вторичного жилья); различие цен двух рынков ввиду различия потребительских свойств жилья каждого из них.

Исследователями проблемы высказано мнение, что рынок вторичного жилья намного более реалистично отображает ценовую ситуацию на рынке жилья, нежели рынок первичного жилья [5, с. 49]. Основные аргументы такой позиции: цены на первичное жилье могут изменяться скачкообразным образом по мере готовности дома; при желании быстро продать девелоперы могут пойти на существенное снижение цен и прочее. Но для рынков первичного и вторичного жилья возможны перегревы из-за спекулятивно-инвестиционного спроса. Рынок аренды, как индикатор соотношения спроса и предложения на рынке жилья, лишен этого недостатка.

Итак, можно считать установленной взаимосвязь между рынками первичного и вторичного жилья. Как же эти рынки связаны с рынком аренды?

Гипотеза 1. Рынок аренды с одной стороны и рынок покупки первичного и вторичного жилья с другой стороны связаны между собой через соотношение (аренда жилья за год)/ (цена жилья). Чем оно выше — тем выгоднее купить жилье, нежели его арендовать. Экономическая природа этого соотношения основывается, вероятно, на временном предпочтении — свойстве человеческого характера предпочесть текущее потребление потреблению в будущем. Временное предпочтение, в свою очередь, зависит от различных факторов: продолжительности жизни индивида, менталитета и традиций, ожиданий, экономической ситуации на данный момент и ожиданий ее изменения и прочего. Вопрос о том, каким должен быть уровень этого соотношения, оставляем открытым.

Вышеизложенная модель позволяет, как описать большую часть тенденций ценообразования на рынке жилья стран с переходной экономикой, в т. ч. и Украины, так и спрогнозировать дальнейшее поведение цен.

В процессе написания статьи естественным образом обозначились пути дальнейших исследований в области ценообразования на рынке жилья:

- соотношение изменения доходов и изменения резервной цены;
- соотношение аренда-цена, его уровень, характер изменений;
- соотношение стоимости построенного жилья и суммы средств, направляемых на его выкуп;
- вклад ипотеки в ценообразование на рынке жилья.

### *Литература*

1. Вэриан Хэл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень: Современный подход. — М.: Юнити, 1997. — 767 с.
2. Поташев Р.Є. Прогнозування цінової ситуації на ринку житла в умовах економічної кризи // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2009. — № 35. — С. 90-96; Поташев Р. Е. Прогнозирование ценовой ситуации на рынке жилья в условиях экономического кризиса // <http://roman-potashев.narod.ru/Articles.html>.
3. Державний комітет статистики України. — <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Стоимость аренды квартир. Компания SV-Development. — <http://www.svdevelopment.com/ru/web/rent/>
5. Манн Р. В. Ціноутворюючі фактори на регіональному ринку нерухомості // Економіка & Держава. — 2006. — № 3. — С. 49-50.

### *Резюме*

У статті подано складові частини ринку житла, якими є оренда житла, придбання житла на первинному або на вторинному ринках, проживання в гуртожитках, в готелях чи з родичами. Розглянуто механізм ціноутворення на трьох сегментах ринку житла: на ринках оренди, первинного та вторинного житла. Використано метод побудови спочатку найабстрактніших моделей, а потім підлягають розгляду більш конкретні фактори, що формують реальну ринкову ситуацію.

*Рецензент доктор економ. наук, професор Н. А. Уперенко*

**КЛАСТЕРНІ ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМЦІВ ЯК  
ТЕРИТОРІАЛЬНО-ВИРОБНИЧА ФОРМА ОПТИМІЗАЦІЇ  
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ГОСПОДАРСТВА  
ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ**

Для реструктуризації туристично-рекреаційного господарства, встановлення рамок аналізу та виділення секторів, які мають бути ядром конкурентоспроможній туристичній галузі в регіоні, слід також враховувати рівень розвитку підприємництва та їх взаємозв'язок з секторальною структурою регіональної індустрії туризму. Ядром конкурентоспроможного регіонального турпродукту є транспортування, засоби розміщення, аксиологічні (руко-творні) та природні (нерукотворні) ресурси та достопримні ат-крактивні об'єкти. Сутністю регіонального турпродукту є його унікальні здібності задовольнити ціль та мету мандрівки ту-ристів. Найбільш поширеною діяльністю в регіональній індустрії туризму є бізнес туроперейтингу (проектування та розробка про-грам мандрівок та відпочинку туристів) та його подальша реалізація через турагентську мережу за межами регіону на умовах рецептивної дистриб'юції та агентські відносини турагентів з засобами розміщення та екскурсійно-музейними установами. Але вибір бренду місцевого турпродукту споживачами залежить від багатьох факторів привабливості туристичного регіону та його позиціонування на турринку за межами регіону, стану туристич-ної інфраструктури регіону, об'єднань підприємців туризму.

Досліджуючи конкурентоспроможність регіональної індустрії туризму треба звернути увагу на її структурні сучасні зрушення, а саме вихід на регіональний туристичний ринок кластерних об'єднань та спеціалістів туристичного супроводження — фахівців-підприємців, які мають відповідні дозволи державних ре-гіональних установ. Сучасні наукові дослідження з проблем кон-курентоспроможності регіонального туризму багато уваги приділя-ють кластерної моделі управління підприємствами в регіональ-ної економіці [1]. Відомо визначення кластера М. Портера, який розкриває його сутність як “зосередження в географічному ре-гіоні взаємопов'язаних підприємств і установ в межах окремої галузі” [2, с. 106].

Узагальнюючі наукові підходи ряду авторів, можна стверджувати, що регіональна сутність кластерної моделі — це поєднання зусиль управління та можливостей підприємств певного технологічного процесу в регіоні для досягнення конкурентних переваг мети. На нашу думку туристичні кластери повинні покращити екологію й привабити інвестиції, спонукати інноваційні процеси в туристичній галузі. Практично проблема формування кластерів пов'язана з відсутністю бюджетних коштів для фінансування соціокультурних об'єктів рекреації та туризму. В сенсі регіональної проблематики туризму ми звернулись до зарубіжної практики. Так, на базі туристичних інформаційних центрів муніципального та регіонального рівня Великобританії розроблені пілотні проекти для утворення кластерних туристичних агентств по просуванню послуг внутрішнього туризму і такі проекти вже реалізовані в містах та регіонах (Нортгемптон, Честер), а також державно-бізнесової структури (туристичний альянс Узльса, Шотландський туристичний форум), холдинг туристських атракціонів “Тюссо груп”, який з 2005 р. став часткою інвестиційної компанії “Дубай інтернешел капітал”, в США діє регіональна бізнес-асоціація “Визит-Флорида [3, с. 311].

Проведені дослідження та вивчення закордонного опиту підтверджує, що принциповими напрямками залучення підприємців до управління розвитком туристичних регіонів можуть бути такі інноваційні структури: 1) кластери; 2) секторальні об'єднання, започатковані на основі інтересів окремих секторів індустрії туризму; 3) об'єднання, які мають загальні цілі в розвитку певного туристичного маршруту — держави, регіону, курорту; 4) об'єднання, які мають інтерес в розвитку туризму в цілому. Але на думку фахівців та науковців найбільш перспективною для туристичних регіонів є кластерна модель управління розвитком підприємницького потенціалу в туристсько-рекреаційній сфері. М. Портер відзначає, що кластери охоплюють значну кількість різного роду підприємницьких структур, важливих для конкурентної боротьби, а саме: постачальників спеціального обладнання, нових технологій та послуг тощо [4].

Крім того, “багато кластерів включає урядові та інші установи — такі, як університети, центри стандартизації, торгові асоціації, що забезпечують спеціалізоване навчання, освіту, інформацію, дослідження, технологічну підтримку” [5, с. 63].

Кластери не просто місцева концентрація промисловості. Вони служать ареною, де здійснюється реальна взаємодія між місцевими фірмами, а також між регіональними підприємствами та іншими інституціями. В кластері виникає взаємна підтримка і координація, яка в повсякденному діловому спілкуванні називається “соціальний капітал” або “довіра”. Якщо розглядати кластерну модель як зосередження зусиль державних регіональних органів влади та бізнес-суб’єктів, в сфері туризму, то вона є геоцентричною з підприємницькою філософією ведення туристичного бізнесу. Вона може стати каталізатором вирішення проблем стану матеріальної бази туристичної інфраструктури в туристичних регіонах України та залучення інвестиційних джерел. Модель функціонування туристичного кластеру регіону наведено нами в рис. 1. На нашу думку, запропонована наступна блок-схема функціонування регіонального туристичного кластеру об’єднує зусилля регіональних органів влади і ключових учасників кластерів на виробництво певного регіонального туристичного продукту та дозволяє диверсифікувати його за видами туризму згідно попиту споживачів.

Таким чином, кластерна модель базується на використанні географічного фактору, який є геопросторовою концепцією об’єднання бізнес-інтересів підприємців для досягнення загальної мети туристичного бізнесу. Наші висновки базуються на наступних концептуально-теоретичних засадах. Для туристично-рекреаційної сфери географічне розташування має найбільш вагомий вплив в на розвиток регіонального туризму. Оскільки на відміну від сфери виробництва необхідно транспортувати споживача до цілі відвідування, а не навпаки. Узагальнюючою характеристикою стану регіонального ринку туристичних послуг є туристичний процес. Туристичний процес пов’язаний з рядом чинників, але основним є мотивація.

Туристи, що проводять дозвілля в подорожі та і туристичних центрах, та підприємці туристичного бізнесу, метою економічної діяльності яких є забезпечення подорожі та дозвілля, виступають суб’єктами туристичного процесу. Туристичний процес є багатоплановим явищем, в межах якого сполучаються соціальні, економічні, культурні, психологічні та екологічні функції туризму. Регіональний туристичний процес характеризується такими параметрами: обсяги переміщень або туристичні потоки, їх ве-

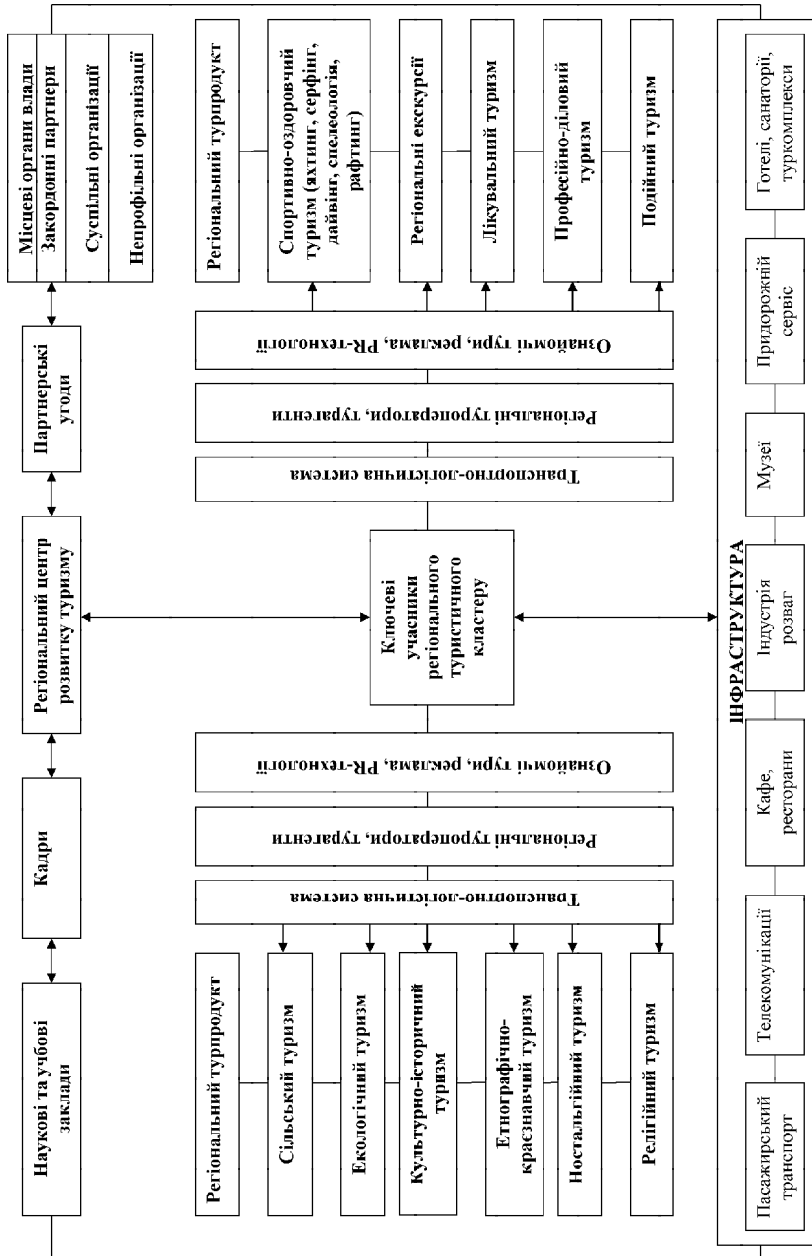


Рис. 1. Схема функціонування регіонального туристичного кластеру



личина, структура, ритмічність, територіальність; обсяги діяльності по задоволенню потреб туристів в ході реалізації мети подорожі, що визначається загальним обсягом надходжень від регіонального туризму в різні рівні бюджету. Експортно-імпортні зв'язки підприємців та спрямованість туризму на внутрішній чи міжнародний ринок визначає сальдо туристичного балансу, яке є різницею між потоком в'їздного та виїзного туризму. Масштаби розвитку туризму засвідчує також показник зайнятості в туристичних підприємствах регіону. Таким чином, характер туристичного процесу комплексно відбиває рівень споживання туристичних послуг в регіоні.

Для подальшого розвитку кластерної моделі підприємницької діяльності в туристично-рекреаційному комплексі Одеського регіону треба враховувати такі виділені нами фактори:

- рівень споживання забезпечується підприємствами регіонального туризму;
- підприємці є суб'єктами ринку виробника, і її діяльність характеризує пропозицію туристичного регіону: її загальний обсяг; тенденції розвитку, галузеву та територіальну структуру, характер послуг та туристичного продукту.

Обґрунтування рішення щодо впровадження кластерної моделі управління розвитком підприємництва потребує аналізу стану регіональної індустрії туризму, який має бути спрямований у двох напрямках:

- 1) туристсько-рекреаційне районування території, що характеризує поширення ресурсного потенціалу та ступінь його використання підприємцями у тому числі:
  - районування за рівнем споживання;
  - районування за рівнем спеціалізації підприємств індустрії туризму;
- 2) інвентаризацію наявних ресурсів регіонального туризму (матеріально-технічних, трудових, інформаційних, фінансових) та їх оцінку.

Необхідним організаційно-економічним інструментом управління регіональним туристичним кластером може бути компонентний системно-структурний аналіз ресурсів, який сполучається з аналізом територіальним, результатом якого є визначення

елементів територіальної структури туристсько-рекреаційної системи туристичного регіону, його виду, форми, ієрархії, спеціалізація на певних видах туризму (з урахуванням граничних навантажень) і наступна делімітація.

Якщо провести SWOT-аналіз підприємницьких структур туристично-рекреаційної сфери одного регіону, то він буде мати дуже багато спільних рис: зовнішні фактори — можливості та погрози, деякі позиції внутрішніх факторів, як наприклад, відсутність необхідних коштів на рекламу, відсутність кваліфікованого персоналу. Кластерна модель в поєднанні з підприємницькою концепцією ведення бізнесу направлена на максимально ефективне використання можливостей і на усунення погроз або перетворення їх у можливості.

Пропонуємо деякі наступні напрямки діяльності регіонального туристичного кластеру:

- 1) реклама і пропаганда туризму в регіоні; розробка регіонального туристичного бренду — зменшення витрат для кожного підприємця, збільшення реклами за спільний рахунок для подальшого просування на зовнішніх ринках;
- 2) сумісне проведення заходів по залученню іноземних та внутрішніх туристів: організація PR-акцій, FAM-турів (ознайомчих турів для фахівців, що генерують турпотік за межами регіону, туристичних агентів; конференцій, симпозіумів, конгрес-турів, ярмарків, розважальних заходів подійного туризму на території регіону.

На думку автора, підприємці та підприємства кластеру самі будуть направляти власні ресурси для подальшої диверсифікації бізнесу туристичного регіону, оскільки для них це ефективний засіб приваблення споживачів. Але туризм, як явище сам по собі діє, як реклама регіону.

Як показали дослідження з проблем підвищення конкурентоспроможності підприємців туризму заслуговує уваги досвід та діяльність місцевих територіальних органів самоуправління, по утворенню самодіяльних недержавних асоціацій. Так, на території Одеського регіону діє Придунайський інформаційний туристичний центр засновниками якого є міська рада м. Вілково, Дунайський біосферний заповідник, туроператор “Вілково-тур” та приватні підприємці з регіону Придунав’я. Основними напрям-

ками діяльності Центру є просування туристичного продукту “Євро регіону Нижній Дунай” як на національному, так і на міжнародних рівнях. За його підтримкою був заснований візит-центр Дунайського біосферного заповідника, власний веб-сайт, де розміщена інформація о туристичних можливостях регіону, підприємцях-фахівцях туристичного супроводу, туристсько-екскурсійних маршрутах, “зелених садибах” приватних підприємств. На протязі 2005-2008 р. р. за рахунок коштів Центру були проведені більш 10 семінарів, тренінгів по підготовці місцевого населення та підприємців, які приймають туристів по напрямкам екологічного, аграрного та краєзнавчого туризму, розробки бізнес-проектів фахівців туристичного супроводу для їх подальшої державної реєстрації. За підтримкою Центру до туристичної діяльності були підготовлені та залучені більш 100 підприємців — фізичних осіб регіону.

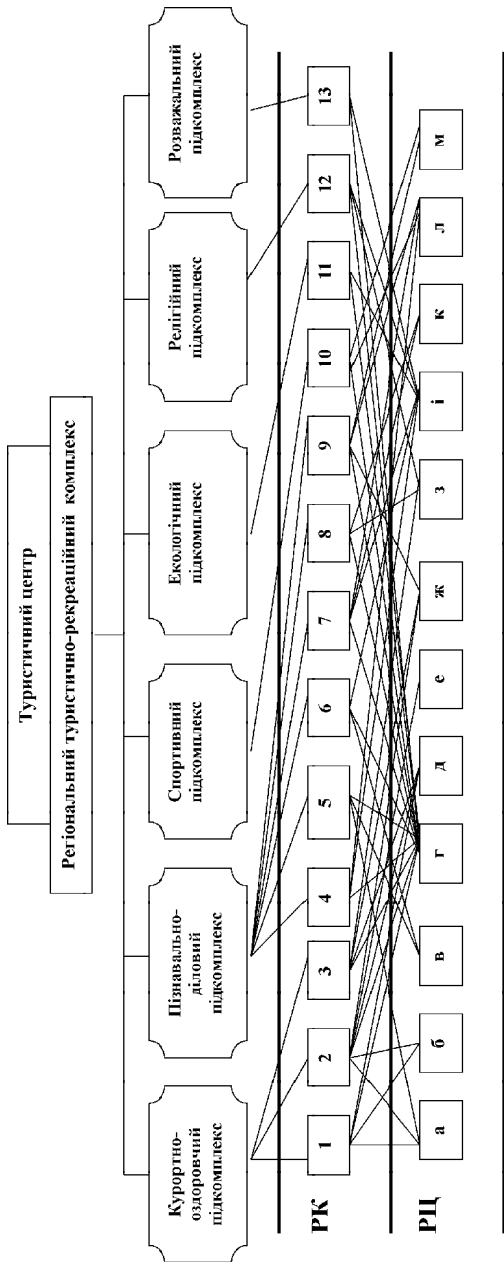
Дослідження щодо опитування 120 туристичних операторів та туристичних агентів проведені Асоціацією “Туристична Буковина” на території Львівської, Закарпатської, Івано-Франківської та Чернігівської областей, виявило, що ринкові відносини в туристичних регіонах найбільш лібералізовані та відбудовуються за рахунок активізації підприємництва в рекреаційно-курортної сфері на базі спеціалізованих регіональних кластерів. Але через нерозвиненість загальної та місцевої туристичної інфраструктури, відсутність вільних коштів для проведення рекламних заходів на регіональному туристичному ринку представлені нерівномірно та неструктуровано. Для розробки подальших заходів щодо підвищення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичного комплексу Одеського регіону треба враховувати, що галузеві секторальні ринки: готельних послуг; послуг туроператорів та турагентів; екскурсійних послуг, тощо, мають ті ж рівні територіальної організації, але тільки ним властиву територіальну структуру, обумовлену специфікою діяльності і є видовими субринками національного туристичного ринку.

Дослідження наукової літератури, фахових публікацій щодо проблем реструктуризації регіонального туристично-рекреаційного комплексу, аналіз розроблених проектів науковців Донецького інституту туристичного бізнесу, кафедри економіки та управління туризмом Одеського державного економічного університету, Львівського національного університету імені Івана Франка, Вар-

шавського інституту туризму, практичний досвід автора дозволяє розглядати формування моделі туристичного центру на базі кластерів рекреаційної діяльності, методологічні підходи якою визначаються циклами рекреаційної діяльності і поєднують системну структуру, яка відображає властивості і відношення як суб'єкта так і об'єкта туристичної рекреації. За їх допомогою можливо урахувати рекреаційні потреби туристів, сформулювати вимоги до умов їх реалізації, визначити технологію обслуговування туристів. На нашу думку, цикли рекреаційної діяльності є підґрунтя для розробки програм рецептивного туropolерейтингу, тому що на підставі поведінкових умов і зразків дає змогу туropolератору на прийомі реалізувати рекреаційні цілі, мотивацію та потреби туристів за рахунок вибору видів рекреаційної діяльності як еталонів туристичного програмування. Рекреаційні цикли мають бути структурною композицією рекреаційних турів, у той же час є предметом організації і моделювання в рекреаційних системах та туристичних центрах. Запропонована узагальнена кластерна модель туристичного центру базується на рекреаційному комплексі та має альтернативність і взаємозаємність ланок, що є умовою рецептивного туropolерейтингу та кластерної спеціалізації регіональних підприємств туристичного бізнесу, наведена в рис. 2.

Проблема подальшого розвитку регіональних рекреаційних кластерів як конкурентоспроможної форми організації туристичного бізнесу досліджувалась українськими науковцями В. Ф. Семеновим, І. В. Давиденко. Науковці сформулювали основні завдання, якими повинен займатися рекреаційно-туристичний кластер [1]. Але на нашу думку елементи кластеру в регіоні повинні бути більш розширені за спеціалізацією діяльності ринкових структур туристично-рекреаційного комплексу регіону. На території Одеського регіону запропоновані для подальшого розвитку вищезгаданими науковцями три кластери: 1) Сергієвський; 2) Придунайський; 3) Татарбунарський.

На нашу думку має перспективи бути визначеним ще один формуючийся кластер, ядром якого буде Нижнедністровський Національний природно-ландшафтний парк за назвою кластеру "Нижнедністровський", з подальшим утворенням туристичного центру. Але для забезпечення функціонування кластерних моделей необхідні зміни та новоутворення у всій ринковій інфраст-



**ЛАНКИ**

Рекреаційні потреби туристів і населення: ж, з, і, к, л, м, -----;  
 Первинні (біосоціальні) потреби туристів і населення: а, б, в, г, д, є, -----

**Рис. 2. Модель регіонального туристичного центру на базі кластерів рекреаційної діяльності**  
**Умовні позначення до рис. 2:** Рекреаційні кластери (РК) — види рекреаційної діяльності: 1 — курортно-лікувальний відпочинок; 2 — курортно-оздоровчий відпочинок; 3 — спортивно-оздоровчий відпочинок; 4 — пізнавальний туризм; 5 — історико-етнографічний туризм; 6 — науковий туризм; 7 — торіко-культурний туризм; 8 — діловий туризм; 9 — торіко-діловий туризм; 10 — спортивний туризм; 11 — ландшафтно-екологічний туризм; 12 — релігійний туризм; 13 — розважальний туризм. Рекреаційні цикли (РЦ) — взаємозв'язані і взаємообумовлені з'єднання видів рекреаційної діяльності, які послідовно здійснюються на базі ведучого циклу рекреаційної діяльності туристичного центру, наприклад: спортивний підкомплекс — яхтинг, дайвінг, дельтапланеризм тощо. Елементарні види рекреаційної діяльності населення — ланки (Ланки): а — їжа; б — сон; в — одяг; г — транспорт; д — побутове обслуговування; е — медичне обслуговування; ж — культурна програма (розваги); з — спорт і пізнавальна діяльність; к — безпека; л — зв'язок; м — банківське обслуговування.

руктурі районів регіону. Для подальших наукових досліджень щодо формування моделей розвитку туристичних центрів регіонального типу пропонується така узагальнена модель, яка може об'єднати кластери як туристично-рекреаційний процес та гармонізацію відношень людини з природою, наведена нами на рисунку 3.

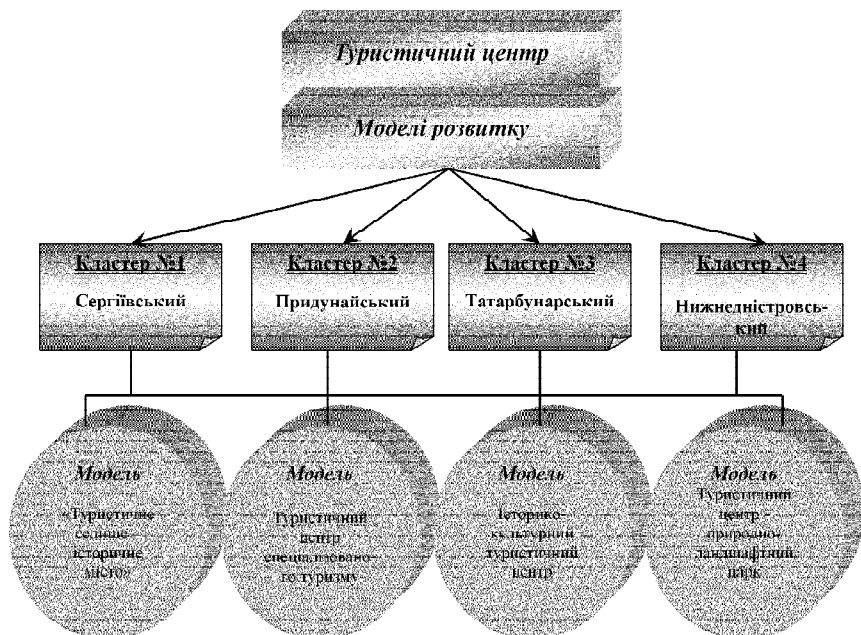


Рис. 3. Кластерні моделі розвитку туристичних центрів в Одеському регіоні

Модель “Історико-культурний туристичний центр”, як модель міста туристичного призначення об’єднує компоненти стану навколишнього середовища, культурної та історичної спадщини, містобудування. Модель забезпечує функціональну інтеграцію різних елементів, формуючих частину регіону: сільських поселень та малих міст, берегових зон, лісопаркових територій. Ця модель може бути спрямована на розвиток вже існуючих атракторів, наприклад, “Акерманська фортеця” (м. Б-Дністровський), Татарбунари.

Модель “Туристичний центр спеціалізованого туризму” — територію перспективного потоку аграрного, зеленого туризму. Основний територіальний елемент — навколишнє середовище, яке раніше не було задіяне. Модель “Туристичний центр — природно-ландшафтний парк”, концепція розвитку якого передбачає створення альтернативи “центру розваг”. Модель “Туристичний центр — туристичне селище — історичне місто”, яка базується на атракторі малих компактних селищ де розміщення туристів інтегровано з діяльністю місцевих мешканців, де туристи мають можливість мати участь в основних видах занять населення не порушуючи традиційну діяльність місцевого населення. Вищенаведені моделі тільки є направлення для подальших регіональних та бізнес-проектів, тому не підвергнути деталізованому аналізу та обґрунтуванню в форматі даного дослідження.

Дослідивши особливості основних елементів рекреаційного територіального відтворювання, основні проблеми формування кластерів підприємців, форми рекреаційної діяльності населення та туристів, можемо показати механізм їх взаємодії для досягнення цілей та завдань подальшого регіонального розвитку туристично-рекреаційного комплексу, наведено на рис. 4.

При реструктуризації інфраструктури туристично-рекреаційної сфери регіону повинні поєднуватися екологічні та соціальні вигоди для суспільства з економічною ефективністю та раціональним використанням міських територій.

Під екологічними вигодами будемо розуміти покращення навколишнього середовища, раціональне використання природних ресурсів, збереження природних ландшафтів, озеленення міст. Також будуть забезпечені такі соціальні вигоди для суспільства, як удосконалення сфер зайнятості, відбудови місцевих ринків праці курортно-рекреаційної та туристичної сферах.

Економічна ефективність досягається за рахунок оптимального використання всіх видів ресурсів, якісного обслуговування, випуском нових товарів та послуг тощо та додаткових надходжень до бюджету.

Таким чином, автором запропоновано узагальнені концептуальні підходи до територіальної організації кластерних об’єднань підприємців і моделі розвитку туристичних центрів, що дозволяє

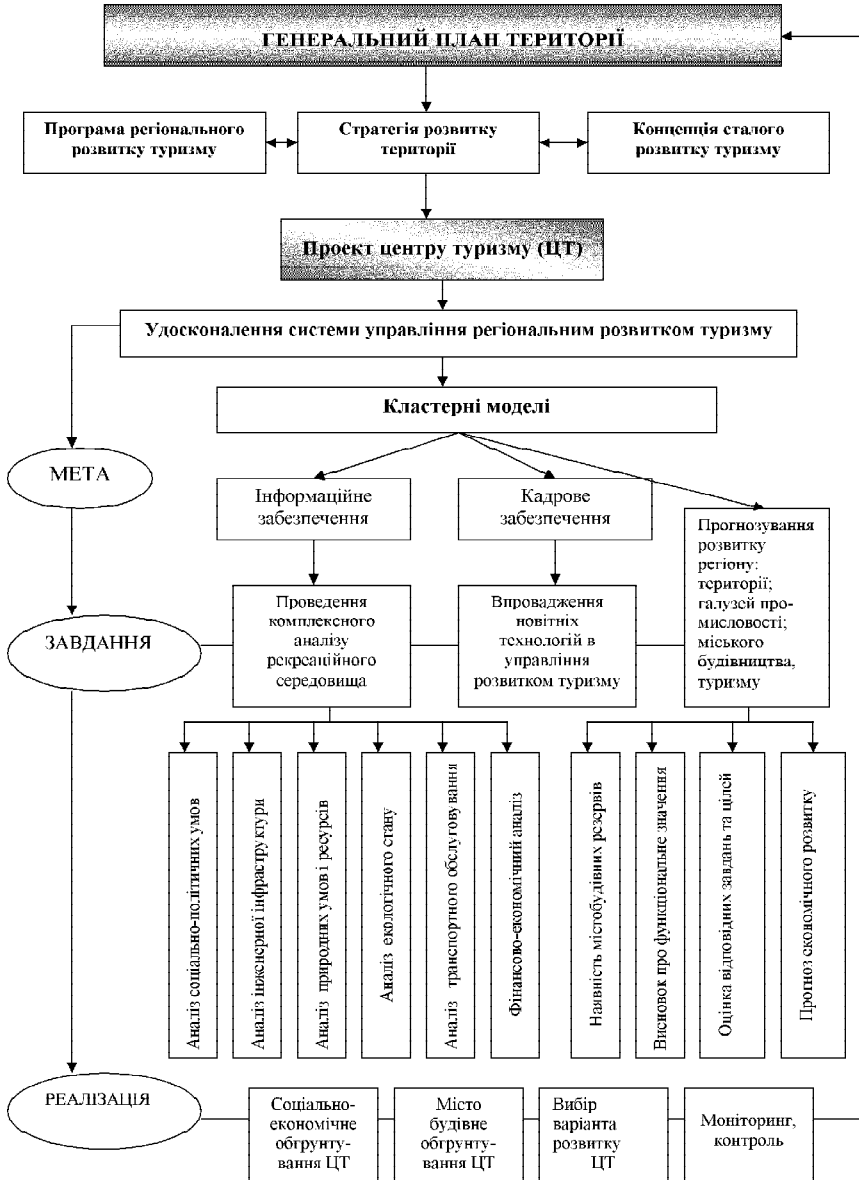


Рис. 4. Процес реалізації концепції управління розвитком туристичної території



вибрати найбільш економічно доцільний шлях розвитку туристичних територій Одеської області.

### *Література*

1. Семенов В. Ф., Балджи М. Д., Мозгальова В. М. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності / За ред. В. Ф. Семенова: Моногр. — Одеса: Optimum, 2008. — 201 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія, практика. — М.: Центр економіки и маркетинга. — 1996. — 364 с.
3. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес. — К.: Знання. — 2007. — 798с.
4. Портер М. Конкуренция. — М.: Вильямс. — 2000. — 623 с.
5. Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме. — Бургас: Селекта, 1998. — 164 с.
6. Костиця М. Н. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер “Древлянська земля”): Моногр. / Заг. ред. Є. І. Ходаківського, Ю. С. Цал-Цалка. — Житомир: ЖДТУ. — 2006. — 196 с.
7. [www.ukragroportal.com](http://www.ukragroportal.com).
8. [www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua).

### *Резюме*

В статье рассмотрены современные проблемы формирования кластерных объединений предпринимателей и их роль в реструктуризации -туристско-рекреационного комплекса Одесского региона, определены ресурсы активизации предпринимательства в рекреационных районах области и предложены концептуальные подходы к управлению развитием туристической территории на базе кластерных моделей.

*Рецензент доктор економ. наук, професор И. А. Гродзинская*

УДК 334.012.62

*В. В. Лук'янова*

## **ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОРПОРАЦІЙ**

Наприкінці ХХ ст. Україна разом з іншими постсоціалістичними країнами стала на шлях ринкового реформування та інтеграції у світову економіку. Унаслідок реалізації програм економіч-

ної трансформації, зокрема приватизації об'єктів державної й комунальної власності, почалося активне створення акціонерних товариств (АТ), які є аналогами західних корпорацій. За даними Державного комітету статистики України, станом на 1 січня 2009 р. в Україні були зареєстровані 31100 АТ, із них 10058 — відкритих (ВАТ), 20502 — закритих (ЗАТ) [1]. Виробляючи близько 75 % ВВП, акціонерні компанії стають провідною формою організації підприємства в Україні [2]. При цьому, за результатами дослідження, проведеного в 2003 р. Міжнародною фінансовою корпорацією (МФК), понад 60 % вітчизняних АТ — невеликі підприємства, із кількістю працівників не більше 50 осіб [3, с. 18].

Вагомий внесок у вивчення специфіки розвитку сучасних корпорацій та корпоративних фінансів зробили вітчизняні вчені: Л. Бакаєв, О. Білорус, І. Бураковський, В. Вергун, А. Гальчинський, В. Геєць, Л. Кістерський, Д. Лук'яненко, С. Мочерний, В. Новицький, Ю. Пахомов, О. Плотников, О. Рогач, В. Рокоча, О. Шнирков, С. Якубовський, а також російські науковці: С. Долгов, Н. Іванов, В. Іноземцев, О. Неклеса, В. Тарасов, М. Чешков та ін. Серед західних авторів варто відзначити І. Ансофа, М. Бруна, М. Дженсена, П. Друкера, С. Майєрса, М. Портера, Дж. Робертса, А. Ругмана, О. Уільямсона та ін. Ступінь розробки зазначеної проблематики можна визнати достатньо високою, але зважаючи на швидкі зміни глобального економічного середовища та постійну трансформацію методів і технологій у сфері корпоративної фінансової діяльності, потребує визначення адаптації світової досвід до українських умов з врахуванням специфіки вітчизняного ведення бізнесу.

Оскільки корпораціями розвинутих країн накопичений значний досвід у сфері фінансової діяльності, який допомагає їм вчасно й адекватно реагувати на інноваційні вимоги економіки, що глобалізується, успішно вирішувати завдання фінансового забезпечення, безпеки та якісної інформаційної підтримки управлінських рішень у сучасних умовах, очевидно, що такі знання мають бути затребуваними в Україні. Але визначаючи можливі шляхи застосування українськими корпораціями західного досвіду, потрібно враховувати, що вітчизняні компанії функціонують в умовах, які помітно відрізняються від тих, що склалися в розвинутих і навіть у багатьох транзитивних країнах.

В ході глобалізації у послідовності складних перехідних станів та трансформаційних процесів у зовнішньому та внутрішньому середовищі західних корпорацій окреслюються певні вектори, що сприяють актуалізації підприємницько-інноваційного напрямку розвитку підприємств. У той самий час, стан вітчизняної економіки та суспільства в цілому слід кваліфікувати не як цілеспрямовану трансформацію, а як системну кризу, що триває вже близько вісімнадцяти років і здійснює негативний вплив на діяльність та фінансовий розвиток українських акціонерних компаній.

Так, наявна нормативно-правова база не забезпечує належно-го захисту прав власників цінних паперів і не врегульовує велику кількість питань управління підприємствами. На сьогоднішній день основоположний законодавчий акт “Про акціонерні товариства” вже кілька років залишається у вигляді проекту, а три базові у сфері правового регулювання діяльності АТ нормативно-правових акти: Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України та Закон України “Про господарські товариства”, — з одного боку, часто з більшими чи меншими розбіжностями дублюють положення один одного, а з іншого, мають істотні протиріччя [4; 5; 6]. Усе це призводить до виникнення корпоративних конфліктів, що істотно зменшує інвестиційну привабливість і вартість вітчизняних АТ, знижує їхню конкурентоспроможність на ринках капіталів, гальмує розвиток фондового ринку тощо. Унаслідок цього досвід українських АТ сьогодні переважно полягає не у впровадженні найкращої світової практики, а в подоланні недосконалості вітчизняного законодавства.

Також потрібно констатувати, що загальноприйнятим у західній практиці стандартам не відповідає і фінансова звітність українських АТ, причому і після введення Національних стандартів бухгалтерського обліку ситуація з якістю розкриття фінансової інформації практично не змінилася. Ці стандарти, відповідно до яких згідно із Законом України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність” [7]. АТ ведуть бухгалтерський облік, є більш жорстко регульованими в порівнянні з міжнародними. У той самий час, законодавство не встановлює обмежень щодо ведення бухгалтерського обліку відповідно до IAS. Рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) від 3 липня 2001 р. № 242 навіть визначене, що емітенти, цінні папери яких мають лістинг на біржі або в тор-

говій системі, повинні подавати організатору торгівлі звітність відповідно до IAS [8].

Однак слід урахувати, що розбіжності у створенні й наданні фінансової інформації у розвинутих країнах і в Україні стосуються не стільки методів віддзеркалення господарських операцій, скільки спрямованості і кінцевої мети формування фінансової звітності. У західній діловому співтоваристві корпорації прагнуть виглядати прибутковими, щоб бути привабливішими для потенційних інвесторів та кредиторів на світовому ринку капіталу. Українські підприємства, навпаки, намагаються занизити свою прибутковість у фінансових звітах, які адресуються, перш за все, державі в особі податкової інспекції. Тому звітні дані не тільки недостатні для ухвалення інвестиційного рішення, але навіть не дають змоги звернути увагу на те чи інше АТ як потенційний об'єкт для інвестицій. Можна констатувати, що в Україні існує система не розкриття інформації, а публікації офіційної звітності, норми якої також виконуються неповною мірою. Унаслідок цього і для АТ, і для їхніх існуючих та потенційних інвесторів витрати взаємодії, а також витрати на пошук достовірної інформації виявляються особливо високими.

Очевидно, що з розглянутих умов ризику діяльності АТ в Україні дуже високі, оскільки доводиться мати справу не тільки з непередбачуваністю кон'юнктури ринку, цін, валютних курсів, але і з недотриманням норм і правил господарської діяльності, нестачею необхідної інформації, корпоративними конфліктами, порушенням договірних зобов'язань тощо. Така нестабільність зовнішнього середовища обумовлює у суб'єктивному вимірюванні керівників низький рівень визначеності в ситуації необхідності обґрунтування фінансових рішень, адже для українських АТ навіть річний цикл іноді доцільно вважати довгостроковим періодом, для якого методи прогнозування є ефективнішими за використовуваний корпораціями розвинутих країн річний бюджет.

Проте необхідно зауважити, що економіко-правовий безлад в Україні викликаний не тільки труднощами перехідного періоду, він свідомо підтримується багатьма політичними силами, які не зацікавлені у встановленні цивілізованих стандартів взаємовідносин на рівні підприємств і національної економіки в цілому. При цьому до складу структур, інтереси яких виражають ці сили, входять керівники АТ та великі українські власники, які

в результаті хижачкої приватизації встановили контроль над підприємствами, внаслідок чого, за оцінками, не менше 80 % акціонерного капіталу України зібрані у великі або контрольні пакети [9, с. 23]. Крупні власники намагаються максимально “закрити” належні їм підприємства, занижувати вартість компаній, їхні фінансові показники, схильні ігнорувати можливості фондових ринків для залучення капіталу, зневажати інтереси дрібних акціонерів, розмивати їхній капітал, а також зацікавлені в підтримці правового безладдя для збереження своїх позицій і створення умов для подальшого перерозподілу власності на свою користь. Більше того, із метою максимізації особистих доходів власники нерідко допускають реалізацію операцій, які завдають прямого збитку компанії, що дуже часто стає причиною фінансової кризи й банкрутства АТ.

Отже, деструктивний хаос української економіки не можна вважати суто зовнішньою проблемою АТ, оскільки великою мірою він підтримується власниками корпорацій, чому сприяє модель корпоративного управління, подібна до європейської, але обтяжена такими негативними особливостями, як:

- значна частка держави в акціонерному капіталі та її переважне право на управління, в тому числі некорпоративними методами;
- недостатня розвиненість вартісного мислення у керівників та акціонерів;
- велика розпорошеність акціонерних капіталів між громадянами країни, які несвідомо стали власниками і, поряд із цим, високий рівень концентрації власності у промислово-фінансових групах;
- перманентний процес перерозподілу власності всередині корпорацій;
- слабкий вплив традиційних зовнішніх механізмів контролю — аудита, банків, ринку цінних паперів, банкрутства;
- використання інсайдерами їхньої влади для особистого збагачення;
- формальне застосування багатьох процедур корпоративного управління;
- інформаційна закритість корпорацій [10, с. 55-56].

Складні умови діяльності вітчизняних корпорацій обумовлюють великі труднощі з фінансуванням, багатьом підприємствам не вистачає коштів навіть на підтримку обсягів виробництва, а тим більше на технічне переозброєння чи збільшення обсягів

виробництва продукції. При цьому методологія формування фінансових ресурсів вітчизняних АТ товариств значно відрізняється від західних зразків, що пояснюється низкою причин об'єктивного та суб'єктивного характеру. Як наслідок, структура джерел фінансування АТ в Україні не відповідає західним стандартам, а застосовувані інструменти достатні для вирішення тільки тактичних завдань, проте незадовільні для досягнення довгострокових цілей в умовах відкритої економіки.

Грунтуючись на аналізі західного досвіду, автор вважає, що одним із пріоритетних напрямів вирішення проблеми обмеженості фінансових ресурсів українських корпорацій має стати забезпечення зниження витрат та підвищення рентабельності виробництва завдяки подоланню таких негативних явищ, як високий рівень зносу обладнання та використання застарілих технологій, зростання дебіторської й кредиторської заборгованості, втрата значної частки висококваліфікованого персоналу, що викликають скорочення реальної бази для накопичення фінансових ресурсів. Необхідним також є сприяння істотному збільшенню обсягів реінвестування прибутку.

Що стосується зовнішнього інвестування, то для його стимулювання потрібно підвищувати рівень законодавчого захисту власності, оскільки потенційні інвестори залишаються невпевненими в ньому через численні скандали на цьому ґрунті, загрозу реприватизації й тенденційність судових рішень. Також слід забезпечувати прозорість бізнесу, тому що через приховування й перекручування фінансової інформації підприємства, що мають великий науково-технічний і інтелектуальний потенціал, часто не можуть потрапити в поле зору потенційних інвесторів.

Окрім того, необхідно сприяти розвитку вітчизняного ринку капіталу, який в Україні, на відміну від розвинутих країн, є досить невеликим за кількістю та набором інструментів. Попри неготовність більшості банків здійснювати довгострокове інвестиційне фінансування, а також достатньо жорсткі вимоги до забезпечення наданих коштів, високу вартість і короткі строки банківських кредитів, останні залишаються основними інструментами, які українські АТ використовують для залучення зовнішніх фінансових ресурсів.

Вітчизняний фондовий ринок не відповідає світовим стандартам і неспроможний належним чином виконувати роль

джерела фінансування через нестачу великих емітентів, адже акції багатьох із них знаходяться у державній власності і на ринку вільно не обертаються. Більше того, досить часто власники значних пакетів, консолідуючи свої володіння, вилучають акції з вільного обігу. Випуск акцій майже завжди пов'язаний з передачею частини контрольних повноважень стороннім особам, тому додаткова емісія акцій здійснюється лише якщо немає загрози “ворожого” скуповування і сконцентрований менеджерами пакет дозволяє їм продати частину акцій, або додатковий випуск акцій використовується як спосіб розмивання долі небажаних власників. Тому обсяги випуску акцій залишаються незначними, незважаючи на активізацію емісійної активності українських ат останніми роками.

У середньостроковій перспективі у корпорацій України залишаються два найбільш типові варіанти джерел фінансування — це самофінансування для підприємств, що не входять до фінансових груп, та фінансування в різних формах для підприємств, що входять у фінансові групи й одержують частину їхніх централізованих фінансових ресурсів, які поповнюються за рахунок прибутку, приватизації, часткового виведення коштів із тіні, купівлі прибуткових активів у приватному секторі. Такий висновок підтверджують дані проведеного МФК дослідження, які свідчать, що 79,5 % українських акціонерних компаній покладаються переважно на власні джерела фінансування [3, с. 60].

Аналіз організації фінансової діяльності в українських АТ також показує неефективність її практичної реалізації. Узагальнення практики діяльності підприємств дозволяє виділити у корпоративних фінансових процесах слабкі сторони та їхні негативні наслідки (табл. 1). Можна стверджувати, що в українському корпоративному секторі досі не відбулася зміна парадигми організації фінансової діяльності, у переважній більшості вітчизняних АТ вона не відповідає світовим стандартам і має ознаки системної дезорганізації, обумовлюючи низьку фінансову ефективність бізнесу.

Через вищевказані зовнішні та внутрішні проблеми корпорацій: правову нестабільність, асиметричний розподіл інформації, непрофесійність фахівців і менеджменту, агентські конфлікти, незадовільну постановку фінансових процесів, — більшість створених в Україні АТ виявились, за дуже малим виключенням, нежиттєздатними. Так, за даними МФК, у 2007 р. більше 40 %

Таблиця 1

**Основні проблеми організації фінансової діяльності в українських корпораціях**

Проблема	Прояви проблеми	Негативні наслідки
Нерозвиненість систем фінансового моніторингу показників діяльності корпорації	Відсутність заснованої на єдиних технологіях, нормативах і стандартах єдиної оперативної системи здійснення фінансової діяльності	Втрати часу й сил; збільшення фінансових витрат (як прямих витрат, так і недоотриманої вигоди); труднощі в постановці регулярних фінансових процедур
Відсутність систем фінансового аналізу джерел отримання й напрямів вкладення капіталів	Відсутність або неналежна організація роботи аналітичних підрозділів; відсутність управлінського обліку або змішування принципів управлінського й бухгалтерського обліку	Не виділяються важливі статті, які визначають фінансовий стан АТ і по яких необхідно ухвалювати рішення; не враховуються можливі альтернативні дії та ігноруються варіанти розвитку
Відсутність у компаніях єдиного інформаційного простору та сучасної інформаційної інфраструктури, що відповідали би вимогам до інформаційного забезпечення керівників і фахівців компанії	Недосконалість потоків інформації: потоки інформації не централізовані, переважає усна форма, не організоване зберігання й накопичення інформації, терміни документообігу між відділами не встановлені або постійно порушуються; відсутність адекватних засобів програмної підтримки фінансової діяльності	Неможливість одержувати інформацію в необхідні терміни і з необхідним ступенем деталізації для проведення аналізу відхилень і ухвалення управлінських рішень
Нестача у керівників і фахівців знань і практичних навичок щодо сучасних фінансових технологій	Інерційне стереотипне мислення, схильність до застосування застарілих аналітичних підходів; деякі важливі управлінські позиції відсутні; нескоординованість відділу планування й бухгалтерії; неузгодженість роботи фінансових та операційних менеджерів; іноді одну і ту ж фінансову функцію виконують різні відділи	Неефективне управління активами компанії; витрачання подвійних зусиль на виконання функцій; конфронтація між відділами; завдання відділів часто не служать інтересам підприємства в цілому

акціонерних товариств. отримали збитки, причому це переважно були підприємства промисловості й будівництва, а найбільш прибутковими виявилися товариства зі сфери фінансової діяльності, торгівлі та операцій з нерухомістю.

Очевидно, що за таких умов є затребуваними дієві методи фінансової діяльності корпорацій, розроблені у розвинутих краї-



нах, зокрема країнах Західної Європи та Північної Америки. Але необхідно розуміти, що спроби запустити механізми організації фінансової діяльності, аналогічні тим, що успішно працюють на Заході, в Україні можуть призвести до провалу через відсутність простору, в якому такі механізми діяли б. У вітчизняних умовах намагання компанії вдосконалити свою діяльність за західними стандартами на умовах відкритості стримуються великими ризиками щодо настання негативних наслідків, аж до втрати контролю над підприємством, тому пряме копіювання західних методів корпоративної фінансової діяльності може виявитися і безпідставним, і малопродуктивним. З іншого боку, із поправками на макроекономічну обстановку та особливості українських АТ, деякі західні методи можуть бути досить ефективними, адже інтеграція у світовий економічний простір ставить перед вітчизняними компаніями завдання, аналогічне тому, що стоїть перед західними — забезпечити розвиток в обставинах, які неможливо не тільки передбачити й проаналізувати, а навіть перерахувати.

Вважаємо що, трансформація фінансової діяльності українських АТ має здійснюватися на основі реалізації інтегральних програм, спрямованих на забезпечення інноваційності, гнучкості та безпеки, за наступними напрямками:

- 1) створення системи стратегічного планування та оперативного бюджетування з виділенням джерел отримання й напрямів вкладення капіталів;
- 2) запровадження у фінансово-господарську діяльність систем ризик-менеджменту;
- 3) розвиток систем фінансового моніторингу показників діяльності корпорації;
- 4) розвиток інформаційної інфраструктури;
- 5) поширення практики щодо підвищення кваліфікації персоналу.

При цьому слід враховувати обмеженість ресурсів АТ, а також те, що в Україні зміни в соціально-економічному середовищі відбуваються швидше, ніж будь-яка, навіть досить мобільна, структура здатна реагувати на них без саморуйнування. Звідси найважливішим для українських АТ є “протриматися на плаву”, підтримати відносно стабільний розвиток до кращих часів, намагаючись при цьому забезпечити свою фінансову стійкість. Для цього в першу чергу варто здійснювати заходи з покращення

поточної фінансової діяльності та оптимізації фінансових процесів, які, не потребуючи значних впливань капіталу, сприятимуть підвищенню ефективності вітчизняних корпорацій і наближенню їх фінансової діяльності до світових стандартів навіть в умовах наявної економіко-правової нестабільності. Найважливішими з цих заходів є:

- 1) створення на підприємстві відповідної організаційної структури корпоративних фінансів, для чого необхідно забезпечити:
  - виконання в повному обсязі та з максимальною ефективністю функцій усіх підсистем фінансової системи компанії, для чого кожне рішення повинне ухвалюватися і кожна дія виконуватися в тому місці в компанії, де це є найбільш оптимальним для досягнення цілей бізнесу;
  - побудову єдиної інформаційної системи на основі єдиних управлінських технологій та інтегрованої системи ключових інформаційних показників бізнесу;
  - автоматизацію операцій фінансової діяльності за допомогою сучасних комп'ютерних технологій і програмного забезпечення;
- 2) у підсистемі управління потрібно:
  - забезпечити використання емпірично-статистичних методів прогнозування та аналізу фінансово-господарської діяльності;
  - упроваджувати інтегровані системи стратегічного планування та оперативного бюджетування;
  - запровадити одноманітні управлінські технології й моделі, застосовні до всіх рівнів управління та елементів компанії (бізнес-одиниць, функціональних підрозділів, проектів, процесів);
- 3) у виконавчій підсистемі необхідно запроваджувати сучасні фінансові технології, які дозволять:
  - мінімізувати оборотний капітал, уникати проблем із запасами, кредиторською й дебіторською заборгованістю;
  - грамотно реалізовувати інвестиційну стратегію та аналізувати можливі джерела короткострокового й довгострокового фінансування.
- 4) трансформація обліково-аналітичної підсистеми передбачає:
  - організацію роботи аналітичної служби таким чином, щоб була можливість одержувати інформацію за всіма напрямками робіт: за об'єктами фінансового управління, управлінськими процесами, фінансовими потоками.
  - розробку стандартів управлінського обліку підприємства в цілому і для кожної ланки окремо: форми звітності, термі-

ни, система інформаційних потоків, документообіг тощо для забезпечення оперативного надходження й узагальнення необхідної фінансової інформації, причому особливо важливо досягти сполучення управлінського фінансового обліку та бухгалтерського;

- побудову структурованої системи ключових показників ефективності, встановлення чітких, міцних і обґрунтованих взаємозв'язків між фінансовою та управлінською звітністю, що необхідно для ухвалення й реалізації ефективних управлінських та операційних рішень;

5) у підсистемі оптимізації необхідно забезпечувати:

- формування прозорої системи внутрішньої взаємодії персоналу й процесів компанії для побудови прозорої та гнучкої системи внутрішнього контролю й аудита, що дозволить не лише приймати обґрунтовані оперативні рішення, але й планувати й проводити майбутні внутрішні зміни, підвищуючи гнучкість і здатність адаптуватися до вимог зовнішнього середовища;
- скорочення тривалості та витратності фінансових процесів;
- з одного боку, адаптацію сучасних фінансових технологій до рівня, доступного для розуміння та ефективного використання переважною більшістю власників, менеджерів і фахівців фінансової служби з урахуванням їх реального рівня знань, навичок і резервів часу, а з іншого боку, забезпечення безперервного підвищення обізнаності керівників та фахівців щодо сучасних методів і принципів здійснення фінансової діяльності;
- створення повноцінної системи ризик-менеджменту, що уможливує регулярне відстеження та прогнозування зовнішніх і внутрішніх ризиків фінансово-господарської діяльності.

Реалізація вказаної системи заходів має привести до наступних результатів, важливих на шляху інтеграції до глобального ринкового простору: скорочення потреби в інвестиціях, поліпшення збалансованості й гармонійності виробництва, скорочення витрат і собівартості продукції й підвищення прибутковості компанії, зменшення чисельності персоналу, зниження рівня конфліктності в колективі. Очевидно, що подібне впорядкування фінансової діяльності сприятиме покращенню поточних фінансових результатів, а отже, виживанню компаній.

Але слід розуміти, що стратегія виживання — це лінійна стратегія, яка ґрунтується на конструктах закритої економіки, в умовах глобалізації вона може забезпечити лише короткострокове підвищення ефективності, оскільки не спрямована на формування динамічних конкурентних переваг. Тому орієнтація АТ виключно на виживання в умовах інтеграції економіки України у світове господарство, якому властиві швидке поширення інновацій, загострення конкуренції та високий рівень ризику, у довгостроковому періоді посилюватиме тенденцію до збільшення в країні кількості фінансово неспроможних компаній.

Тому вважаємо, що вітчизняні корпорації не повинні обмежуватися здійсненням запропонованих заходів з упорядкування фінансової діяльності, а мають на їх основі створити підґрунтя для подальшої сутнісної трансформації стратегічних складових корпоративних фінансів, оскільки, як показує досвід розвинутих країн Європи й Америки, в умовах глобалізації можливість стійкого фінансування й розвитку відкривається тільки перед фірмами, здатними оперативно і точно реагувати на зміни глобального зовнішнього середовища. Очевидно, що в цій ситуації західний досвід має розглядатися українськими АТ як орієнтир у довгостроковій перспективі. У той самий час, потрібно усвідомлювати, що досвід кожної з успішних західних корпорацій є унікальним, він вироблявся в конкретній країні і в конкретний час, тому українські компанії мають не копіювати його, а використовувати творчо, з урахуванням специфіки своєї діяльності, а також зовнішнього й внутрішнього середовища.

### *Література*

1. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Торг тут не доречний // Контракти. — 2005. — № 44. — <http://www.kontrakty.com.ua/show/ukr/article/33/4420056339.html>.
3. Практика корпоративного управління в Україні 2003: Аналіт. звіт за результ. дослідж. — К.: IFC, 2004. — 70 с.
4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (із змінами). — <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436%2d15&p=1134638583432542>.
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV (із змінами) // [http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435 %2D15&p=1134638583432542](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435%2D15&p=1134638583432542).

6. Закон України “Про господарські товариства” № 1577-ХІІ (1577-12) від 19.09.91 (із змінами). — [http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1576 %2D12&p=1134638583432542](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1576%2D12&p=1134638583432542).
7. Закон України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність” № 996-ХІV від 16.07.1999 р. // [http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996 %2D14&p=1136971604235939](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996%2D14&p=1136971604235939).
8. Рішення ДКЦПФР “Про схвалення Концептуальних основ системи звітності учасників фондового ринку” від 3 липня 2001 р. № 242. // <http://www.ssmc.gov.ua/3/2/2001-07-03.242.txt>.
9. Чумак Р. Вибір форми фінансування: Кредитор чи інвестор? // *Круглий стіл*. — 2004. — № 1-2. — С. 22-25.
10. Мендрул О. Корпоративне управління: усталені характеристики та особливості їх реалізації в національній моделі // *Ринок цінних паперів України*. — 2002. — № 9-10. — С. 51-58.

#### *Резюме*

Рассмотрены проблемы функционирования корпораций Украины в условиях глобализации. Выявлены негативные особенности современных моделей корпоративного управления и основные проблемы организации финансовой деятельности в украинских корпорациях. Предложены направления трансформации финансовой деятельности предприятий.

*Рецензент доктор економ. наук, профессор О. О. Орлов*

УДК 685.34:620.2

*О. В. Пех, В. Г. Захарчук*

### **ТОВАРОЗНАВЧІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВЗУТТЄВИХ ТОВАРІВ**

Взуття є одним із найважливіших товарів народного споживання, що виробляється взуттєвою промисловістю України. Головним призначенням взуття є захист стопи людини від впливу зовнішніх факторів за умови забезпечення його нормального функціонування.

Ці вимоги забезпечуються, насамперед, відповідним підбором матеріалів верха, низу та матеріалів, призначених для внутрішніх

деталей взуття. Крім цього, важливою функцією взуття залишається забезпечення соціальних потреб споживачів, до яких належать естетичні характеристики, рівень відповідності яким визначає ступінь гармонійного поєднання властивостей взуття із уподобаннями споживачів. Взуття належить до найбільш складних за різноманітністю асортименту непродовольчих товарів, що пов'язано з широким комплексом вимог споживачів до взуття залежно від його статево-вікового і цільового призначення, природних і соціальних умов використання, індивідуальних смаків, а також різноманітних способів задоволення вимог за рахунок виготовлення взуття різних конструкцій, застосування різних матеріалів та їх комбінацій, методів виготовлення тощо [1].

Із сукупності ознак взуття можна виокремити основні — функціональне призначення, вид матеріалу верха та низу, способи виробництва і з'єднання деталей верха з низом. За віковим призначенням взуття поділяють на жіноче, чоловіче та дитяче. Кожна з цих груп класифікується ще за сезонністю: літне, зимове та міжсезонне.

Основне місце у виробництві та споживанні взуття належить шкіряному взуттю. Для верха шкіряного взуття використовують натуральні та штучні шкіри, синтетичні та текстильні матеріали. Полімерне взуття виготовляється із застосуванням полівінілхлориду та поліуретану, а валяне — з вовни. Шкіряне взуття виготовляється підприємствами взуттєвої промисловості, гумове і полімерне — хімічної, а валяне — підприємствами текстильної промисловості.

Шкіра є одним із найважливіших матеріалів для виробництва взуття. Понад 60 % усього взуття, що випускається в Україні, має верх і підкладку зі шкіри; понад 50 % — шкіряну устілку; понад 20 % — шкіряну підошву; усе взуття з верхом із синтетичних шкір (4,5 % в загальному обсязі виробництва) виготовляють зі шкіряною підкладкою. Фактор шкіряної сировини суттєво впливає на стан і розвиток ринку взуття. Погіршення ситуації у сегменті шкірсировини відбувається внаслідок значного збільшення її експорту в режимі вільної торгівлі до Республіки Македонії та інших країн. Так, у 2006 р. експорт Україною цієї продукції до Македонії становив 11,8 млн. дол. США (93 % від загального обсягу шкіряної сировини з України). Така сама тенденція продовжувала зберігатися і в 2008 р. [2].

З метою захисту вітчизняних виробників взуття на державному рівні вживаються заходи щодо запровадження вивізного мита на шкіряну сировину, тимчасового припинення вивезення сировини на давальницьких умовах та недопущення її реекспорту країнами, з якими укладені угоди про вільну торгівлю. Позитивним фактором діяльності галузі є збільшення експорту продукції глибшої переробки замість експорту шкірси́ровини, що відбувався протягом минулих років.

Технічний рівень вітчизняних підприємств шкіряної галузі досить високий. Провідні підприємства, такі як ЗАТ “Возко” м. Вознесенськ, ЗАТ “Чінбар” м. Київ, ВАТ “Світанок” м. Львів, переоснащені сучасним обладнанням відомих європейських фірм, що дає їм змогу виготовляти конкурентоспроможні шкіряні товари для внутрішнього та зовнішніх ринків. Особливе місце серед наведених підприємств займає високотехнологічне підприємство — шкірзавод “Чінбар”. Він є одним із національних лідерів виробництва шкіри, що, інтегруючись у європейський ринок, залишається найбільшим та найперспективнішим підприємством шкіряної галузі України.

Значною мірою споживання вітчизняного взуття стримується через неналежну якість виготовленої продукції, недостатнє врахування вимог споживачів підприємствами-виробниками. В умовах переходу до ринку необхідно використовувати додаткові засоби підвищення якості взуття, у першу чергу за рахунок розробки нових моделей, використання кращих за своїми споживчими властивостями матеріалів.

Усе взуття, що надходить на ринок, за рівнем якості можна умовно поділити на чотири групи: взуття вищої якості, конкурентоспроможне взуття, взуття зі зниженим рівнем якості та неконкурентоспроможне взуття. Взуття вищої якості як правило, перевершує за всіма або більшістю показників товари-конкуренти. У багатьох випадках це принципово нова продукція. Конкурентоспроможне взуття найчастіше перебуває на середньому рівні якості для цього ринку. У такій ситуації успіх продукції залежить переважно від ціни. Взуття зі зниженим рівнем якості в цілому має нижчі споживчі властивості, ніж товари перших двох груп. У цьому випадку, для того щоб ринкові позиції таких виробів залишалися стабільними, виробник має дещо знизити ціни. Неконкурентоспроможне взуття, як правило, або

взагалі не знаходить збуту, або може бути реалізоване тільки за досить низькими цінами.

Імпортне азіатське, здебільшого, китайське, взуття продається на українському ринку за ціною, з якою важко конкурувати вітчизняним підприємствам, що деякою мірою пов'язано із середньою величиною митних зборів на цю продукцію при ввезенні до України.

Хоча ринок вітчизняного шкіряного взуття України функціонує за загальними закономірностями, разом з тим він має специфічні особливості. На його стан помітно вплинуло руйнування колишньої інфраструктури товарного ринку; недостатня стійкість виробничо-господарських зв'язків; утрата державного контролю за цінами; дефіцит бюджету; недостатньо висока платоспроможність населення, яка викликала збільшення розриву між потребами та попитом на шкіряне взуття; суттєве зменшення сировинних ресурсів; зниження обсягів виробництва шкіряного взуття, особливо для дітей. Структурні зміни в асортименті взуття відображають прагнення підприємств пристосовуватись до вимог ринку. Вітчизняна взуттєва промисловість останнім часом зіткнулася з проблемами, пов'язаними з глобалізацією світової економіки та конкуренцією азіатських (насамперед китайських) ринків, що швидко зростають. Ця проблема загостриться ще більше після завершення вступу України до Світової організації торгівлі, коли відкритість її ринку зумовить збільшення обсягу імпорту, як свідчить досвід інших країн, не завжди якісного та безпечного для здоров'я споживачів, що може стати загрозою для вітчизняних виробників. Крім того, українською негативно впливає на розвиток вітчизняного виробництва шкіри та шкіряного взуття створення недобросовісної конкуренції на внутрішньому ринку. Ще одним значним негативним чинником для наслідків роботи підприємств галузі є наявність на українському ринку значної кількості взуття, що було у вжитку. За даними митної статистики, протягом останніх років імпорт такої продукції постійно зростає. На стан ринку взуття в Україні впливає ще й той факт, що на державному рівні не здійснюється моніторинг фактичних обсягів продажу взуття в усіх формах роздрібною торгівлю та прогноз місткості споживчого ринку з урахуванням купівельної спроможності споживачів [3].

Як свідчить світовий досвід, у країнах з розвинутою ринковою економікою внутрішній попит на товари, у тому числі й на



шкіряне взуття, має бути орієнтований передусім на продукцію вітчизняних підприємств легкої промисловості [4].

Згідно з даними фахівців [5], структура українського ринку взуття (за кількістю пар взуття) сьогодні має приблизно такий вигляд:

- дешева продукція азіатського виробництва — 75 %;
- вітчизняне взуття середньої цінової категорії — 15 %;
- продукція відомих інтернаціональних брендів — 10 %.

За рівнем споживання взуття наша країна поки не досягла рівня європейських країн. Так, середній показник споживання взуття на душу населення в Україні становить 2,7 пари, у той час як у Західній Європі 6-8 пар, у США 10-12 пар на рік. Кількість споживачів, які купують 2-3 пари на рік, в Україні постійно збільшується, і, за даними досліджень, становить більше 52 %.

Слід зазначити, що одним із важливих моментів розвитку ринку взуття в Україні й переходу його на новий рівень організації є збільшення кількості фірмових взуттєвих магазинів. Така форма збуту почала застосовуватися з 1993 р., коли українсько-кіпрська компанія “МТІ” відкрила в Києві свій перший мультибрендовий магазин “Інтертоп”. Нині в цій торговельній мережі налічується близько 40 підприємств, що представляють продукцію 28 брендів. Особливо сприятливим для розвитку торговельних взуттєвих мереж був 2007 р. Сьогодні на ринку представлено кілька мереж: “Інтертоп”, “Монарх”, “Ваша пара”, Carlo Pazolini, Luciano Carvari, Ессо.

Найбільша кількість взуття вітчизняного виробництва реалізується, як і раніше, на речових базарах (40 %). Інтерес споживачів до стихійних ринків не знижується, що пояснюється нижчими цінами на продукцію. Помітна різниця в ціні на взуття, яке реалізується у фірмових магазинах і на ринку, зумовлена низкою можливих факторів, серед яких поява нових взуттєвих магазинів, що посилює конкуренцію й спричинює витрати на рекламу й інші маркетингові заходи, а також витрати, пов’язані з орендною платою, комунальними платежами, зарплатою персоналу.

Таким чином, у такій ситуації основними інструментами вітчизняних виробників взуття мають бути знання ринку, близькість до споживача, гнучкість, мобільність, адаптованість до умов ринку. При цьому для вітчизняних виробників сприятливою є довіра споживачів до української продукції. Загальна потреба у взутті спочат-

ку визначається на основі раціональних норм споживання, а потім за необхідності коректується з урахуванням ресурсів взуття, запасів, результатів реалізації за попередні періоди.

Світовий досвід свідчить, що в країнах із розвинутою ринковою економікою внутрішній попит орієнтований насамперед на товари вітчизняних, а не закордонних фірм. Для макроекономічних обставин України розвиток галузей, орієнтованих на внутрішній ринок, важливий ще й тому, що він забезпечує економічне зростання і не поглиблює майнового розшарування суспільства. Тож найближча тактична мета взуттєвої галузі — відновлення попиту на вітчизняне взуття, можливо навіть із застосуванням державних регулятивних важелів [6].

Одним з найважливіших чинників, що впливають на формування ринку шкіряного взуття, є динаміка рівня цін. При цьому слід зазначити, що останнім часом спостерігається активізація попиту на вітчизняне взуття. Приваблює постійно оновлюваний асортимент чоловічого і жіночого взуття, доступні ціни, вміло організовані торгівля й реклама. Нижчий рівень роздрібних та оптових цін на вітчизняні види взуття залишається для галузі поки що основним економічним способом витримати конкурентну боротьбу з імпортними товаровиробниками.

Таким чином, цінові параметри внутрішнього ринку взуття характеризуються тим, що роздрібні ціни на вітчизняне взуття в середньому нижчі за ціни на імпортне аналогічної якості, проте темп їхнього зростання значно вищий. Щоб не втрачати конкурентної переваги за ціновими параметрами, імпортери вдаються до зниження середньої вартості пари завезеного взуття.

Для розвитку ринку велике значення має його конкурентне середовище. Є підстави стверджувати, що велика кількість продавців і покупців на ринку функціонує в умовах чистої конкуренції. Суттєвих обмежень для виходу нових учасників на ринок немає, що ускладнює погоджені дії гравців. Кожен продавець формує власне коло покупців, власний ринок, на якому він діє частково як монополіст, який самостійно визначає свою цінову політику без урахування реакції конкурентів.

В умовах чистої конкуренції фірми конкурують не тільки (і навіть не стільки) за цінами, але і за якістю, дизайном, рекламою, торговими марками продукції, розташуванням торговельного підприємства. Використовуючи ці засоби, кожен продавець нама-

гатиметься переконати покупця в перевазі свого товару. Велику роль відіграє сформована структура ринкових ресурсів. Так, у ціновій конкуренції за групою взуття середньої якості й дизайну спостерігається перевага вітчизняних виробників; у групі взуття з верхом зі штучних матеріалів — навпаки, закордонних. У сфері нецінової конкуренції (дизайн і асортимент взуття, торгові марки, престиж фірми тощо) вітчизняні підприємства не досягають рівня закордонних. Крім того, імпортери взуття широко використовують підвищену довіру до торгових марок іноземних фірм, що виникла ще у СРСР. Для характеристики ринку взуття важливе значення має аналіз співвідношення попиту та наявних ресурсів ринку. Останні на ринку взуття на 80-85 % формуються за рахунок імпортової продукції: приблизно 40 % взуття ввозиться на український ринок організовано і близько 60 % — неорганізовано. Останнім часом обсяги організованого імпорту зменшуються, проте це компенсується зростанням неорганізованих поставок, у результаті яких загальні надходження імпортової продукції на внутрішній ринок України збільшуються [7].

Тим часом сьогоднішня ситуація цілком відповідає теорії попиту: у відповідь на зниження прибутків та значне зростання цін споживач зменшив придбання взуття до рівня мінімальних потреб і перейшов до споживання дешевших і низькоякісних товарів. Оскільки цей рівень споживання приблизно у 4 рази нижчий за раціональну норму, закономірно припустити, що підвищення прибутків і зниження цін на взуття призведе до помітного підвищення попиту на нього. Таке зростання триватиме, тобто попит залишатиметься еластичним доти, доки населення не відновить звичні для нього особистий асортимент і кількість взуття, які сформувалися ще в часи дефіциту товарів.

Останніми роками докорінних змін зазнала інфраструктура ринку взуття. Централізовано організована система товароруху, що охоплювала оптову й роздрібну ланки, була частково зруйнована. При цьому найбільшого збитку було завдано оптовій ланці торгівлі. Слід зазначити, що створення численних організацій, які займаються закупівлею і перепродажем взуття, сприяло збереженню внутрішнього ринку.

Поряд з інфраструктурою ринку змінилися й умови реалізації взуття в Україні. З двох найпоширеніших варіантів розрахунків за продукцію — “із передоплатою” і “на реалізацію” —

перший не влаштовує торговельні організації, другий — виробничі підприємства. З цієї причини роздрібна торгівля переорієнтувалася на торгівлю, здебільшого, імпортним взуттям, яке постачальник спроможний передавати на реалізацію. Це вкрай негативно відобразилося на розвитку вітчизняних взуттєвих підприємств, для яких нестача обігових коштів є однією з причин зниження обсягів виробництва.

На сьогодні важливу роль відіграють форми просування товару на ринку. Найпоширенішою з них на ринку взуття є реклама у засобах масової інформації (газети, спеціалізовані журнали, телебачення, радіо) та за допомогою рекламних щитів. Рекламу вітчизняного взуття майже немає. Реклама ж імпортного взуття нерідко подає недостовірні відомості про властивості та якість товару або про його виробника. Вітчизняні підприємства внаслідок браку реклами найчастіше поступаються закордонним у конкурентній боротьбі, навіть маючи продукцію, що має такі самі або кращі споживчі та інші характеристики імпортних товарів.

Створення умов для стабільного розвитку внутрішнього ринку передбачає забезпечення його захищеності. Формування в Україні конкурентного середовища потребує підвищеного захисту вітчизняного товаровиробника. На будь-якому ринку діє, як правило, велика кількість споживачів різної продукції. Виокремленні особливим чином за певними ознаками, вони утворюють сегмент ринку. Тому для ефективної комерційної діяльності на ринку взуття виникає потреба у його сегментації.

Для сегментації ринку товарів масового попиту, зокрема взуттєвих, основними критеріями (ознаками) є географічні, демографічні, соціально-економічні, психографічні.

До географічних належать такі ознаки: величина регіону, густота і чисельність населення, кліматичні умови, адміністративний поділ (місто, село), віддаленість від підприємства-виробника (підприємства-продавця). Останній критерій використовувався на практиці частіше за інші, що зумовлюється необхідністю визначення географії діяльності підприємства. Його застосування особливо необхідне, коли на ринку є кліматичні розбіжності між регіонами або особливі культурні, національні, історичні традиції.

Демографічні ознаки — вік, стать споживачів, величина і життєвий цикл сім'ї — належать до найчастіше застосовуваних критеріїв сегментації. Як і географічний, цей вид сегментації

базується на довгострокових чинниках. Значне поширення цей критерій одержав, в основному, завдяки двом причинам: демографічні параметри споживачів відносно легко можна класифікувати та кількісно оцінити; їх аналіз і система організації даних та вихідної інформації дуже тісно переплітаються з різницею мотивації груп споживачів на ринку, а також зі змінами, що характеризують сегментацію ринку за поведінкою споживачів.

Здійснюючи сегментацію ринку шкіряного взуття за демографічними критеріями, будь-яке підприємство насамперед орієнтується на спільність специфічних запитів відповідного сегмента до якості, асортименту й ціни. Тому в цьому випадку враховуються такі демографічні характеристики споживачів: стать (чоловіки, жінки, діти); вік (молодь більш вимоглива до естетичних властивостей взуття; люди похилого віку цінують насамперед комфорт); величина сім'ї і наявність дітей. Інші демографічні ознаки дуже незначною мірою впливають на обсяги придбання взуттєвих товарів, тому під час сегментації ринку взуття можуть не враховуватися. Заслужує на увагу спосіб сегментації за антропометричними характеристиками населення певних регіонів.

Сегментація за соціально-економічним критерієм полягає у виокремленні груп споживачів на основі спільності соціального становища та фаху, рівнів освіти та прибутку. Проте в конкретній ситуації такі зміни, як професія і рівень освіти, якоюсь мірою, звичайно, впливають на рівень попиту на ринку взуття, але вони не можуть бути надійними орієнтирами у визначенні сегментів. Тому як критерій використовується, в основному, тільки рівень прибутків.

Усі зазначені зміни рекомендується розглядати у взаємозв'язку зі змінами інших критеріїв. Наприклад, заслуговує на увагу об'єднання визначених груп за прибутком, у тому числі за обсягом прибутків на сім'ю в цілому і прибутків на одного члена сім'ї, за величиною сім'ї, тобто за соціально-економічними та демографічними критеріями (ознаками).

Однією з переваг сегментації ринку взуттєвих товарів за перерахованими вище ознаками є те, що, крім результатів соціальних досліджень, можна широко використовувати дані державної й регіональної (обласної) статистики.

Розглянуті вище три групи критеріїв — загальні об'єктивні критерії сегментації ринку. Доцільним є застосування суб'єктив-

них специфічних ознак, пов'язаних зі специфікою аналізованого ринку і конкретною ситуацією на ньому, із суб'єктивною оцінкою покупцем того або іншого товару.

Змінні, що характеризують поведінку індивідуума, — це такі чинники, як стиль життя (можливість купівлі, вигода, статус споживача, інтенсивність споживання, ступінь прихильності до товару, стадія готовності, ставлення до товару, інтереси, організація дозвілля), психологічні особливості та якості (до якого типу людей соціального класу належить споживач, який спосіб життя, тип особистості йому властивий, які його уявлення про самого себе), мотиви купівельної поведінки. Вони набагато краще характеризують реакцію покупців на той або інший товар, аніж точні кількісні оцінки сегментів ринку за географічними і демографічними ознаками. Наприклад, на ринку взуття за мотивами здійснення купівлі можна виокремити групи споживачів з орієнтацією на низьку ціну, високу якість продукції, тривалий термін використання виробу, певну марку, вибір певного виду сировини. Важливими ознаками є також ступінь потреби в товарі (слабка, середня, сильна потреба) і ступінь використання або рівень споживання товару (суб'єкти, що не придбавають товару; що придбавають у невеликих кількостях, або ті, що придбавають у значних кількостях) [8].

Сьогодні на українському ринку взуття можна визначити три групи споживачів. Першу і найбільш масову групу формують традиційні покупці вітчизняного взуття. Саме ця група населення найбільш постраждала під час реформування економіки, різко зменшивши попит на вітчизняне взуття. Приблизно від 30 до 50 % населення мають прибутки нижче або на межі прожиткового мінімуму, а 25 % населення, що перебуває за межею бідності, узагалі перестали купувати товари легкої промисловості. Ця частина споживачів зможе знов почати діяти на ринку взуття або в разі істотного зниження цін, або купуючи низькоякісне взуття зі штучних матеріалів. Скорочення рівня реальних прибутків знизило інтерес до модних виробів у значної частини споживачів цієї групи.

Друга група — це споживачі з високим рівнем прибутку, що становлять 7-10 % населення й орієнтуються на придбання модного і дорогого імпортного взуття.

Третю групу, що перетинається з першою, становить молодь, для якої характерна висока сприйнятливість до змін моди,

схильність більше витратити, аніж заощаджувати, готовність робити покупки на межі фінансових можливостей.

Кожен із зазначених чинників по-своєму впливає на розвиток ринку взуття. Описані особливості українського ринку взуття не тільки відображають причини кризового стану взуттєвої промисловості, але і дають змогу визначити можливі заходи для відновлення попиту на вітчизняне взуття й самої галузі. Тому для вивчення й аналізу сформованої на досліджуваному ринку ситуації, а також для того, щоб пояснити механізм дії системи чинників і визначити ступінь їхнього впливу на обсяг і структуру попиту та пропозиції на ринку взуття, необхідно постійно виявляти причинно-наслідкові зв'язки, що діють на цьому ринку. В остаточному підсумку опис причинно-наслідкових зв'язків, викликаних взаємодією різноманітних чинників, дасть змогу побудувати модель подальшого розвитку цього ринку.

Отже, ринок взуття в Україні насичений, але формується за рахунок імпоротної продукції, яка виробляється з низькоякісних штучних і синтетичних матеріалів. Ціна взуттєвих товарів варіюється в широкому діапазоні, формуючись з урахуванням вимог та можливостей різних сегментів споживачів. У перспективі цей ринок зазнає певних кон'юнктурних змін і орієнтуватиметься на вітчизняну продукцію, витісняючи з обігу імпортне взуття. З метою захисту споживачів на ринку шкіряного взуття необхідно забезпечити на державному рівні необхідні умови для розвитку шкіряно-взуттєвого виробництва: зменшити кількість взуття, ввезеного з порушенням принципів добросовісної конкуренції та чинного законодавства; розробити комплекс заходів, спрямованих на запобігання надходження та обігу на споживчому ринку неякісного, фальсифікованого взуття тощо. Це тим більш важливо, враховуючи, що Україна входить до світового ринку як рівноправний партнер. Ефективним кроком щодо повернення довіри споживачів до якості взуття вітчизняного виробництва є активізація проведення асортиментної політики, підвищення конкурентоспроможності товарів як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Таким чином, український ринок взуття стабільно розвивається, та його збільшення прямо залежить від підвищення життєвого рівня та платоспроможності населення.

### *Література*

1. Кушнір М. К. Товарознавство непродовольчих товарів. Ч. III. Товарознавство взуттєвих товарів: Підр. — К.: Укросвіта, 2001. — С. 266.
2. Звягінцев Ю. В. Легка промисловість України в 2007 р. // Легка промисловість. — 2007. — № 2. — С. 5-6.
3. ІКОМ: Галузевий інформ.-аналіт. бюлетень для професіоналів. — К., 2003. — Вип. 3. — С. 12-13.
4. Официальный каталог XII Международной выставки обуви, кожи и меха (25-28 июля). — К., 2006. — С. 112-119.
5. Ряполов К. Сапог тифле пока не пара // Компаньон. — 2006, 20-26 октября. — № 42 (506). — С. 14-15.
6. Фролова В. Сети на шнурках и липучках // Компаньон. — 2007, 6-12 апреля. — № 14 (530). — С. 30-34.
7. Медведев Ю. Показники роботи легкої промисловості України (за січень-вересень 2007 р.) // Легка промисловість. — 2007. — № 3. — С. 3-4.
8. Працюємо разом: Мінпромполітики України та підприємства легкої промисловості // Легка промисловість. — 2006. — № 1. — С. 5-7.

### *Резюме*

В статье рассматриваются факторы, влияющие на формирование ассортимента обувных товаров и основные направления, по которым меняется ассортимент под влиянием научно-технического прогресса. Проанализированы основные тенденции рынка обувных товаров в Украине. Предложено всю обувь, которая поступает на рынок Украины поделить на четыре группы по качеству. Для эффективной коммерческой деятельности на рынке обувных товаров возникает необходимость его сегментации. Доказано, что обновлению ассортимента товаров на рынке оказывает содействие конкуренция, которая предопределяет поступления на рынок качественных отечественных товаров с применением государственных регулятивных рычагов.

*Рецензент канд. техн. наук, доцент М. М. Мадани*



## **ОФФШОРЫ — ЛЕГИТИМНЫЙ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ НАЛОГОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

Развитие международных экономических отношений на современном этапе происходит под воздействием процессов глобализации, что, в частности, проявляется в росте интенсивности взаимодействия экономических систем различного уровня в масштабе всего мира, их взаимопроникновении и взаимовлиянии, а также вовлечении в мирохозяйственные связи все большего числа субъектов. Одной из важнейших составляющих глобализации обоснованно считается мировое движение капиталов, не последнюю роль в котором играют оффшорные центры. Несмотря на свою востребованность, оффшорный бизнес — недостаточно исследованное явление международных экономических отношений, неоднозначно оцениваемое как в научных, так и в деловых кругах. Этим определяется актуальность исследования роли оффшоров в мировой экономике.

Целью статьи является обоснование целесообразности использования современных оффшоров как комплексного геоэкономического инструмента налоговой конкуренции.

Исследованиями некоторых аспектов сущности оффшорных центров, тенденций их развития и влияния международного сообщества посвящены работы таких ученых, как А. Горбунова, В. Железовой, С. Квасова, В. Бабанина, Д. Ушакова, И. Фаминского, А. Шуркалина, М. Гранди, Д. Кесслера, Р. Сандерса, Дж. Мэнвилл Хэрриса, Д. Фильда, и др. Несмотря на широкое научное освещение в целом вопросов оффшорных центров, изучение их в контексте геоэкономической конкуренции, по нашему мнению, нашло свое отражение в научных трудах в недостаточной степени, что и определило выбор темы данной статьи.

Несмотря на то, что практика создания благоприятных в налоговом отношении условий для ведения хозяйства в некоторых государствах и регионах существует уже давно, современная история оффшора начинается со второй половины XX века. Используемые до сих пор термины в связи со стремительным расширением сферы бизнес-интересов, реализуемых в оффшорах, трансформировались в емкое понятие “оффшорный центр”. По

утверждению Майкла Д. Интрилигатора, локомотивом этого процесса стала Британская колониальная империя, некоторые колониальные владения которой и сегодня остаются самыми востребованными оффшорными центрами. Это Каймановы острова, Британские Виргинские острова, остров Гернси и т. д. Так, еще в 1995 году общий капитал, находящийся в управлении только британских банковских трастов, насчитывал 160 млрд. дол. США [4]. Качественно новое содержание экономической интеграции во второй половине XX века обеспечило устойчивый спрос на оффшорные юрисдикции вплоть до сегодняшнего дня.

Несмотря на то, что, по сути, оффшоры всегда оставались преференциальными территориями с точки зрения ведения хозяйственной деятельности, а также относительную унификацию формальной терминологии, используемой для их определения как, собственно, территорий, так и организационно-функциональных условий, единый подход к их форме так и не был выработан. Не существует единого правового определения термина “оффшорный центр”, “оффшорная зона”, “оффшор”, “оффшорная юрисдикция”. Данный вопрос является дискуссионным, поскольку не выработан единый подход к определению, которое отражало бы в полной мере все определяющие признаки оффшорного бизнеса и его организационных форм. Например, наличие термина “оффшорный финансовый центр”, несущего наиболее прикладную функциональную нагрузку, и отсутствие единого международно-правового его определения не вносят ясности и создают определенные трудности, как теоретического, так и практического характера. Очевидно, что неоднозначность толкования пользователями комплекса услуг в подобном образовании и специфика финансов как предмета интересов участников оффшорного бизнеса, создает непредвиденное, как по количеству, так и по качественным характеристикам, множество рисков, не подлежащих урегулированию в связи с отсутствием единых правил.

Тем не менее, по определению российского экономиста А. В. Толкушина, солидарно по умолчанию, чаще всего, оффшорными центрами называют “островные или прибрежные государства и территории, проводящие политику привлечения капиталов из-за рубежа путем предоставления налоговых льгот” [9, с. 553].

Рабочая группа, созданная Форумом финансовой стабильности, которая занимается проблемами оффшоров, в своем докладе

пришла к выводу, что любая юрисдикция может считаться “оффшором” в той степени, в которой она отличается от иных юрисдикции — экономически более благоприятным режимом, например, низкими ставками корпоративного налога, либеральным регулированием, особыми благоприятными условиями регистрации компаний, нормами о повышенной конфиденциальности [12].

На наш взгляд, определения “оффшор” и “оффшорный центр” были справедливо синтезированы, исходя из общих территориальных признаков, а также характеристик, присущих всем оффшорным юрисдикциям, а именно: нулевого или низкого уровня налоговых ставок, широких налоговых льгот для оффшорного капитала, непрозрачности финансовых операций, а также нежелания обмениваться налоговой информацией с другими странами [1, с. 37].

Отсутствие единого подхода к определению оффшоров объясняется еще и тем, что оффшоры представляют собой абсолютно легитимный инструмент налогового планирования. Целью его является минимизация налогов на основе максимального использования возможностей исключительно легитимного налогового законодательства. Следует отметить, что далеко не всегда целью ухода в оффшор является стремление “спрятать деньги” или уклониться от уплаты налогов. Объективно целесообразна регистрация компаний в оффшорах для упрощения выхода компании, например, на IPO, сотрудничества с зарубежными партнерами, обеспечения конфиденциальности, правовой безопасности владения активами и т. д., а главное, оффшоры могут быть элементом абсолютно законного налогового планирования. Еще одним аргументом в пользу оффшоров, который также способствует развитию мировой экономики, является легкость перемещения капиталов из одной страны в другую в зависимости от благоприятности местных условий, поэтому в обеспечении такой возможности современные развитые государства видят и свою цель. В результате у государства возникает несколько возможных вариантов для получения налоговых поступлений в национальные бюджеты в полном объеме — бороться с налоговой конкуренцией путем все того же налогового демпинга, превращаясь тем самым в некое подобие оффшора, или заполнять пробелы в своем национальном налоговом законодательстве.

Налоговые ставки и уровень налогообложения в европейских государствах, особенно обеспечивающих социальную защиту

малоимущих, весьма высоки. При этом реализуется концепция государства всеобщего благоденствия, но ослабляются стимулы к предпринимательской деятельности и заинтересованность в результатах своего труда. Поэтому в этом случае возникает порочный круг. Без снижения налоговых ставок становится невозможным привлечение налоговых средств в национальные бюджеты в полном объеме, но, с другой стороны, их снижение автоматически лишает государство возможности осилить взятое на себя социальное бремя. И пока что решение такой дилеммы не представляется возможным.

Поэтому остается второй вариант, а именно — совершенствование национального налогового законодательства. В этом отношении сдерживающим моментом для национальных государств является одна из особенностей международно-правового регулирования деятельности оффшорных финансовых центров, а именно то, что при отсутствии в настоящий момент многосторонних международных договоров, имеющих предметом регулирования отношения, складывающиеся при функционировании оффшорных финансовых центров, такое регулирование осуществляется в соответствии с международно-правовыми документами, не имеющими уровня универсального международного договора, принятыми различными международными организациями, которые, в свою очередь, также не имеют унифицированной цели и которые решают свои локальные задачи как в области международной банковской деятельности, страхования, оборота ценных бумаг и др., так и регистрации морских и воздушных судов, или правового противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Таким образом, становится очевидной необходимость упорядочения терминологии и разработки так называемого кодекса правил и норм для ведения бизнеса в оффшорах, не лишаящего их индивидуальности, но определяющие обязательные для всех условия. Эти проблемы — очень существенный, но, к сожалению, не единственный из теоретических и практических аспектов, формирующих далеко неоднозначное отношение к этому вопросу. Ученые-экономисты сходятся во мнении, что в связи с глобализацией международного бизнеса возросло участие оффшорного сектора в мировой экономике и озабоченность проистекающими отсюда угрозами для мониторинга, корректировки и уп-

равления мировой финансовой системой. Именно в оффшорах видят одну из причин сбой стихийно созданного, но действительно мирового распределительного механизма “центр-периферия”, который хоть и создавал предпосылки для накопления капитала уже и так в небедных регионах, а намного более нуждающиеся в капитале регионы ставил в еще большую зависимость от “центра”, но все же поддерживал, пусть и неэффективное, но действующее “равновесие” в мировой финансовой системе. Поэтому мировой финансовый кризис заставил финансистов, как практиков, так и теоретиков, вновь сосредоточить свое внимание на оффшорах. Даже такие, казалось бы, защищенные от непредвиденных и незапланированных финансовых афер США вынуждены принимать комплекс радикальных мер по спасению американской банковской системы, среди которых предусмотрены законодательные и принудительные меры в отношении компаний и частных лиц, использующих оффшорные счета для избежания уплаты налогов, и создание механизмов, которые позволят государству контролировать выплату налогов американскими компаниями на доходы от иностранных инвестиций. Не говоря уже о традиционных международных организациях, таких как ОЭСР, ФАТФ, ООН, каждый год разрабатывающих новые “антиоффшорные” меры [10, с. 21-22].

За последние несколько лет оффшорным юрисдикциям пришлось радикально пересмотреть свое законодательство в свете рекомендаций этих международных организаций, противодействующих отмыванию денежных средств, полученных незаконным путем. Основными результатами такой ревизии стало ужесточение банковского регулирования, повышение прозрачности корпоративных структур и межгосударственный обмен налоговой информацией. Но обвинения с оффшоров не снимаются, “черные списки” оффшорных зон, компании из которых подвергаются дискриминации, расширяются с каждым годом.

Парадокс, но и количество фирм, ежегодно регистрирующихся в оффшорных юрисдикциях, несмотря ни на что, растет в прямо пропорциональной зависимости. Ситуация вокруг оффшоров выглядит таким образом, что сильные мира сего для себя еще не решили, что же все-таки следует делать в отношении оффшоров: “казнить?, нельзя?, помиловать?”. Ведь в большинстве оффшорных зон чуть ли не единственным национальным ресур-

сом является возможность привлечения капитала, поскольку у них нет ни природных богатств, ни значительных человеческих ресурсов. Таким образом, создание благоприятного климата для инвесторов никак не является с их стороны нечестной конкуренцией. И лишение их такой возможности, безусловно, вызовет новый перекокс в системе мирохозяйственных связей.

В большинстве стран не существует специального законодательства, регулирующего использование оффшорного бизнеса. Как правило, в этих странах присутствует набор норм (в основном это часть внутринационального налогового законодательства), регулирующих налогообложение доходов резидентов от деятельности оффшорных компаний и в которых предпринимаются попытки на законодательном уровне ограничить вывод незаконного капитала.

Многие страны в собственных налоговых законодательствах применяют термин “иностранно контролируемые компании/корпорации” в целях налогообложения доходов данной компании и предотвращения аккумулирования прибыли в оффшорных юрисдикциях.

Данные правила следуют Рекомендациям ОЭСР, среди которых выделяется комплекс предложений по введению в национальные налоговые системы правил, устраняющих выгоды от использования оффшоров (правила о контролируемых иностранных компаниях, отчетность резидентов по иностранным коммерческим операциям и т. д.).

При этом следует отметить особенность, заключающуюся в применении странами различного порогового значения в качестве основания для отнесения к контролируемым компаниям. Так, в Великобритании если британский акционер владеет 25 % капитала контролируемой иностранной компании, то прибыль иностранной компании включается в налогооблагаемую базу акционера. Такое же значение применяется в Италии и Дании (при этом в Дании подразумевается либо не менее 25 % капитала, либо более 50 % голосующих акций).

В Финляндии контролируемая иностранная компания рассматривается в качестве таковой, если не менее 50 % ее голосующих акций принадлежит финским физическим и/или юридическим лицам, а соответствующие правила применяются, если финский акционер владеет не менее 10 % акций.

Данные веяния коснулись также некоторых стран СНГ, к которым можно отнести Казахстан, Эстонию, где пороговые значения в отношении контролируемых иностранных компаний аналогичные финским. В Белоруссии установлена весьма упрощенная модель налогообложения взаимоотношений с оффшорными компаниями, а именно любая оплата деньгами (перевод) оффшорной компании облагается “оффшорным сбором” в размере 15 %. Следует отметить, что ни российское, ни украинское законодательство не имеет норм прямого действия в отношении налогообложения деятельности с оффшорными компаниями.

В настоящее время не существует единого списка оффшорных зон. Контроль за оффшорными зонами ведут центральные банки различных стран мира и МВФ. Список государств, которые предоставляют льготное налогообложение, не предусматривающие раскрытие и предоставление информации при проведении финансовых операций, как правило, публикуется центробанками данных государств либо аналогичными учреждениями, выполняющими роль центробанков.

Поэтому унификация международного налогового законодательства в отношении оффшоров также остается проблематичной. Исходя из этого, вопрос, в каком русле национальным государствам менять свое налоговое законодательство, также остается открытым, поскольку единые стандарты не выработаны.

Сегодня все большее распространение получает точка зрения о грядущей кончине эры оффшоров. Называется несколько причин: ужесточение государственного контроля над взаимоотношениями резидентов многих стран с компаниями оффшорных юрисдикции, целенаправленная политика международных организаций, и, как следствие, отказ отдельных стран от некоторых элементов “оффшорности” посредством реформы своих налоговых систем (Ирландия, Кипр, Голландия и т. д.). Но действия отдельных стран в этом вопросе будут и по-прежнему оставаться малорезультативными. Теперь, когда границы пали, подобная система вряд ли сработает. Национальная территория уже не является эксклюзивным экономическим пространством, поэтому попытки отдельных государств защититься от влияния оффшоров путем применения внутренних барьеров за счет ликвидации пробелов в налоговом законодательстве и таким образом защитить себя от налоговой конкуренции, элиминировать любые воз-

возможности для утечки капитала за рубеж, также останутся маловероятны. Капитал не может больше подчиняться национальным условиям. Он уже не поддается абсолютному налогообложению со стороны государств, а чаще сам выбирает, где платить налоги. Национальная логика в отношении капитала больше не действует эксклюзивно. С другой стороны, для государства недопустимо отказаться от жесткого контроля над потоками капитала, иначе оно потеряет свою законодательную монополию и уже не сможет быть гарантом собственного экономического, а затем, и политического суверенитета.

Понятно, что чем менее деликатно государство соблюдает это разновекторное равновесие, тем более неэффективно борется с криминальной экономикой, незаконным вывозом капитала, уходом от налогов и отмыванием “грязных” денег. Без целенаправленных системных усилий государства существует высокий риск для последнего быть вытесненным на периферию постиндустриального мира.

Поэтому мы считаем, что сторонники мнения, что дни оффшоров сочтены, явно не учитывают тот факт, что появление таких структур — следствие оптимизации, то есть категории, по сути своей, прогрессивной. А поэтому, в соответствии с законами логики, с более совершенным может бороться только более совершенное в квадрате. Сегодня для государств выбор новых путей к совершенствованию не богат разнообразием, а проверен опытом и вовсе только один — использование интеграции в оффшорные центры как одно из направлений экономической глобализации в собственных национальных интересах. А это требует от них создания легитимных условий для своих территорий, обеспечивая им имидж максимально привлекательных для инвестиций и финансовых потоков, подчиняющихся, в первую очередь, интересам субъектов экономического процесса, и лишь потом — политической логике.

Таким образом, на наш взгляд, на современном этапе экономической и финансовой кооперации налоговая конкуренция как часть геоэкономической конкуренции становится одним из главных элементов борьбы, которую ведут между собой национальные хозяйственные комплексы, а эффективное использование геоэкономических инструментов является определяющим условием эффективности этой борьбы. Одним из таких инструментов были и остаются оффшорные центры.



Основаываясь на вышеизложенном, можно сделать определенные выводы:

- действующие системы налогообложения в абсолютном большинстве стран, в которых функционируют регистрирующиеся в оффшорных юрисдикциях субъекты предпринимательской деятельности, являются несовершенными и, как правило, не отвечают требованиям времени;
- процесс совершенствования налоговых кодексов стран-участниц оффшорных схем неоднозначен и исключает возможность изменения действующих элементов национальных налоговых систем в краткосрочной перспективе;
- использование интеграции в оффшорные центры — одно из направлений экономической глобализации в собственных национальных интересах; — абсолютным и достаточным условием для отказа от оффшорных технологий является создание легитимных условий для своих территорий, обеспечивающих максимально привлекательный имидж для инвестиций и финансовых потоков;
- эффективное использование геоэкономических инструментов, разновидностью которых являются оффшорные юрисдикции, — безусловная необходимость эффективной налоговой конкуренции на современном этапе экономической и финансовой кооперации.

### *Литература*

1. Бабанін В. Б. Міжнародний досвід ведення і регулювання офшорного бізнесу // Фінансовий ринок України. — 2006. — № 2. — С. 34-41.
2. Генеза ринкової економіки: Навч. словн. — довід. / За ред. Г. І. Баштаніна і В. С. Іфтемічука. — К.: Магнолія плюс, 2004. — 688 с.
3. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Редкол. С. В. Мочерний та ін. — К.: Академія, 2001. — Т. 2. — 848 с.
4. Майкл Д. Интрилигатор. Чему Россия может научиться у Китая при переходе к рыночной экономике // Экономическая наука современной России. — 1998. — № 3. — С. 3-10.
5. Основи економічної теорії: Посіб. для студ. ВУЗів / В. О. Рибалкін, М. О. Хмелевський, Т. І. Віленко, А. Г. Прохоренко та ін. — К.: Академія, 2002. — 352 с.

6. Пешко А. В. Офшорний бізнес як складова світової економіки // Держава і регіони. — 2006. — № 3. — С. 233-236.
7. Соскін О. Економіка України наближається до системної кризи?! // Економічний часопис — XXI: Наук. журн. — 2004. — № 10. — С. 16-17.
8. Статистичний щорічник України за 2007 рік / За ред. Осауленка О. Г. — К.: Консультант, 2008. — 552 с.
9. Толкушкин А. В. Энциклопедия Российского и международного налогообложения. — М.: Юристъ, 2003. — 910 с.
10. Череп А. В. Особливості розвитку офшорного бізнесу в Україні // Економіка та держава. — 2006. — № 6. — С. 21-30.
11. <http://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Report of the Working Group on Offshore Centers // The Financial Stability Forum website / Financial Stability Forum. — 2000, April 5. — 71 p. — <http://www.fsforum.org>.

### *Резюме*

На підставі узагальнення закордонного досвіду виявлено основні особливості діяльності офшорних утворень, а також основні фактори їх розміщення. В статті досліджуються окремі питання сутності офшорних центрів, стан і тенденції розвитку офшорного бізнесу, обґрунтовується легітимність використання офшорних центрів як геоекономічного інструмента додаткової конкуренції.

*Резюме доктор економ. наук, професор Е. В. Садченко*

УДК 391.6:339.13

*І. В. Шевчук, В. Г. Захарчук*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ**

Слово “парфумерія” походить від лат. *parfume*, що означає “димитись, випаровуватись, створювати приємний запах”. Одними з перших парфумів були “димні парфуми” — ароматний дим від спалювання гілок мірти. Парфумерія становить особливу групу непродовольчих товарів, що виконує різноманітні функції: задовольняє духовні та естетичні потреби людини, впливає на самопочуття. Це товари повсякденного вжитку, без яких важко уявити сучасне повноцінне життя людей.

Сучасні парфумерні вироби у більшості є спиртовими, спиртово-водними або водно-спиртовими розчинами багатокомпонен-

тних сумішей запашних речовин і настоїв із приємним запахом. Деякі види парфумерних виробів мають вигляд порошку, крему, помади, паперу, курильних паличок, свічок тощо. Головне призначення парфумерії — це створення приємного запаху для ароматизації тіла, одягу, побутових предметів, приміщень. Крім того, деякі засоби використовують як гігієнічні та освіжні.

Якість запаху є головною властивістю парфумерної продукції, від якої залежить і ціна товару, і його конкурентоспроможність, та, зрештою, попит споживачів та рівень реалізації на ринку. Сприйняття запаху людиною — досить складне і неоднозначне явище. Воно таке ж багатогранне, як і сприйняття музики, живопису. Вплив запаху на людину має суб'єктивний характер, однак відома безліч запахів, які сприятливо впливають на людину, що дозволило створити цілу лікувальну систему — ароматерапію. Усе це свідчить про важливість парфумерних товарів і особливе значення їх у задоволенні потреб людини.

Найбільшу частку асортименту парфумерних товарів становлять рідкі вироби, які за вмістом парфумерної композиції (запашних речовин) і за призначенням згідно з ДСТУ 4710:2006 поділяють на концентровані духи (вміст запашних речовин не менше 30 %), духи (вміст запашних речовин не менше 15 %), парфуми-еспрі (вміст запашних речовин не менше 10 %), парфумерні води (вміст запашних речовин не менше 8,0 %), туалетні води (не менше 4,0 %), одеколони (не менше 1,5 %), запашні води (не менше 1,0 %). Духи і туалетні води використовуються як засоби для ароматизації; одеколони — як гігієнічні, освіжні та ароматичні засоби; запашні води — як освіжні та гігієнічні [1].

Асортимент імпортованих парфумів, що надходять на ринок України, класифікується трохи інакше [2]:

- духи (Parfum або Extrait), містять 20-30 % парфумерної композиції, міцність спирту не менше 90 %;
- парфумерні води (Eau de Parfum або Parfum de Toilette, або Exprin de Parfum), вміст композиції 15-20 %, міцність спирту не менше 90 %;
- туалетні води (Eau de Toilette), вміст композиції 6-12 %, міцність спирту не менше 85 %;
- одеколон (Eau de Cologne) містить 3-5 % парфумерної композиції, міцність спирту 70-80 %;

- запашні води (L'Eau Fraoche, Eau de Sport), вміст композиції 1-3 %, міцність спирту 70-80 % або менше.

Крім цих головних видів, до асортименту парфумерних товарів входять: ефірні масла (трояндове, лавандове, шавлієве та ін.), що застосовуються для ароматизації одягу, білизни, тіла та інших цілей; засоби для ароматизації приміщень і повітря, для ванн, (різні дезодоранти, освіжувачі повітря, курильні свічки та ін.); парфумерно-косметичні набори, парфумерні набори (включають декілька виробів одного або різних найменувань в єдиному стильовому оформленні).

За характером запаху парфумерні вироби виробляють з квітковим, фантазійним, квітково-фантазійним запахом. Вони також розрізняються відтінками запаху — теплим, холодним, східним, шипровим; силою запаху — з “довгою” і “короткою” хвилию. Парфумерні запахи характеризуються й іншими показниками. Найважливішим серед них є стійкість запаху, що вимірюється в годинах і нормується стандартом. Так, для парфумів “екстра” стійкість запаху повинна становити не менше 60 год., інших парфумів — 50, туалетної води — 40, одеколону “екстра” — 30, інших одеколонів — 24 год.

Основними факторами формування асортименту та якості парфумерних товарів є вихідна сировина, кількісний і якісний склад засобу, а також особливості його виробництва (консистенція, характер упаковки, вид споживчої тари, місткість одиниці виробу та ін.).

Для парфумерії основну групу сировини становлять запашні речовини, які бувають натуральними рослинного (ефірні масла, смоли, бальзами) і тваринного походження (продукти виділення залоз деяких тварин — мускус, амбра, цибет), а також синтетичними. Багатокомпонентна суміш запашних речовин (до 100 і більше) утворює парфумерну композицію — основу парфумерного виробу, від якої залежить і характер запаху, і його стійкість, тобто головні споживчі властивості парфуму. Використання сировини тваринного походження надає запаху парфумерного засобу особливого відтінку — ніжності, єдності, збільшує його триваліст (стійкість). Синтетичні запашні речовини дають можливість створювати парфуми й одеколони з різними фантазійними запахами, які не зустрічаються у природі. Чим більше

запахних речовин у складі парфумерної композиції виробу, тим вища його якість. У парфумах екстра-класу їх повинно бути не менше 300. Рецепт такої композиції є таємницею і відомий лише розробникові. До складу рідких парфумерних виробів входять спирт (як розчинник запахних речовин), вода, іноді барвники. Їхні кількість і якість також визначають якість виробу і створюють асортимент.

Велике значення для парфумерії має упаковка і зовнішнє оформлення виробів. Упаковка повинна не тільки сприяти збереженню якості товару, а бути, як і зовнішнє оформлення, одночасно його рекламою, маркою виробника і показником якості, конкурентоспроможності, від яких залежать споживчий попит і ціна товару. Тому передові фірми приділяють велику увагу не тільки пошуку нового аромату парфуму, а й створенню флакону, назви, упаковки. Над цим працюють не один рік фахівці із запахів, дизайнери, модельєри, навіть скульптори. Існують цілі школи парфумерного мистецтва.

На споживчому ринку України за обсягами продажу парфумерія посідає четверте місце. За даними компанії Euromonitor, щорічно український ринок парфумерії зростає у середньому на 15 % (його обсяг у 2006 р. становив 2,3 млрд. дол.). Потенційна місткість ринку становить 7-8 млрд. дол. [3].

Значну частку в обсязі продажу займає імпортна продукція. Структура продажу імпортної парфумерії:

- духи — 10 %;
- парфумерна вода — 30 %;
- туалетна вода — 60 %

Українська парфумерна галузь останніми роками динамічно зростає і вже сьогодні займає значний сегмент на ринку України, але потребує державної підтримки та подальшого розвитку суміжних галузей — нафтопереробної й хімічної промисловостей, сільського господарства та машинобудування, науки та освіти, поліграфічної галузі та торгівлі.

Незважаючи на пересиченість ринку парфумерії виробничі фірми продовжують випускати все нові і нові аромати, орієнтовані на різні сегменти споживачів.

Найпопулярніші парфумерні марки, за даними опитування компанії Romir Monitoring представлені в таблиці 1.

Таблиця 1  
Популярні  
парфумерні марки

Марка	Попит, %
Avon	47
Oriflame	32
Rive Gaushe	20
Max Factor	18
Hugo Boss	17
Faberlic	17
L'oreal Paris	14
Lumene	13
Christian Dior	13
Bourjois	11
Chanel	11
Mary Kay	9
Pupa	8
Yves Rocher	7

Головні світові тенденції та напрями розвитку парфумерних товарів такі:

- зростання швидкості запровадження нововведень та нових технологій;
- розвиток сфери зручностей та послуг;
- нові інгредієнти, тара та упаковка товарів, вирішення екологічних проблем у цій сфері;
- інформаційні технології та комунікації — мобільність суспільства та Інтернет;
- глобалізація конкурентності та її зростання в торгівлі та виробництві [4].

В Україні, зокрема в Києві, щорічно, починаючи з 2003 р., в лютому проходить Міжнародна конференція парфумерії; кожного року популярність її зростає. На IV Міжнародній виставці, яка відбувалася 9-11 лютого 2006 р., було 428 експонентів з 25 країн світу. На території виставки проходили: II Міжнародна конференція “Нові інгредієнти та технології для парфумерно-косметичного виробництва”;

Такі міжнародні конференції в країнах Східної Європи щорічно відбуваються лише в Москві та Варшаві. Їх проведення необхідне, враховуючи стрімкі темпи зростання вітчизняного виробництва парфумерної продукції та її значення для населення. Тому потрібно здійснювати більше наукових досліджень в цій галузі та організовувати навчання фахівців з цих спеціальностей в кращих університетах України.

Парфумерний ринок нашої країни разом з ринками Росії, Білорусії, Польщі та Чехії стрімко зростає. Якщо такі темпи зростання збережуться, то парфумерний ринок України буде ще привабливішим для вітчизняних та іноземних інвесторів.

У кожної нації з часом склалося своє ставлення до парфумерних запахів та їх різноманітних відтінків, свій стиль і смак у парфумерії притаманний різним національним групам споживачів. Так, більшість англійських духів має запахи сухі й су-

ворі, французьких — почуттєві та грайливі; італійських — світлі й темпераментні; арабських — пряні й солодкі.

На споживчому ринку асортимент парфумерних виробів поділяють за місцем виробництва (парфуми французькі, арабські, московські, львівські тощо); за призначенням (туалетна вода для жінок або чоловіків, парфуми вечірні або денні, дитяча парфумерія); за консистенцією (парфуми рідкі, сухі, тверді, у вигляді крему); за характером упаковки (в аерозольній упаковці, з пульверизатором або звичайні); за матеріалом споживчої тари (флакон скляний, порцеляновий); за найменуваннями, місткістю флакону і деякими іншими ознаками.

До Європи парфумерія потрапила з Єгипту та країн Близького Сходу і найбільше поширилися у Франції, Греції, Італії, а потім і в інших країнах. У Росії перші підприємства з виробництва парфумерних засобів з'явилися у середині XVIII ст.

В Україні, яка має досить багату сировинну базу для парфумерії й розвинену промисловість, велике промислове виробництво розпочалося в 1920-х роках.

Після розпаду Радянського Союзу кількість малих та середніх підприємств значно збільшилась і в 2007 р. досягла 110 (у Росії — понад 300). Окрім підприємств з виробництва готової продукції, з'явилося декілька фірм з виготовлення скляної та пластикової упаковки, гофрокартону та паперових етикеток, обладнання для розливу та фасування готової продукції. З'явилися фірми-постачальники, що з-за кордону доставляють сировину, необхідну для виготовлення парфумерної продукції. Продукцію, вироблену на вітчизняних підприємствах, почали продавати в сусідні країни: Росію, Азербайджан, Молдову, Казахстан та ін.

Сьогодні нараховують близько 10 великих і відомих протягом багатьох років підприємств, які спеціалізуються на випуску парфумерної продукції. Серед них найбільш значні: "Ефект" (м. Харків), "Червона гвоздика" (м. Львів), "Кримська троянда" (м. Сімферополь), Золотоніський комбінат (м. Золотоноша) та ін. Продукція цих підприємств є основою вітчизняної парфумерії на внутрішньому ринку. У радянський період ці виробники мали досить широкий асортимент. Так, лідер української парфумерної галузі "Алые паруса" постачав на споживчий ринок близько 200 найменувань товарів, харківський "Ефект" — 134, з яких 40 % становила парфумерія і 60 % — косметичні вироби. Але

протягом останніх років позиції цих підприємств значно змінилися. Так, ВАТ “Алые паруса” внаслідок вирішення складних організаційних і юридично-правових питань значно зменшило обсяги випуску продукції, скоротило асортимент, а потім і ліквідувалося.

Друге місце за обсягом випуску і широтою асортименту серед вітчизняних виробників посідає Харківське ЗАТ “Ефект”. Воно також виробляє багато видів парфумерної продукції: парфуми, одеколони. Велика увага приділяється поліпшенню художньо-декоративного оформлення продукції, рекламі, випуску продукції екстра-класу, серій різноманітних виробів. Львівський парфумерно-косметичний комбінат менше відомий в Україні, але його продукція — парфуми та одеколони — за відгуками фахівців за якістю посідає перше місце серед вітчизняних підприємств.

ВАТ “Золотоніська парфумерно-косметична фабрика” спеціалізується на виробництві масових видів одеколонів і запашної води. Асортимент продукції нараховує близько 20 найменувань і видів одеколонів, які мають попит у малозабезпечених споживачів.

Серед інших відомих підприємств України слід звернути увагу на комбінат “Кримська троянда”, що виробляє парфуми, парфумерні набори, натуральні ефірні масла (трояндове, лавандове). Продукція підприємства має, як правило, квіткові аромати, пов’язані з Кримом найменування, сувенірне оформлення.

Останніми роками в Україні з’явилося багато нових фірм, виробничих підприємств з випуску парфумерних товарів. Але більшість із них спеціалізуються на одній групі або одному виді товарів.

ТОВ “Аромат” почало свою діяльність у 1999 р. з випуску 10 продуктів, але всього за 3 роки розширило асортимент до 100 найменувань парфумерних виробів. Фахівці вітчизняних підприємств працюють над вивченням ринку, споживчого попиту, використовують нові технології, досягнення науки.

Добре зарекомендували себе парфуми московської фабрики “Новая заря”, яка є найстарішим і високопрофесійним виробником (була заснована в 1864 р.). Підприємство випускає всі види парфумерії, деякі з них було відзначено на міжнародних виставках, і за якістю та зовнішнім оформленням вони не поступаються продукції найбільш відомих у світі фірм. Друге московське підприємство — фабрика “Рассвет” — виготовляє у широкому асортименті різноманітні косметичні вироби: креми, зубні пасти, засоби для гоління, засоби з догляду за волоссям та ін.



Відомим виробником парфумерно-косметичної продукції є АТ “Северное сияние” (м. Санкт-Петербург). Українським споживачам відома парфумерія з характерними для цього підприємства запахами фантазійного напрямку, який має холодні відтінки запахів снігу, моря, північної прохолоди, лісу, трави, а також аромати весни. В оформленні парфумерних товарів переважають урочистість, суворість, величність. Це стосується і форми флаконів, і назви виробів, і декоративного оформлення: одеколони “Айсберг”, “Бард”, “Балтийский”, парфуми “Легенда”, “Серебристый ландыш” та ін.

Значну частку в експорті в Україну російської парфумерної продукції займає концерн “Калина” (м. Єкатеринбург), який об’єднує декілька підприємств і є найбільшим виробником парфумерної продукції в Росії. Українським споживачам сподобалась також продукція російської корпорації ВАТ “Русская линия”, яку було створено у 1998 р.

На світовому ринку парфумерних товарів загальноновизнаним лідером є Франція. Парфуми — гордість Франції. Фірми Christian Dior, Nina Ricci, L’oreal, Paco Rabanne. Lancome та ін. відомі в усьому світі й утворюють найбільшу групу виробників елітної парфумерії. В Україну в широкому асортименті імпортується парфумерія багатьох західних країн: Swarzkopf, Oriflame, Lumene, Mary Kay, а також продукція країн Близького Сходу.

Парфумерію закордонного виробництва умовно можна поділити на дві групи: елітну і продукцію так званого mass market (масового споживання). Остання, у свою чергу, поділяється на дешеву, середнього рівня і більш дорогу.

До елітної продукції належить продукція “від кутюр”. Багато що залежить від того, хто був розробником, дизайнером парфуму. Наприклад, флакон однієї з новинок фірми Givenchy — парфумів Organza розробив відомий французький скульптор Серж Монсо, а видатний художник сучасності Сальвадор Далі став розробником флаконів лінії парфумів, що мають його ім’я.

Загальна структура ринку парфумерії України має такий вигляд: найбільшу частку (до 70 % обсягу продажу) займає дешева продукція класу mass market, до 10 % — селективна парфумерія, решту — продукція транснаціональних корпорацій, призначена для населення з середнім достатком.

Нині український парфумерний ринок перебуває на стадії розвитку, про що свідчать прагнення фірм, що працюють на ньо-

му, завойовувати нові ніші. Дешева продукція, що наситила ринок, повільно витісняється дорожчими товарами. Особливо успішні на українському ринку закордонні фірми. Той факт, що великі імпортери за рік збільшили обсяги продажу своєї продукції в середньому у 1,5 рази, говорить про значну місткість вітчизняного ринку. Однак сучасна ситуація не сприяє українським виробникам. Лідерами є оператори, що реалізують імпортовану парфумерію, яка значно відрізняється від вітчизняної продукції широтою асортименту, ефективним зовнішнім оформленням, ефективнішою рекламою. У більшості товарних груп продукція іноземного виробництва становить 60-90 % від загальної кількості пропонованого товару, а в середньому за ринком 70-75 %.

За даними незалежних експертів, тільки в Києві нараховується понад 100 фірм, які імпортують парфумерні товари. Із них 5 — елітну продукцію (“Тенде-Україна”, Real Distribution, Hexagone, “В. В.”, “Роксолана”), причому три перших, крім цього, займаються і товарами групи mass market. У цілому по Україні понад 600 фірм спеціалізуються на дрібно-оптовій та роздрібній торгівлі парфумами.

Кожна фірма застосовує власну тактику розповсюдження товару. Деякі імпортери постачають продукцію відразу до магазинів, тобто доводять їх до кінцевого споживача. Ця методика ефективна при просуванні елітної продукції, оскільки дає змогу формувати смаки свого покупця. Інші імпортери утворюють широку дилерську мережу і просувають продукцію, незважаючи на умови роздрібною реалізації. Такий підхід ефективний у розповсюдженні продукції mass market. Між великими постачальниками і кінцевими споживачами діють, як правило, 1-2 посередники, які можуть виконувати умови з обсягів закупівель, що висуваються великими оптовиками.

Помітне збільшення кількості таких підприємств відбулося восени 1996 р. після набрання чинності Постанови Кабінету Міністрів України № 893 від 2 серпня 1996 р. про збільшення держзбору за видачу ліцензії на імпортування. Фірми, що раніше розглядалися як імпортери, стали працювати з великим асортиментом товарів різних офіційних дистрибуторів, переходячи в категорію оптовиків.

На ринку парфумерії та косметики також є фірми, які розповсюджують свою продукцію з використанням мережевого мар-

кетингу: Cosmetik Kare Hadek, Mary Kay, Джейсон. Головний принцип торгівлі такий: покупцеві надаються певні знижки під час перепродажу товару, що забезпечує фірмі значні обсяги продажу без витрат на рекламу й утримання торгових точок.

У складних умовах становлення ринкових відносин українські підприємства також намагаються змінити стару тактику продажу. Майже всі виробники перетворилися на виробничо-торговельні підприємства, володіють власними торговельними підприємствами, здійснюють як оптову, так і роздрібну торгівлю своєю продукцією.

Лідери вітчизняних виробників намагаються розповсюджувати свою продукцію по всій території України. Так, ЗАТ “Ефект”, маючи дилерів у східному регіоні країни, шукає їх тепер на півдні та заході. Одекони цього виробника, які виготовляються виключно на натуральній основі, поширені й за кордоном. Відповідно до укладених договорів, підприємство постачає свою продукцію німецькій фірмі Neufekd GmbH і грецькій Noa.

АТ “Золотоніська ПКФ” також не обмежується боротьбою за вітчизняний ринок. Це підприємство, незважаючи на труднощі, за багатьма позиціями утримало найнижчі ціни на свою продукцію серед українських виробників. У сучасних умовах воно активно просуває свої товари на досить перспективні ринки Росії та інших країн СНД.

Важливим показником, що характеризує кон’юнктуру ринку парфумерних товарів, є рівень поточних ринкових цін. Ціни на парфумерію є значним фактором збуту товарів, тому що вони насамперед визначають реальний попит споживачів. За ціновими характеристиками ринок парфумерних товарів дуже різноманітний. Так, ціна флакону французьких елітних парфумів становить декілька сотень гривень, а парфуми вітчизняних виробників коштують 30-70 грн. Ціна на парфумерію коливається в широкому діапазоні і залежить від якості товару, його складу, витрат на виробництво і продажу, а також від наявності конкурентів, насиченості ринку, багатьох інших факторів. Але вартість елітної продукції формується не тільки і не стільки з витрат на утворення парфуму і забезпечення його якості. У більшості випадків вона визначається престижем фірми-виробника, напрямом моди. Ціни на елітну продукцію не змінюються. У випадку їх зниження, вмотивованого підвищенням обсягу збуту, продукція

може потрапити до розряду товарів mass market, але повернутися на свої старі позиції фірма вже не зможе. Тому провідні світові фірми так старанно зберігають престиж і якість своєї продукції.

Товари повсякденного вжитку орієнтовані на широке коло споживачів з невисоким рівнем доходу, тому ціни на них значно менші, можуть змінюватися залежно від соціально-економічних і виробничих факторів [5].

Отже, у цілому український ринок парфумерних товарів є одним з найбільш містких і перспективних серед інших. На сучасному етапі для вітчизняних виробників головними завданнями є поліпшення якості та розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності.

У майбутньому з'являться не тільки нові торгові марки парфумерії, але й розширюватиметься асортимент продукції з різноманітними властивостями.

Зі зростанням купівельної спроможності населення на ринку і далі буде спостерігатися тенденція до зміни структури продажу парфумерних товарів з переважанням селективної продукції, середньої за ціною. Спостерігається схильність до збільшення основних імпортерів і розширення мереж власних магазинів.

Отже, динамічний розвиток українського парфумерного ринку продовжується, і темпи зростання дають змогу прогнозувати значне збільшення його місткості в майбутньому.

Український ринок є надзвичайно привабливим для іноземних гравців. Розвитку ринку парфумерної продукції сприяє ріст платоспроможності населення й розвиток інфраструктури. Крім цього, українці є самими активними в порівнянні із західними споживачами парфумерної продукції, вони готові витратити більшу частку свого доходу на таку продукцію. Зокрема, у результаті росту рівня життя населення й збільшення частки середнього класу, має місце тенденція поступового перетворення люксових марок у продукт масового споживання. В останні кілька років іде процес перерозподілу каналів дистрибуції парфумерії на користь універмагів, спеціалізованих магазинів і “магазинів біля будинку” (дрогери) і скорочення частки відкритих ринків. Найбільш гостра боротьба за покупця ведеться серед спеціалізованих магазинів і універмагів, яка супроводжується високими темпами росту витрат на рекламу й PR, на програми залучення й утримання клієнтів. Також хотілося б звернути увагу на те,

що фінансова криза виявить позитивний вплив на парфумерний ринок. У нових умовах підвищиться лояльність кінцевих споживачів до продуктів, до парфумерних брендів. Споживачі стануть уважніше аналізувати й відповідність рекламних гасел реальної ефективності пропонуванних засобів, і відповідність ціни якості. Звичайно, не всі продукти й бренди парфумерії пройдуть таке випробування уважним споживачем, але певне очищення сьогодні стане заставою розвитку завтра.

### *Література*

1. ДСТУ 4710:2006. Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови. — К: Держспоживстандарт, 2008. — 14 с.
2. Яковлева Л. А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров: Учеб. для вузов. — СПб.: Лань, 2001. — С. 53-54.
3. Парфюмерия. Косметика // Химия Украины. — 2007. — № 6 (180). — С. 62.
4. Пешук Л. В., Бавіка Л. І., Демидов І. М. Технологія парфюмерно-косметичних продуктів. — К: Центр учбової л-ри, 2007. — С. 9.
5. О. О. Шубіна. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: Підр. — К.: Знання, 2009. — С. 381.

### *Резюме*

В статье рассматриваются факторы, влияющие на формирование ассортимента парфюмерных товаров и основные направления, по которым меняется ассортимент под влиянием научно-технического прогресса. Проанализированы основные тенденции рынка парфюмерных товаров в Украине. Насыщение рынка диктует схожесть ассортимента в различных сетях, а также уровень цен, но уже начинает набирать силу тенденция создания эксклюзивного ассортимента в каждой сети. Обновлению ассортимента товаров на рынке оказывает содействие конкуренция, которая предопределяет поступления на рынок качественных отечественных товаров с применением государственных регулятивных рычагов.

*Рецензент канд. техн. наук, доцент М. М. Мадани*

## СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІЇ ЯК НАУКОВА КАТЕГОРІЯ

Сільські території як наукова категорія є предметом вивчення різних галузей науки, кожна з яких виокремлює при цьому власне дослідницьке поле. Серед наукових дисциплін найбільш інтегральною за характером предметного поля є аграрна економічна наука. Вона аналізує суспільні відносини, що складаються з приводу виробництва, розподілу і споживання сільськогосподарської продукції, а також умови життєдіяльності сільського населення та стан природного середовища. Тому саме представники цієї наукової галузі стояли у витоків запровадження системного підходу щодо визначення сутності поняття “сільські території”. З працями О. Онищенко, І. Прокопи, П. Саблука, Л. Шепотько, В. Юрчишина, пов’язано поглиблення розробки системної методології та інструментарію дослідження сільських територій як соціально-просторового утворення. Проте, залишається актуальним питання поглиблення наукового уявлення про об’єкт дослідження як просторову цілісність, в якій розміщені та функціонують компоненти природного, виробничого та соціального середовища.

Метою статті є ідентифікація наукової категорії “сільські території” через визначення її структурної будови, характеристики міжкомпонентних та внутрішньоконпонентних зв’язків. До основних завдань дослідження віднесені наступні:

- розкрити специфічні характеристики сільських територій та їх складові;
- визначити рівні та типи сільських територій.

“Сільські території” як двокомпонентне поняття віддзеркалює властивості емпіричного об’єкта, що має значну кількість ознак, оскільки його внутрішня структура є складною. Ураховуючи родову та видову ознаки поняття, доцільно зважати на галузеву, поселенську, територіальну та функціональну спрямованість розвитку об’єкта.

Сільські території об’єднують природні, виробничо-господарські, соціальні, політичні складові, що перебувають під управлінським та регулятивним впливом територіальних громад,

органів місцевого самоврядування, органів державної влади, бізнесу та громадськості. У свою чергу, ці складові поділяються на елементи, властивості яких розкривають їх сутність і визначають певні функції сільських територій. Сутнісний характер цих просторових утворень знаходить свій прояв у тому, що виробничо-господарська діяльність в їх межах відбувається в безпосередньому зв'язку з природним середовищем. Результати цієї діяльності значною мірою залежать від природних умов і природно-ресурсного потенціалу кожної конкретної території, а землі виступають головним засобом виробництва, причому не завжди сільськогосподарського, що залежить від специфіки сільських територій, їх місцевих особливостей. Сільські території — це не тільки просторовий базис виробництва, а й природне середовище та місце життєдіяльності людей. Саме тому від людини, її культурно-освітнього рівня, професійної підготовки, навичок, вмотивованості, бажання та вміння працювати і господарювати залежить ефективність використання території.

Таким чином, сільські території, по-перше, є сегментом простору в його фізичному, біотичному й антропоному вимірах. Іншими словами, це фізична територія, в межах якої існують і розвиваються представники рослинного, тваринного світу і людина як біосоціальна істота. По-друге, це руральна (від англ. *rural* — сільський) частина території, розміщена у просторі. Сільські території, з огляду на їх природу, наділені властивістю множинної додатковості. Наприклад, у використанні їх ресурсного потенціалу, у першу чергу землі, сама природа робить вибір, впливаючи на характеристики рельєфу, сталість або несталість ландшафтної рівноваги. Такими можливостями наділена і людина, але на відміну від природи, де діють принципи саморегулювання, вона не завжди прораховує наслідки свого необмеженого втручання в природне середовище.

Для сільських територій характерні такі специфічні просторові параметри як площа, протяжність, компактність, конфігурація, географічне розташування, людність, щільність, кліматичні умови, особливості ландшафту, що відіграють певну роль у їх функціонуванні. Сільські території можна типізувати як природне, виробниче, антропоє середовище, або середовище життєдіяльності в широкому розумінні. Це поняття значно ширше, ніж поняття поселенської чи адміністративно-територіальної субтериторії.

Сільські території локалізовані не тільки в просторі, а й у часі, що дозволяє визначити тривалість, послідовність та інтенсивність їх функціонування в певних точках простору. Інакше кажучи, час — це “плинний” простір. Проте не час, а простір є основою структурного наукового дослідження. Простір виступає системоформувальним чинником, оскільки природа, господарство існують тільки в його певних межах. Разом із тим застосування категорії часу теж має значне методологічне значення. Так, за її допомогою можна простежити як відмінності, так і спільні риси між окремими локалізованими територіями у фактичній одночасності, незалежно від їхньої регіональної приналежності.

Сільські території, як і будь-які інші об’єкти, займають певне місце в географічному просторі. У географії місце розглядається як точка. Їх множина утворює ареал на земній поверхні. Місце — це адреса об’єкта в географічному просторі, а геопростір — сума (інтеграл) місць географічних об’єктів [1, с. 175, 176]. З огляду на це поняття “сільські території” органічно пов’язано з категорією “місце”. На відміну від простору, який виступає виразником розміру, масштабу сільської території, місце як елемент просторової системи визначає розташування того чи іншого об’єкта у просторі відносно інших. Зв’язок місця з територією знаходить свій вияв у тому, що воно є конкретною точкою останньої.

Структура сільських територій, як будь-якого об’єкта в контексті системного підходу, має атрибутивний та реляційний прояв. За реляційним проявом, який характеризує відповідний об’єкт у його відносинах з іншими, сільські території не є власне системами, а входять до складу більш глобальних утворень: біосистеми, єдиної територіальної організації суспільства. У такому ж співвідношенні перебувають і різні рівні сільських територій. За атрибутивним проявом, що характеризує об’єкт зсередини, за співвідношенням його складників між собою, сільські території виступають як система.

За видом належності елементів, внутрішньою впорядкованістю структура сільських територіальних утворень складна і різноманітна. Вона містить просторову, природну, ресурсно-функціональну, галузеву, поселенську та соціальної складової. Такий поділ не є жорстким. Наприклад, населення, яке віднесено до соціального складника, одночасно є й елементом ресурсно-функціональної складової. Але за своєю сутністю воно є системовід-



творювальним чинником, тому виокремлено як складова зазначеної системи. Просторова складова у цьому випадку розглядається як “вмістилище” рівнів сільських територій, тому певною мірою є “системою в системі”. Частина ресурсів територій належить до природних, тобто стосується відповідної складової цих утворень.

Специфіка сільських територій значною мірою визначається їх природною складовою. Безумовно, природу неможливо сегментувати, вона є неподільною. Унаслідок виконання агропродовольчої функції, яка є домінантною для переважної більшості сільських територіальних утворень, відбувається взаємодія сільськогосподарського виробництва з ландшафтом як природною основою території. Результатом цього є утворення агроландшафтів. Агроландшафтна організація сільських територій поєднує принципи землекористування, з одного боку, та природоохоронної системи — з іншого.

За ступенем господарського використання ландшафти поділяються на агроландшафти або сільськогосподарський тип земель (із високим, середнім і низьким рівнем антропогенного навантаження); рекреаційні ландшафти (оздоровчі, туристичні, історико-культурні); природні ландшафти (об’єкти природно-заповідного фонду, природні коридори, буферні зони).

З огляду на природно-ландшафтні особливості сільських територій України слід виокремлювати:

- рівнинно-горбисту місцевість, багату на земельні ресурси. Тут переважаючою є агропродовольча функція.
- приморські та приміські ареали, в яких оздоровчо-рекреаційна функція виступає як конкурентна або як доповнююча агропродовольчу функцію.
- гірські території, де оздоровчо-рекреаційна функція є альтернативною агропродовольчій функції.
- природоохоронні території — заповідна зона, яка не використовується за своїм прямим призначенням. Це мають бути “легені” країни, тобто екологічна зона, позбавлена антропогенного навантаження.

Потенційні та реальні можливості розвитку сільських територіальних утворень визначає їх ресурсно-функціональна складова. Зв’язок між ресурсами і функціями територій полягає в тому, що

функціональність останніх є проекцією ресурсного потенціалу, задіяного в процесі розвитку об'єкта. Так само і розподіл функцій сільських територій на пріоритетні і другорядні визначається наявними ресурсами. Причому ефективно задіяння потенційних ресурсів, які раніше не використовувалися, здатне прискорити розвиток територій і навіть змінити їх сутнісні характеристики.

Поселенська складова сільських територіальних утворень представлена переважно руральними за типом забудови і способом життя населеними пунктами, що відрізняються від міст. Система сільського розселення, як і специфіка сільськогосподарського виробництва, наклали певний відбиток і на тип сільських поселень, які за своєю характеристикою суттєво відрізняються від міських.

Соціальна складова сільських територій уособлена сільською громадою, їх визначальним соціальним осередком. Визначальним у двох аспектах. З одного боку, у зв'язку з тим, що лише він має здатність вдихнути життя в конкретне сільське територіальне утворення, вміло й ефективно використовувати наявний у ньому потенціал, одержати від нього бажану (очікувану) віддачу, створити передумови для подальшого ефективного розвитку цієї сільської території. З іншого боку, визначальне місце соціуму в сільській території зумовлено тим, що її функціонування повинно поступово підпорядковуватися інтересам створення на кожній сільській території якомога кращих умов буття для її мешканців. У прикладному відношенні це означає, що, організуючи розвиток сільської території, її сільська громада одночасно формує на ній якість свого життя. Отже, інтереси і потреби кожної сільської території повинні розглядатися, формуватися й задовольнятися передусім як інтереси і потреби певної територіальної громади, формувати для неї загалом і для кожної окремої людини найбільш прийнятний спосіб буття [2, с. 11].

За своїм розміром, масштабом, величиною сільські території поділяються на кілька рівнів, які, розвиваючись у просторі та часі, перебувають у взаємозв'язку між собою, а також з іншими об'єктами. У просторовому відношенні різні рівні сільських територіальних утворень співвідносяться між собою за принципом "матрьошки" [3, с. 27].

До базового рівня належать сільські території, що знаходяться під юрисдикцією сільської (селищної) ради. У вітчизняній агроекономічній літературі важливою ознакою сільської території вважають наявність на ній сукупності системоутворювальних

елементів: соціуму (населення), села (сільського поселення), сільськогосподарських та інших угідь поза межами сільських поселень із розташованими на них виробничими об'єктами. На наш погляд, у цьому визначенні міститься занадто розширене трактування системоутворювального елемента, при цьому перелічено майже всі структурні елементи базового рівня сільських територіальних утворень.

Ми вважаємо, що системоутворювальним елементом сільських територій на базовому рівні виступає населення в його виробничому, споживчому, самоврядному вимірах. Іншими їх елементами є поселення (просторове умістище певних об'єктів, місце життєдіяльності його мешканців), виробничий комплекс, землі сільськогосподарського та іншого призначення, соціальна сфера, інфраструктура, природне середовище (в межах і поза межами поселень). Узагальнена характеристика зазначеного рівня сільських територіальних утворень виглядає як середовище виробництва і життєдіяльності сільського населення, локалізоване в певному географічному місці. Усі сільські території на їх базовому рівні схожі між собою за структурою, але різняться за змістом, місцевою специфікою.

Наступним рівнем сільських територій є районний. Структурно він виглядає як сукупність зазначених територій низового рівня, що входять до певного адміністративного району. Їх організаційним ядром як цілого виступає районний центр (селище міського типу або місто районного підпорядкування). Ураховуючи те, що агропромислова інтеграція має виразну тенденцію до спаду, а сільськогосподарське виробництво напівнатуральний характер, можна зробити висновок про випереджальні темпи руралізації цього типу поселень порівняно з процесом урбанізації сіл. За таких умов селища міського типу і міста районного підпорядкування тяжіють до сільських поселень. Разом із тим, районний рівень сільських територій відрізняється не тільки за кількісними показниками, але й за якісними, а саме більшою різноманітністю своїх властивостей. Значна частина населення цих міст та селищ міського типу зайнята несільськогосподарською діяльністю. У зв'язку з цим виникає проблема узгодження галузевих інтересів із територіальними та інтересами громад, чіткого визначення компетенції різних суб'єктів управління, які представлені, крім територіальних громад, сільрад, також райра-

дами та органами виконавчої влади. На цьому рівні з'являється можливість використання несільськогосподарських галузей як "полюсів зростання" економіки сільських районів.

На обласному рівні сільські території виступають як просторово-функціональний сегмент регіону. Останній у свою чергу як складник макротериторії (державної території) є певною частиною соціального, природного, економічного, інфраструктурного, культурно-історичного і власне просторового потенціалів держави, яка перебуває під юрисдикцією субнаціональних або місцевих органів влади [4, с. 24]. У вертикальному розрізі обласний рівень складається із сільських районів, які у свою чергу є сукупністю низових сільських територіальних утворень. Більш складною є структура цих територій на горизонтальному рівні. Це зумовлено не тільки зростанням кількості сільських територіальних утворень порівняно з районним рівнем, а переважно, через різноманітність галузевої структури, підвищення конкурентності між сільським господарством і промисловістю та іншими галузями виробництва. Актуальною є проблема розподілу бюджету за галузями, розв'язання суперечностей у взаємовідносинах виробників агропродовольчої продукції з суміжниками, банківськими структурами, подолання міжгалузевого дисбалансу. Суб'єкти управління зосереджені виключно в містах, що теж накладає відбиток на функціональність територій цього рівня. Перспективи розвитку сільських територій на обласному рівні значною мірою залежать від виваженості регіональної політики.

Сукупність сільських територій обласного рівня складає їх загальнодержавний рівень. Крім сукупності територіальних утворень базового рівня, ця система містить підприємства переробних галузей промисловості, агросервісні, будівельні, транспортні підприємства, інфраструктуру, установи і заклади сфери обслуговування й управління обласного та загальнодержавного рівнів. З метою поєднання інтересів центру і місць розробляються обласні та загальнодержавні стратегії розвитку. Головною функціонально-управлінською проблемою на цьому рівні є подолання галузевого підходу до розвитку сільських територій. Вирішення цієї проблеми полягає у запровадженні політики сільського розвитку, яка є територіальною за визначенням і спрямована на відтворення людського, ресурсного, виробничого, соціального потенціалів сільських територій, покращання життєвого середовища.

Запропонована класифікація сільських територій не є вичерпною. Їх подальше дослідження не виключає виокремлення серед їхньої сукупної цілісності територій одного і того ж рівня, які за своїми сутнісними характеристиками подібні між собою, хоча в географічному відношенні представляють різні сегменти простору. При районуванні територій, створенні територіально-господарських комплексів можна виокремити мікро- та макро-регіональні сільські територіальні утворення.

З огляду на специфічні властивості та риси сільських територій, вони класифікуються за наступними критеріями: політико-правовий статус; вид та режим використання території; домінантна функція; ступень ресурсозабезпеченості; ступень розвитку; рівень урбанізації; етнічна ознака тощо.

Останнім часом у зв'язку з постановкою питання про реформування територіального устрою країни особливого значення набуває диференціація сільських територіальних утворень на такі, що мають, і такі, що не мають статусу адміністративно-територіальних одиниць. З метою підвищення політико-правового статусу сільських населених пунктів пропонується їх укрупнення. Як свідчить історичний досвід, спроби “виправлення” мережі поселень шляхом їх штучного об'єднання без вирішення проблеми зайнятості населення є безперспективними.

Актуальною є типізація сільських територій за етнічною ознакою, оскільки врахування в управлінській діяльності етнокультурної своєрідності на територіальному рівні сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку країни, її політичній стабільності. До моноетнічних підтипів можна віднести сільські територіальні утворення центрально-північних та західних областей України (за винятком Закарпатської та Чернівецької), переважна частина населення яких є українцями. Населення сільських районів східних і південних областей (окрім Одеської) здебільшого складають українці і росіяни. Сільське населення Автономної Республіки Крим, Закарпатської, Чернівецької, Одеської областей є поліетнічним. До сільського етнотериторіального субрегіону, в якому компактно розселені національні меншини складають більшість сільського населення, слід віднести Українське Задністров'я (південна частина Одеської області) [5, с. 269]. У Болградському, Ренійському, Тарутинському та Ізмаїльському районах болгар, молдовани і гагаузи складають

від 81, 06 % до 53,73 % населення, а з урахуванням росіян кількість районів, в яких українці є меншістю, зростає до семи за рахунок Арцизького, Саратовського та Кілійського районів [6, с. 8]. У Герцаївському районі Чернівецької області зосереджено 90 % румунського населення, в Глибоцькому — 60 %, а в Новоселицькому районі мешкає 60 % молдован [7, с. 61, 63].

Підсумовуючи, зазначимо, що визначення сільських територій як гетерогенної багаторівневої системи дає можливість позбутися спотвореного уявлення про них як виключно ресурсну базу функціонування і розвитку сільського господарства. Передусім це місце життєдіяльності сільського населення, тому при аналізі суспільних процесів, які відбуваються в межах сільських територіальних утворень, необхідно використовувати не секторальний (галузевий), а територіальний підхід.

### *Література*

1. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: Навч. посіб. — Одеса: Астропринт, 2005. — 632 с.
2. Соціально-економічні проблеми розвитку українського села і сільських територій: Мат. до Сьом. річ. зборів Всеукр. конгр. вчених економістів-аграрників (Київ, 9-10 листоп. 2005 р.). — К.: Ін-т аграр. економіки, 2005. — 83 с.
3. Павлов О. І. Сільські території України: історична трансформація парадигми управління: Моногр. // Одеса: Астропринт, 2006. — 360 с.
4. Лексин В. Н., Швецов А. Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. — М.: УРСС, 1997. — 342 с.
5. Павлов О. І. Структуризація сільських територій за етнічною ознакою // Наукові записки: Зб. — К.: Ін-т політ. і етнонац. дослід. ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2006. — Вип. 29, сер. “Політологія і етнологія”. — С. 266-275..
6. Національний склад населення Одеської області та його мовні ознаки: Стат. зб. — Одеса: Одес. обл. упр. статистики, 2003. — 103 с.
7. Заславский Г. А. Украина в мире национальных государств. — Одесса: Маяк, 2003. — 112 с.

### *Резюме*

В статье дано определение сельских территорий с учетом их специфических характеристик, а также выявлены уровни и типы этих социально-пространственных образований.

*Рецензент доктор эконом. наук, профессор Н. П. Сахацкий*

УДК 658.15

*С. А. Нізяєва*

### **АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Функціонування підприємств супроводжується безперервним кругообігом коштів. При цьому визначаються джерела коштів, напрямки і форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами по сплаті податків, персоналом підприємства. Від того, яким чином подана структура власного та позикового капіталу, залежить ефективність його функціонування в умовах конкурентного ринку і можливість його подальшого розвитку.

Проблема управління капіталом підприємств та оптимізація його структури приваблює багатьох науковців, серед яких можна назвати Андрущак Є. М., Підйомного, О. М., Ареф'єву О. В. та Городинську Д. М. [1, 2]. Вивчення надрукованих праць виявило суперечні підходи до можливості оптимізації структури капіталу. Тому основною метою статті є аналіз результатів ефективності діяльності виноробних підприємства Одеської області та структури їх капіталу.

Проведемо аналіз фінансових звітів підприємств виноробної промисловості Одеської області (табл. 1).

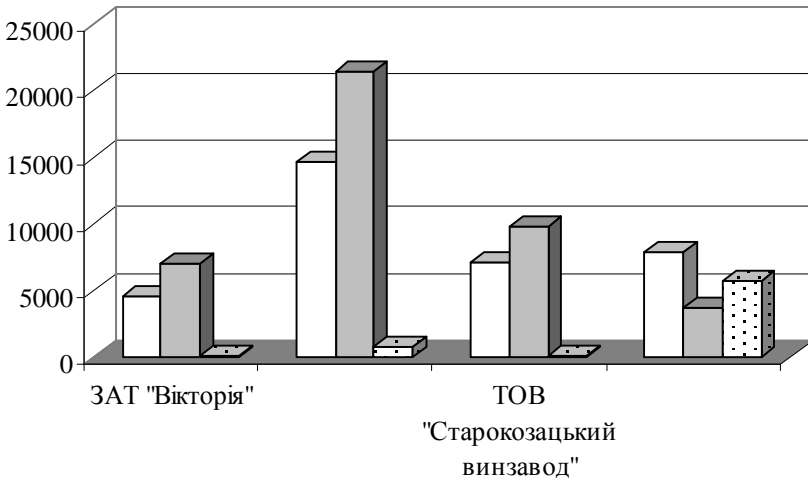
Характеристика майнового положення підприємств свідчить про те, що вартість майна аналізованих підприємств збільшилася, що характеризує розширення виробничо-господарської діяльності і є позитивним чинником в оцінці їх фінансового стану. Виконаємо аналіз активу балансу підприємств за 2007 р. (рис. 1).

В структури балансу ЗАТ "Вікторія" найбільшу питому вагу займають оборотні активи (76 %) і повністю відсутні довгострокові фінансові вкладення, що сприяє 100 % залученню фінансових коштів до основної фінансової діяльності підприємства і поліпшен-

Таблиця 1

Порівняльні аналітичні дані підприємств виноробної промисловості

Підприємства	Роки		
	2005	2006	2007
Необоротні активи підприємств			
ЗАТ "Вікторія"	2099,8	2573,5	4667,4
ЗАТ "Одесавинпром"	13760,0	23054,0	21822,0
ТОВ "Старокозацький винзавод"	2349,7	2460,8	5487,4
ННЦ "ІВІВ ім. В.С. Таїрова"	26179,0	25279,0	29113,0
Оборотні активи підприємств			
ЗАТ "Вікторія"	11774,8	11332,5	14755,8
ЗАТ "Одесавинпром"	18711,0	20636,0	36589,0
ТОВ "Старокозацький винзавод"	10567,0	10977,0	17055,6
ННЦ "ІВІВ ім. В.С. Таїрова"	16123,0	16094,0	17460,0



□ Запаси ■ Дебіторська заборгованість ▤ Грошові кошти та їх еквівалент

Рис. 1. Структура балансу підприємств

ню його фінансового стану. Вартість оборотних активів значно зросла в порівнянні з попереднім роком, темп зростання склав 78 %.

Щодо ЗАТ "Одесавинпром", то у структурі сукупних активів найбільшу питому вагу займають оборотні активи (63 %) і по-



вністю відсутні довгострокові фінансові вкладення, що сприяє 100 % залученню фінансових коштів до основної фінансової діяльності підприємства і поліпшенню його фінансового стану. Вартість оборотних активів значно зросла в порівнянні з попереднім роком, темп зростання склав 31 %.

Дані балансу ТОВ “Старокозацький винзавод” свідчать, що у структурі сукупних активів найбільшу питому вагу займають необоротні активи (62 %) і повністю відсутні довгострокові фінансові вкладення, що сприяє 100 % залученню фінансових коштів до основної фінансової діяльності підприємства і поліпшенню його фінансового стану. Вартість оборотних активів зросла в порівнянні з попереднім роком, темп зростання склав 9 %.

Звіти ННЦ “ІВІВ ім. В.Є. Таїрова” показують, що у структурі сукупних активів найбільшу питому вагу займають необоротні активи (62 %) і повністю відсутні довгострокові фінансові вкладення, що сприяє 100 % залученню фінансових коштів до основної фінансової діяльності підприємства і поліпшенню його фінансового стану. Вартість оборотних активів зросла в порівнянні з попереднім роком, темп зростання склав 9 %. Проведемо аналіз структури пасиву балансу аналізованих підприємств (таблиця 2).

У структурі балансу ЗАТ “Вікторія” найбільшу питому вагу займає нерозподілений прибуток (76 %), що позитивно впливає на підвищення фінансової стабільності підприємства. ЗАТ “Одеса-випром” у структурі його балансу найбільшу питому вагу займає нерозподілений прибуток (76 %), що також позитивно впливає на підвищення фінансової стабільності підприємства.

ТОВ “Старокозацький винзавод” у структурі його балансу найбільшу питому вагу займає інший додатковий капітал, який є основним джерелом формування майна підприємства і свідчить про те, що підприємство активно використовує притягнені засоби.

ННЦ “ІВІВ ім. В.Є. Таїрова” у структурі його балансу найбільшу питому вагу займає резервний капітал (76 %), що також позитивно впливає на підвищення фінансової стабільності підприємства і свідчить про те, що підприємство активно використовує притягнені засоби. Проведемо аналіз динаміки і структури позичкового капіталу.

Характеристика структури позикового капіталу ЗАТ “Вікторія” показує, що має місце значне зростання зобов’язань

Таблиця 2

## Структура власного капіталу підприємств за 2007 р.

Найменування статей	ЗАТ "Вікторія"		ЗАТ "Одесвінпром"		ТОВ "Старокозаський винзавод"		ННЦ "ІВІВ ім. В.С. Таїрова"	
	абсолютне значення	відносне значення	абсолютне значення	відносне значення	абсолютне значення	відносне значення	абсолютне значення	відносне значення
Статутний капітал	97,5	1,46	4239,6	14,36	18,5	0,42	10791,0	28,72
Додатковий капітал	-	-	-	-	-	-	-	-
Інший додатковий капітал	19,4	0,29	962,4	3,26	2436,0	55,33	2450,0	6,52
Резервний капітал	69,4	1,04	6773,2	29,51	-	-	22178,0	59,02
Нерозподілений прибуток	6478,6	97,21	15608,8	52,87	1947,8	44,25	2156,0	5,74
Разом	6664,9	100,00	29523,0	100,00	4402,3	100,00	37575,0	100,00

Таблиця 3

## Структура позичкового капіталу підприємств за 2007 г.

Найменування статей	ЗАТ "Вікторія"		ЗАТ "Одесвінпром"		ТОВ "Старокозаський винзавод"		ННЦ "ІВІВ ім. В.С. Таїрова"	
	абсолютне значення	відносне значення	абсолютне значення	відносне значення	абсолютне значення	відносне значення	абсолютне значення	відносне значення
Короткострокові кредити банків	315,2	5,3	3125,0	20,6	3284,0	11,4	0,0	0,0
Кредиторська заборгованість	4892,6	82,2	9339,0	61,7	24068,0	83,3	1565,0	66,1
Поточні зобов'язання	747,1	12,5	2681	17,7	1536,0	5,3	804,0	33,0
Разом	5954,9	100,00	15145,0	100,00	28888,0	100,00	2369,0	100,00

підприємства, викликаних залученням в господарський зворот як позикових засобів, так і тимчасову можливість використання в господарській діяльності засобів постачальників. Відзначимо, що необхідність і доцільність проведення структурного аналізу капіталу підприємств викликано, по-перше, тим, що відносні показники фінансової звітності відповідно згладжують негативний вплив інфляційних процесів, і по-друге, використання відносних показників дозволяє порівнювати показники діяльності різних підприємств виноробної промисловості, які відрізняються один від одного розмірами, величиною використовуваних ресурсів і іншими об'ємними показниками діяльності.

Вивчення структури капіталу і джерел його формування в досліджуваних підприємств показало, що на кінець 2007 р. капітал підприємств формувався, в основному, за рахунок власних джерел. При цьому, питому вагу власного капіталу і довгострокових зобов'язань мають тенденцію до зменшення що свідчить про ослаблення інвестиційної діяльності підприємств виноробної галузі.

Проаналізуємо склад і структуру формування активів — власного капіталу. Основними джерелами формування власного капіталу є:

- статутною капітал;
- інший додатковий капітал;
- нерозподілений прибуток.

Що стосується іншого додаткового капіталу, то в його склад входять:

- сума дооцінки необоротних активів;
- вартість необоротних активів, яка була отримана підприємствами від інших юридичних і фізичних осіб на безповоротній основі;
- інші види додаткового капіталу.

Що стосується нерозподіленого прибутку, то в ринкових умовах він має важливе значення для підприємств як одне з основних джерел формування активів. Слід також відзначити, що по сукупності досліджуваних підприємств спостерігається тенденція до зменшення питомої ваги цього джерела, що свідчить про зниження ефективності господарської діяльності і рентабельності використання капіталу.

У складі капіталу досліджуваних підприємств за підсумками 2007 р. короткострокові кредити складала от 1, 46 % (ЗАТ

“Вікторія”) до 28, 72 % (ННЦ “ІВІВ ім. В. Є. Таїрова”). Це слід рахувати негативним, оскільки банківський кредит є законодавчим явищем ринкової економіки, яке властиво нормальному і ефективному функціонуванню підприємств.

Відзначимо, що загальна частка банківського кредиту (як довгострокового, так короткострокового) набагато менша, ніж кредиторська заборгованість. Це, на наш погляд, викликано як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками. Так, більшість виноробних підприємств знаходилися в складному фінансовому положенні, яке характеризувалося низькою платоспроможністю і ліквідністю.

Крім того, відсотки за користування кредитами були досить високими, а умови кредитування — досить жорсткими, тобто високі кредитні ставки були свого роду платою за високий кредитний ризик. Тому багато виноробні підприємств не ризикували збільшувати розмір кредитування.

Одночасно з питаннями формування необхідно розглядати співвідношення між позиковими і власними засобами, тому що ціна залучення в окремих випадках позикових джерел більш низька й ефективна, ніж використання власних засобів. Характеристика співвідношень між власним та позиковим капіталом і розкриває сутність фінансового стану підприємства (табл. 4).

Таблиця 4

Співвідношення між власним та позиковим капіталом  
на 01.01.2007 р.

Найменування статей	ЗАТ “Вікторія”	ЗАТ “Одесавинпром”	ТОВ “Старокозацький винзавод”	ННЦ “ІВІВ ім. В.Є. Таїрова”
Власний капітал	6664,9	29523,0	4402,3	37575,0
Позичковий капітал	5954,9	15145,0	28888,0	2369,0
Усього	12619,8	44668,0	33290,3	39944,0
Співвідношення	52,8: 48,2	66,1: 33,9	13,2: 86,8	94,1: 5,9

У теорії й практиці фінансового аналізу проблема оптимального співвідношення власного й позикового капіталу не має однозначного вирішення. Вчені-економісти по-різному оцінюють оптимальність співвідношення власного й позикового капіталу (наприклад, 70:30; 60:40; зазвичай — 50:50). Кожне підприємство має визначати його у взаємозв’язку зі структурою основного й оборотного капіталу, швидкістю оборотності оборотних коштів та іншими факторами.

Найбільше значення питомої ваги позикового капіталу в порівнянні з іншими підприємствами спостерігається в ЗАТ “Вікторія”, яке склало на 01.01.2008 р. 34 % і в підприємства ЗАТ “Одесавинпром”. Крім того, зростання частки позикового капіталу по групі досліджуваних підприємств проходить досить стабільний. В цілому, впродовж досліджуваного періоду ця доля істотно підвищилася.

На підприємстві ТОВ “Старокозацький винзавод”, навпаки, впродовж досліджуваного періоду сталося істотне зниження частки позикового капіталу в загальному капіталі і підвищення частки власного капіталу.

Впродовж досліджуваного періоду в середньому по сукупності підприємств мало місце зменшення питомої ваги власного капіталу в загальній сумі капіталу, яке сталося, в основному, за рахунок зниження частки власного капіталу на таких підприємствах, як ТОВ “Старокозацький винзавод” и ННЦ “ІВІВ ім. В. Є. Таїрова”.

Таким чином, можна зробити наступний висновок: чим менше розмір підприємства (тобто його статутний фонд), тим більшу долю власного капіталу воно має в сукупному капіталі і велику фінансову стійкість.

Здійснене автором аналітичне дослідження виноробних підприємств дає можливість зробити наступні висновки:

1. Структура капіталу виноробних підприємств формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Для досліджуваних підприємств за період з 2005 по 2007 роки значних змін в структурі не відбувалося, основна доля капіталу — власний капітал, який становить 80-87 %.
2. Щодо змін в структурі власного капіталу, то було відмічено, що беззаперечним основним джерелом формування власного капіталу є нерозподілений прибуток, основне джерело нагромадження майна підприємства чи організації.
3. Проведений аналіз структури залученого капіталу свідчить про те, що поточні зобов'язання є основним джерелом формування залучених коштів, що підриває стійкість фінансового стану виноробних підприємств, так як з капіталом короткострокового використання необхідна постійна оперативна робота, спрямована на контроль за своєчасним їх поверненням і на залучення в оборот на нетривалий час інших капіталів.

4. Щодо впливу факторів на структуру капіталу підприємств, то можна зробити висновок, що на нього, втім як і на загальну діяльність підприємств впливають усі негативні явища як в економічній, так і в політичній та соціальній сферах життя держави: інфляційні процеси, зниження обсягів виробництва, заборгованість заробітної плати та соціальних виплат населенню, недостатнє фінансування бюджетної сфери.

#### *Література*

1. Андрущак Є. М., Підхомний О. М. Управління фінансовими ресурсами у процесі реструктуризації підприємств // Фінанси України. — 2002. — № 7. — С. 30-38.
2. Ареф'єва О. В., Городинська Д. М. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 8. — С. 83-90.

#### *Резюме*

В статтю аналізується фінансово-хозяйственная діяльність винодельческих производств.

*Рецензент канд. економ. наук, доцент В. Н. Ермолин*

УДК 338.48.22

*П. А. Петриченко*

### **ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ У СФЕРУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ**

Найважливішим пріоритетом розвитку сфери санаторно-курортних послуг стає формування і зміцнення взаємин з кінцевими споживачами та організаціями — партнерами з метою розвитку стійкої конкурентної переваги. Проте серед великої кількості досліджень питань маркетингу та організаційно-правових форм у сфері санаторно-курортних послуг недостатньо вивчені проблеми маркетингу взаємовідносин [1; 2]. Також встановлено, що не всі вчені, які досліджують проблеми маркетингу взаємин, дають комплексне визначення даної категорії, що враховує взаємини як між споживачами та організацією, так і між організацією та її можливими партнерами [3]. Тому метою статті є проведення термінологічного аналізу тлумачень “маркетингу взаємин”, що має на меті формування ефективних взаємовідносин зі споживачами та

партнерами і виділення істотні характеристики маркетингу взаємин стосовно до сфери санаторно-курортних послуг.

Вперше термін “маркетингу взаємин” (“relationship marketing”) був запропонований Леонардом Беррі в 1983 р. в роботі з маркетингу сфери послуг [4]. Через десятиліття, маркетинг взаємовідносин проникає на споживчі ринки. І, як зазначає Петроф (Petroff): “За рідкісним винятком, практичні фахівці з маркетингу і, особливо, теоретики маркетингу, взяли маркетинг взаємин як новітнє євангеліє і стали поширювати його, як вірні апостоли” [6, с. 800].

Наведемо декілька найбільш поширених визначень маркетингу взаємин, для того, щоб виділити його відмінні риси (табл. 1). На наш погляд, поняття “маркетингу взаємин” можна трактувати, як цілеспрямоване формування і підтримка довгострокових, що задовольняють усі зацікавлені групи (споживачів, постачальників, дистриб’юторів та інших суб’єктів підприємств санаторно-курортного комплексу) зв’язків з метою сталого ведення бізнесу, створення конкурентної переваги. Маркетинг партнерських відносин орієнтований на довгострокову співпрацю і має на меті надання споживачам і партнерам довгострокових цінностей.

Маркетинг взаємовідносин має двоєдину спрямованість і зосереджений як на залученні, так і на утриманні клієнтів. Необхідно підкреслити, що на додаток до “наступальним” стра-

Таблиця 1

Континуум визначення маркетингу відносин

Автор	Визначення маркетингу відносин
Беррі (Berry, 1983)	підхід до маркетингу, орієнтована на більш тривалі взаємодії зі споживачами
Гренрос (Gronroos, 1994)	результат тривалого розвитку маркетингу, що відображає його сучасний стан, як наступний шабель після концепції соціально-орієнтованого маркетингу
Гумесон (Gummesson, 1994)	філософія ведення бізнесу, стратегічна орієнтація, яка фокусується швидше на утримання та «покращення» поточних споживачів, ніж на залученні нових
Гордон (Gordon, 1998)	безпосередній процес визначення і створення нових цінностей за безпосередньої участі індивідуального споживача, а потім сумісного отримання і розподілу вигоди від цієї діяльності між учасниками взаємодії
Котлер (Kotler, 2009)	практика побудови довгострокових взаємовигідних відносин з ключовими партнерами, що взаємодіють на ринку з метою встановлення тривалих привілейованих відносин

тегій підприємства санаторно-курортного комплексу потребують “оборонних” стратегіях, які скорочують потік клієнтів.

В умовах посиленої конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках, партнерські відносини стають істотним фактором зміцнення конкурентоспроможності підприємств санаторно-курортного комплексу. Тому зміцнення партнерських взаємозв’язків має стати для пріоритетним напрямком діяльності.

Одним з вагомих аргументів на підтримку маркетингу взаємин є те, що споживачі з тією чи іншою інтенсивністю беруть участь в обміні (транзакції) з підприємствами протягом всього свого життя. Акцентуємо увагу на таких напрямках діяльності в маркетингу взаємин, не властивих класичному маркетингу:

- створюється нове благо для індивідуального покупця-клієнта, а вигоди від цієї діяльності розподіляються між усіма учасниками взаємодії.
- зізнається ключова роль індивідуальних клієнтів, не тільки як споживачів, але й у визначенні того блага, яке вони хочуть отримати. Благо створюється разом з покупцями, а не для них.
- весь процес надання послуг формується і узгоджується під забезпечення того кінцевого результату, який бажає отримати клієнт. У результаті ревізії піддаються існуючі технології, матеріали, засоби комунікації, навчання персоналу, стратегії та структури.

В режимі реального часу відбувається безперервна спільна робота клієнта і продавця послуг.

Явні пріоритети віддаються постійним клієнтам, з якими розвиваються і удосконалюються відносини в перспективі.

Застосування принципів маркетингу взаємин дозволяє реалізувати стратегію, що забезпечує конкурентні переваги підприємству санаторно-курортного комплексу. Реалізація цих принципів можлива на основі застосування маркетингових технологій, під якими розуміється спеціально розроблена послідовність дій, їх тимчасова і просторова організація для досягнення підприємством санаторно-курортного комплексу ринкового успіху. Маркетингові технології можуть розглядатися як з позиції загального процесу управління підприємством, так і з точки зору окремих циклів управлінського впливу. В останньому випадку специфіку марке-



тингової технології визначає стан попиту на послуги підприємства, ринкове середовище і його конкурентне становище.

Застосування маркетингових технологій управління взаєминами з клієнтами, що представляють собою сукупність засобів і методів управління, орієнтованих на споживче сприйняття, встановлення і розвиток взаємин, є інструментом, що дозволяє істотно розширити потенційні можливості підприємств санаторно-курортного комплексу в досягненні стійких конкурентних переваг.

У маркетинговій діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу з'являються нові напрямки:

- встановлення і постійне здійснення комунікацій з клієнтом;
- безпосереднє підключення клієнта до процесу розробки і створення послуги;
- розвиток партнерських відносин з різними суб'єктами ринку, які стають найважливішим нематеріальним ресурсом підприємств санаторно-курортного комплексу;
- розвиток сервісної компоненти і підвищення якості обслуговування;
- інтеграція в єдиний процес діяльності окремих самостійних суб'єктів ринку, що спеціалізуються на різних видах маркетингової діяльності.

Подальший більш детальне вивчення дуальних пар взаємодії може проводитися з метою визначення істотних для обох контрагентів чинників співробітництва — критеріїв взаємодії. Ці критерії можуть бути виявлені в результаті перехресної оцінки важливості різних характеристик обслуговування при роботі з контрагентом. В якості таких комплексних характеристик можуть виступати агреговані блоки, наприклад:

- умови придбання путівок;
- робота представників,
- умови оплати (грн./дол., готівкова/безготівкова форма розрахунку, передплата/кредит/по факту);
- спеціальні знижки для конкретного клієнта;
- розмір знижок при передоплаті і т. п.

Крім оцінки значущості факторів взаємодії і виявлення єдиних критеріїв співробітництва доцільно встановити ступінь задоволеності по всій сукупності характеристик взаємодії контрагентів.

Оригінальна методологія управління взаєминами в стратегічному контексті була представлена в роботі М. Бенсау (Bensaou, 1999). У роботі М. Бенсау на основі емпіричного дослідження запропоновано обґрунтування сучасної методології для управління портфелем взаємин. Процедура управління взаємовідносинами, запропонована М. Бенсау, дозволяє допомогти топ менеджерам відповісти на два ключових питання:

- як зовнішнє середовище і корпоративна культура впливають на вибір тих чи інших відносин? Це стратегічне рішення, так як воно впливає на формування кордонів фірми, визначення ключових видів її діяльності.
- які шляхи є придатними для керування кожним типом взаємин?

Залежно від рівня поведінкової і сприймається лояльності можна виділити різні типи лояльності (табл. 2).

Таблиця 2

#### Класифікація лояльності

		Поведінкова лояльність	
		висока	низька
Сприймана лояльність	висока	Абсолютна лояльність	Хибна лояльність
	низька	Прихована лояльність	Відсутність лояльності

Абсолютна лояльність — ситуація, при якій високому рівню поведінкової лояльності споживачів відповідає високий рівень сприйманої лояльності, — є найбільш сприятливою для організації. Споживачів з абсолютною лояльністю найлегше утримати. Причому, для цього може бути достатньо підтримки існуючих стандартів якості.

Прихована лояльність означає, що високий рівень лояльності сприймається не підкріплюється поведінкою споживача. Тобто він виділяє цю компанію з числа конкурентів, але набуває її продукти не так часто або не в такій кількості, як абсолютно лояльні споживачі. Причинами цього є, насамперед, зовнішні чинники, наприклад, недостатній рівень доходу. У такій ситуації організації необхідно зміцнювати досягнуте положення шляхом розвитку поведінкової лояльності. Для цього можуть використовуватися, наприклад, цінові стимули.

Хибна лояльність має місце в тому випадку, коли поведінкової лояльності відповідає низький рівень сприйманої лояль-

ності. Ця ситуація є загрозливою, оскільки споживач не прив'язаний до організації. Його купівлі можуть бути наслідком обмеженої пропозиції, звичок (послугами даної компанії традиційно користуються інші члени сім'ї), тому, як тільки споживач знайде організацію, що задовольняє його більше, він відмовиться від обслуговування. Для утримання споживачів, що демонструють такий тип лояльності, необхідне обов'язкове посилення сприйманої лояльності.

Відсутність лояльності надає мінімальні можливості для утримання. Організації слід або відмовитися від утримання цієї частини споживачів, зауважимо, вигідних для неї, або приймати спеціальні заходи для підвищення, перш за все, що сприймається лояльності.

Отже, лояльність є основним показником рівня взаємодії споживача і компанії, причому можна виділити дві її сторони: “поведінкову” і “сприйману. І “поведінки”, і “сприймається” лояльність включають в себе ряд компонентів, які можуть бути використані для виміру лояльності. Найбільш значний внесок у формування лояльності вносить задоволеність споживачів, причому для утримання споживачів необхідно досягнення максимального рівня задоволеності. Однак для визначення можливостей підвищення лояльності споживачів потрібно оцінити поєднання рівня як сприймається, так і поведінкової лояльності. Нові можливості для утримання надає абсолютна лояльність, дещо менші — прихована лояльність, обмежені можливості утримання у разі помилкової лояльності та їх практично немає при відсутності лояльності.

На підставі теорії життєвого циклу клієнта Д. Гріффін, матриці прибутковості/лояльності виділяються найбільш прибуткові клієнти, розробляються специфічні стратегії, що дозволяють впливати на життєвий цикл клієнта.

Індекс лояльності є найбільш значущим показником при аналізі клієнтської бази даних, оскільки саме він дозволяє проаналізувати поведінковий аспект.

Для вимірювання рівня лояльності покупців використовується кількісний опитування, де респондент, у відповідь на запитання анкети, дає інформацію за такими основними параметрами, які вказані в таблиці 3.

Пропонується використовувати набір тверджень в анкеті, з якими респондент повинен висловити згоду — незгода за шка-

Таблиця 2

## Розрахунок індексу задоволеності

Критерій оцінки задоволеності	Вага критерію	Оцінка критерію	Вага оцінки
Якість надання послуги	5	5	25
Ціна послуги	5	3	15
Сервіс (додаткові послуги)	4	3	12
Рівень обслуговування: швидкість роботи, доброзичливість персоналу	5	4	20
Доступність інформації, ступінь доступності інформації про підприємство: ЗМІ, зовнішня реклама, сайт	3	5	15
Надійність підприємства	5	5	25
Компетентність персоналу	4	5	20
Індекс задоволеності			132

лою Лайкерта (по 5-ти чи 10-ти бальною шкалою, від “повністю не згоден” до “повністю згоден”).

Для побудови індексу лояльності розраховується середнє арифметичне значення для середніх балів по кожному твердженню за такою формулою:

$$I_{л.} = \frac{1}{K} * \sum I_i \quad (1)$$

де  $I_{л.}$  — значення індексу (загальне та значення по кожному твердженню);

$l$  — порядковий номер твердження;

$K$  — кількість тверджень, що входять у шкалу.

Значення індексу знаходиться у інтервалі [1; 10].

Отримавши відповіді на запитання анкети, можна визначити значення складових параметрів лояльності покупців (табл. 4).

Важливим завданням вимірювання рівня задоволеності є визначення такого рівня у відсотках (%) від максимального, при якому клієнт йде з компанії (так само як і приписує свою участь у про-

Таблиця 4

## Значення складових параметрів лояльності покупців

Напрямок	Послуга
Перцепційна лояльність (думки, відносини)	3,56
Транзакційна (поведінкова) лояльність	4,72
Імовірність рекомендації компанії (продукту) іншим людям	3,28
Нечутливість поведінки покупця до дій конкурентів	1,83

грамі), та зменшення рівня задоволеності, коли клієнт може скорочувати обсяг своїх закупівель. Аналізуючи історію взаємин з клієнтом, розраховуються значення цього індексу. Стосовно до сфери послуг рекомендується використовувати значення менше 80 % для зони слабкої задоволеності і менш 30 % для зони втрати клієнтів.

Відстежуючи зміни індексу лояльності та лояльності за різні періоди роботи підприємства, стає реальним прогнозувати ситуацію і коректувати свою політику залучення й утримання клієнтів.

### *Література*

1. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений. — СПб: Питер, 2001.
2. Третьяк О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 234 с.
3. Цуневская О. Я. Повышение лояльности клиентов на основе использования специальных маркетинговых программ и ко-бренд проектов // Маркетинг. — 2007. — № 6.
4. Berry L. L. Relationship marketing // Emerging perspectives of service marketing. — Chicago, 1983.
5. Gronroos Ch. Quo vadis, marketing? Toward a relationship marketing paradigm // Journal of Marketing Management. — 1994. — № 10 (5). — P. 347-360.
6. O'Malley L., Tynan C. Relationship marketing in consumer markets: rhetoric or reality? // European Journal of Marketing. — 2000. — V. 34, 7. — С. 797-815.

### *Резюме*

Рассматривается проблема использования программ лояльности клиентов в сфере санаторно-курортных услуг.

*Рецензент доктор эконом. наук, профессор В. Р. Семенов*

УДК 336.71:330.131.7

*Н. Ю. Няньчук, Д. С. Сороченко*

## **СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ ЯК МЕТОДА ОЦІНКИ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ**

Фінансова глобалізація як об'єктивний процес розвитку сучасного суспільства сприяє зростанню рівня і розширенню спектра фінансових ризиків, що підвищує вразливість національних

фінансових систем і призводить до збільшення кількості фінансових криз та поширення їх впливу на світову фінансову систему. За таких умов діяльність фінансових установ, перш за все, банків, стає все більш складною і різнобічною, в зв'язку з чим виникає необхідність удосконалення підходів щодо виміру, контролю та управління різними видами ризиків.

Оптимізація методів і технологій управління ризиками в банку є однією з основних передумов появи конкурентних переваг залучення клієнтів і збільшення прибутковості банківського бізнесу. В умовах зростання обсягів банківських операцій, модернізації інформаційних технологій і систем, появи інноваційних банківських продуктів, виникає необхідність розробки і впровадження нових методів оцінки і управління ризиками, до яких, у першу чергу, необхідно віднести стрес-тестування.

Проблеми організації і проведення стрес-тестування розглядаються багатьма вченими, наприклад, такими як С. Авраменко, Д. Берковец, В. Бласке, Т. Бреуер, Ж. Гаша, М. Гібсон, М. Джандака, Т. Джонс, С. Дубков, Б. Енгельман, Є. Жоквиуоле, П. Капіес, М. Ліопольд, А. Моралес, М. Рікке, В. Савонь, П. Хілберс, І. Фенденр, М. Цихак та інші.

Слід відмітити, що для української банківської системи використання метода стрес-тестування є відносно новим, відповідно ряд положень потребує більш детального вивчення і адаптації до умов діяльності вітчизняних банків.

Отже, метою статті є вивчення сутності та необхідності стрес-тестування, переваг та недоліків використання цього методу для оцінки банківських ризиків.

Поняття стрес-тестування застосовується в різних галузях діяльності, наприклад, таких як: індустрії інформаційних технологій, медицині, і фінансовому секторі (передусім у діяльності банків, страхових компаній та хедж-фондів).

Загалом під стрес-тестуванням розуміється кількісний метод оцінки зміни одного із взаємозалежних чинників і його впливу на інший чинник: аналізуючи критичну зміну в той чи інший бік, маємо змогу оцінити наслідки зміни у випадку настання непередбаченої ситуації. Слід зауважити, що як інструмент оцінки банківських ризиків, стрес-тестування використовується в діяльності центрального банку при виконанні функцій органу банківського нагляду, та в практиці банків при побудові

та вдосконаленні систем управління ризиками. Подібне широке застосування цього методу призвело до існування різних підходів щодо визначення його сутності (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення сутності поняття стрес-тестування

Джерело	Зміст поняття
“Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України” затверджено Постановою Правління НБУ № 361 від 02.08.2004 р. [1]	<i>Стрес-тестування</i> – це метод кількісної оцінки ризику, який полягає у визначенні величини неузгодженої позиції, яка наражає банк на ризик, та у визначенні шокової величини зміни зовнішнього фактора – валютного курсу, процентної ставки тощо
Рекомендації Європейського центрального банку [2]	<i>Макро стрес-тестування</i> – це спосіб визначення кількісного зв'язку між макроекономічними змінними і станом або однієї фінансової установи, або всього фінансового сектора
“Підходи до організації стрес-тестування в кредитних організаціях (на основі міжнародної фінансової практики” Центральний банк Російської Федерації [3]	<i>Стрес-тестування</i> – це метод оцінки чутливості портфеля до значних змін макроекономічних показників або до виняткових, але можливих подій
Рекомендації Міжнародного валютного фонду [4]	<i>Стрес-тестування</i> може бути визначено як оцінку потенційної дії на фінансовий стан банку низки заданих змін у чинниках ризику, які відповідають винятковим, але ймовірним подіям
Річний звіт за 2007 рік ВАТ “Актив-банк”(Україна) [5]	<i>Метод стрес-тестування</i> – це оцінка стійкості портфелю фінансових активів або банку в цілому до значних змін економічного характеру та „екстремальних” подій – малоімовірним, але все ж можливим кризовим ситуаціям, які важко прогнозувати та здатні привести до невинуватено великих збитків (або прибутків)

У ході аналізу змісту наведених понять сутності стрес-тестування можна виокремити відповідні етапи його організації: першим етапом є ідентифікація вразливості, на другому етапі визначається кількісний зв'язок між змінними, вимір вразливості; наступним є визначення величини втрат, і останнім етапом є оцінка впливу стресової ситуації на банк. Це дозволило сформулювати, на наш погляд, більш повне розуміння сутності цього методу.

Отже, стрес-тестування — це кількісний метод оцінки і виміру втрат, що виникли в результаті негативного впливу раніше ідентифікованих, взаємопов'язаних змінних, необхідний для розробки рекомендацій для попередження виникнення можливих загроз у діяльності банку.

Появу стрес-тестування в банківській діяльності, в першу чергу, обумовлено введенням доповнень до Базельської угоди в 1996 році. Згідно з рекомендаціями Базельського комітету з банківського нагляду, що викладено в першому компоненті мінімальних вимог до капіталу банку, банк, що використовує метод оцінки ризиків через внутрішньобанківські рейтинги контрагентів (IRB), повинен застосовувати надійні процеси стрес-тестування для оцінки достатності капіталу [6]. У цьому разі стрес-тестування передбачає виявлення можливих подій або майбутніх змін економічних умов, які можуть мати несприятливі наслідки для кредитних вимог банку, і оцінку його можливості попереджувати такі зміни.

Відповідно до вимог другого компоненту Базельської угоди, банки повинні мати процедури оцінки загальної достатності капіталу щодо характеру ризиків своєї діяльності і стратегію підтримки відповідного рівня капіталу. При оцінці достатності капіталу керівництву банку слід ураховувати конкретну стадію циклу ділової активності, та проводити стрес-тестування для виявлення можливих подій або змін у ринковій кон'юктурі, здатних несприятливо вплинути на діяльність банку.

У 1999 році Міжнародний Валютний Фонд (МВФ) і Всесвітній банк розпочали реалізацію програми оцінки фінансового сектора, призначеної для виявлення сильних сторін і вразливих місць фінансової системи, і розробки відповідних заходів у разі стресової ситуації [7]. Згідно з рекомендаціями МВФ, аналіз показників фінансової стійкості може підкріплюватися використанням стрес-тестів. Макро стрес-тести передбачають розрахунок наслідків стандартних потрясінь для балансів банків з подальшою агрегацією результатів за банками з метою отримання сукупного впливу цих потрясінь на сектор у цілому. Стрес-тести також використовуються як метод оцінки певних видів ризиків, які важко точно виміряти з допомогою показників фінансової стійкості, в тому числі ризиків, що виникають під впливом похідних інструментів і забалансових відкритих позицій. Взаємозв'язок показників фінансової стійкості і стрес-тестів обумовлено тим фактом, що зміни показників фінансової стійкості, як правило, є вихідними даними для стрес-тестів. Зокрема, при проведенні стрес-тестування дія макроекономічного потрясіння, зазвичай, вимірюється його дією на показники фінансової стійкості, що



оцінюють коефіцієнти власного капіталу. Крім того, деякі потрясіння виражаються через зміни рівня недіючих позичок, що дає безпосередню оцінку зв'язку між змінами показників фінансової стійкості на базі цих позичок і коефіцієнтом власного капіталу по банківській системі. Отже, стрес-тести і показники фінансової стійкості є взаємодоповнюючими підходами до оцінки ризиків фінансової стабільності [8].

Слід зазначити, що на сьогодні стрес-тестування є досить поширеним, і використовується різними урядовими структурами, такими як — Управління з фінансового регулювання і нагляду Великобританії (FSA), органами банківського нагляду центральних банків багатьох країн тощо [9]. Так, ряд стрес-тестів були проведені у США для оцінки стійкості банківської системи щодо потрясінь під час кризи і рецесії в економіці. Таким чином стрес-тести мають допомогти урядові визначити, чи потрібна державна фінансова підтримка банкам, чиї активи перевищують сто мільярдів доларів, що, в свою чергу, дозволить владі уникнути непотрібного витрачання коштів, які буде спрямовано на стабілізацію фінансового сектора США.

Необхідно відмітити, що впровадження стрес-тестування в Україні знаходиться на початковій стадії.

При розгляді річних звітів п'ятнадцяти українських банків, лише в звітності трьох з них йшлося про стрес-тестування. У річному звіті АКБ “ПРАВЕКС-БАНК” за 2007 рік вказано наступне: “Результати стрес-тестування використовується в “Аварійному плані на випадок втрати ліквідності”, який вступає в дію за умов кризових ситуацій на ринку ліквідності. Моніторинг ризику проводиться періодично в залежності від стану кризи, але не рідше одного разу на місяць” [10]. У звітності ТОВ “Комерційний банк “Дельта” відмічається, що для кредитного портфеля також застосовується методика моделювання грошових втрат (стрес-тестування) при виникненні несприятливих обставин [11].

Отже, можна дійти висновку, що українські банки ще не достатньо розуміють необхідність проведення стрес-тестування. А це призводить до того, що в кризовій ситуації у банків немає чітко розроблених заходів дій.

Існує досить багато дискусій з приводу доцільності впровадження в українських банках стрес-тестування. Вважається, що кількісні результати, отримані в результаті стрес-тестування, є

лише приблизною оцінкою потенційних втрат і не повинні розглядатися як точний прогноз рівня вразливості в разі розвитку кризової ситуації. Стрес-тестування надає лише інформацію, що дозволяє більш повно охарактеризувати міру стійкості банківського сектора, що робить його важливим, але не основним інструментом аналізу. Серед недоліків використання стрес-тестування також виділяють і те, що стрес-тести, як правило, мають суб'єктивний характер, що позначається на прозорості та достовірності їх результатів. Кожен банк самостійно визначає ті або інші ризики та їх чинники, які для нього є найбільш важливими.

Однак результати стрес-тестування є необхідним засобом комунікації між ризик-менеджерами і вищим керівництвом банків, вони складають невід'ємну частину практики ризик-менеджменту і публікуються банками з метою інформування громадськості. Отже, необхідність проведення стрес-тестування обумовлюється якістю і повнотою інформації, яка отримується за допомогою стрес-тестів.

На відміну від вітчизняних, у західних банках використання стрес-тестування є одним із пріоритетних методів аналізу: за наявності достатньої статистичної вибірки можна побудувати досить точну модель. Слід зазначити, що розробляючи методику проведення стрес-тестування, багато банків використовують моделі оцінки ризику, які є основними в інших методиках оцінки ризиків (наприклад, VAR підхід, Монте-Карло тощо).

Процес проведення стрес-тестування повинен мати не епізодичний, а постійний характер: регулярне оновлення (актуалізація) параметрів стрес-тестів має здійснюватися відповідно до змін ринкової і загальноекономічної кон'юнктури, а також ризикового профілю банку. Вказане дозволить підвищити якість результатів процесу оцінки та допомогти, перш за все, ідентифікувати впливи деяких чинників, які менш очевидні через велику різноманітність фінансових інструментів.

Успішне впровадження системи оцінювання банківських ризиків та стійкості банківських установ в Україні потребує здійснення наступних заходів:

- обов'язково включити результати стрес-тестування у фінансову звітність банків, за якою банки також мають надавати наглядовим органам інформацію стосовно методології, що використовується для здійснення такої оцінки;

- більш диверсифікований підхід до проведення Національним банком України стрес-тестування для оцінки ризиків різних напрямів банківської діяльності (так, на сьогодні проводиться стрес-тестування лише по валютному та процентному ризикам).

Для банківських установ України стрес-тестування є інноваційним методом прогнозування можливих втрат унаслідок настання кризових явищ. Від його впровадження залежить ефективне планування діяльності банків: знаючи, які втрати очікують банк у майбутньому, банк має можливість попередити виникнення загроз. Отже, не зважаючи на чималу кількість методів управління, оцінки, і попередження ризиків, слід зазначити, що з кожним роком стрес-тестування буде знаходити своє практичне застосування в банківських установах.

### *Література*

1. Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України затверджено Постановою Правління Національного банку України № 361 від 02.08.2004 р. // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. Сайт банківської аналітики // <http://bankir.ru>.
3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации // <http://www.cbr.ru>.
4. Blaschke W., Jones T., Majnoni G., Peria S-M. Stress Testing of Financial Systems: An Overview of Issues, Methodologies, and FSAP Experience” // IMF Working Paper. — 2001.
5. Річний звіт ВАТ “Актив-Банк” за 2007 рік // [www.activebank.com.ua](http://www.activebank.com.ua).
6. Amendment to the Capital Accord to Incorporate Market Risks — Basel Committee on Banking Supervision, January 1996 (updated to April 1998) // [http://www.cbr.ru/today/PK/bz\\_2.pdf](http://www.cbr.ru/today/PK/bz_2.pdf).
7. Breuer T., Jandacka M., Rheinberger K., Summer M. Macro Stress and Worst Case Analysis of Loan Portfolios // Fachhochschule Vorarlberg / Oesterreichische Nationalbank. — 2008, March 29. — 31 p.
8. Показатели финансовой устойчивости: руководство по составлению 2007 // [www.imf.org](http://www.imf.org).
9. Stress Testing by Large Financial Institutions: Current Practice and Aggregation Issues / The Committee on the Global Financial

System of the Bank for International Settlements. — 2000, April. — 44 p.

10. Річний звіт АКБ “ПРАВЕКС-БАНК” за 2007 рік // [www.pravex.com](http://www.pravex.com).
11. Річний звіт ТОВ “Комерційний банк “Дельта” за 2007 рік // [www.deltabank.com.ua](http://www.deltabank.com.ua).

### *Резюме*

В статье рассматривается сущность понятия стресс-тестирования как метода оценки рисков банковской деятельности. В ходе исследования определены основные преимущества и недостатки использования указанного метода в практике банковских учреждений и предложены мероприятия по усовершенствованию системы оценивания банковских рисков.

*Рецензент канд. економ. наук, доцент Л. В. Кузнецова*

УДК 334.012.82 (4-191.21)

*Л. В. Драгієва*

## **ДОСВІД РЕГІОНАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ ЄВРОПИ НА ПРИКЛАДІ ВИШЕГРАДСЬКОЇ ГРУПИ**

Одним з головних завдань соціально-економічного розвитку України є розробка алгоритму оптимальної взаємодії національної економіки зі світовим господарством у контексті швидких змін, які в ньому відбуваються. Формування відкритої ринкової економіки повинне наблизити Україну до рівня розвинених європейських країн, забезпечити її сталий розвиток. Надзвичайно важливим є конкурентно-ринковий вектор забезпечення її національних інтересів у процесі світової економічної інтеграції. Для цього необхідна реальна, повноцінна і рівноправна участь національних суб'єктів підприємництва на міжнародних ринках товарів і капіталів, потрібно сформувані внутрішні умови і створити механізми, які здатні забезпечити органічне включення держави у світові інтеграційні процеси і структури. Мова йде про формування такого національного економічного простору, що характеризується сприятливим інвестиційним кліматом, відпрацьованим стабільним законодавством, розгалуженою інфраструктурою і не корумпованими власними структурами. Тільки ком-

плексне вирішення наявних проблем може забезпечити рівноправну участь країни в міжнародному поділі і кооперації праці.

Для сучасного економічного розвитку України, особливого значення набувають ті дослідження, які націлені на розробку заходів, спрямованих на формування ефективного механізму її економічної інтеграції в європейські економічні структури. Розвиток будь-якої національної економіки усе більше залежить від сприятливого інституціонального середовища її функціонування, співробітництва підприємницьких структур, міжнародних і державних установ у сучасній системі світового господарства. Тому Україні, як і кожній постсоціалістичній країні необхідно зосередити увагу на поступовому інтегруванні у світове господарство, у тому числі шляхом участі в регіональних інтеграційних об'єднаннях.

Фундаментальні питання формування та розвитку інтеграційних механізмів вивчали такі відомі західні фахівці, як К. Андерсон, О. Бланшард, Д. Бойер, М. Ландесман, Р. Солоу, Н. Стерн, Дж. Стіглиць, спеціалісти із східноєвропейських країн: Я. Корнаї, П. Лукач, П. Медьєші, А. Торок, З. Тума та ін. Серед відомих дослідників проблематики регіонального розвитку у країнах СНД слід відзначити публікації В. Іноземцева, Е. Кочетова, О. Некіпелова, Р. Хасбулатова.

Проблемам розвитку міжнародної інтеграції присвячено дослідження українських науковців. Відомі праці Ю. В. Макагона, А. С. Філіпенка, А. І. Кредісова, В. Д. Сікори, О. В. Гаврилюка, А. П. Румянцева, А. С. Гальчинського, С. Я. Боринця та інших дослідників.

Аналіз новітніх рис інтеграційних процесів, які відбуваються в Європі дозволяє виявити основні тенденції в даному контексті, що дає можливість використовувати отримані результати для формування та реалізації курсу євроінтеграції України. Недостатнє наукове обґрунтування питань розвитку інтеграційних процесів на території Центральної і Східної Європи при входженні тієї або іншої країни з транзитивною економікою в Європейський Союз (ЄС), обумовили і визначили вибір теми даного дослідження.

Метою дослідження є розкриття сутності і особливостей розвитку інтеграції центральноєвропейських країн в умовах глобалізації світової економіки.

Предметом дослідження є еволюція і функціонування центральноєвропейського інтеграційного об'єднання — Вишеградсь-

ка група, а також проблеми і перспективи її розвитку в аспекті інтеграції до ЄС.

Об'єктом дослідження виступають інтеграційні процеси постсоціалістичних країн в Європі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В 2007 р. здійснилося 16 років з того дня, коли 15 лютого 1991 р., керівники Польщі, Угорщини і Чехословаччини зібралися в угорському місті Вишеград, щоб підписати Декларацію про співробітництво. Більш, ніж півтора десятиліття потому можна із упевненістю сказати — коли б не ця подія, вся наступна історія Європи виглядала б інакше.

Розглянемо передумови і історію створення такого інтеграційного об'єднання, як Вишеградська група. Після того, як в 1989 р. розвалився так званий соціалістичний табір, на зміну соціалістичним урядам Польщі, Чехословаччині і Угорщині прийшли люди, здебільшого щирі ідеалісти, які бажали найскоріше позбутися спадщини недавнього минулого, шляхом входження в західні політичні, економічні і оборонні структури. На тому етапі ніхто в Центральній Європі ще серйозно не думав про регіональне об'єднання.

Разом з тим, навіть після розвалу Ради економічної взаємодопомоги залишався в силі головний економічний фактор, який продовжував поєднувати країни регіону — загальні енергетичні інфраструктури. Ще в 80-ті рр. через територію Чехословаччини і Угорщини був прокладений нафтопровід “Адрія”, по якому можна було качати нафту з Північної Африки і Близького Сходу, через термінал Омішадж, що перебуває на території сучасної Хорватії. Уже після ушкодження хорватської ділянки нафтопроводу, на самому початку 90-х рр., через словацьку і угорську ділянки “Адрії”, з'єднані з російським нафтопроводом “Дружба”, стали здійснювати транзит російської нафти в Західну Європу, а також для потреб самих центральноєвропейських держав. Паралельно, Словаччина, Чехія, Польща і Угорщина продовжили споживання і транзит російського газу. Через їх територію і понині здійснюються практично всі поставки газу з Росії в Європу, за винятком Скандинавії і Греції. Збереглася і залежність економіки регіону від поставок російських енергоносіїв. Так, 90 % природного газу, який споживається сьогодні Чехією і Словаччиною, мають російське походження. В Угорщині даний показник становить близько 80 %, у Польщі — близько 65 % [1, с. 74-75].

Таким чином, і після розпаду комуністичного блоку, виявилося, що країни Центральної Європи об'єднані загальною інфраструктурою транзиту російських енергоносіїв. Це означало збереження, у тому або іншому ступені, залежності від економічної Росії. До того ж, сама Росія, будучи зацікавлена в розширенні свого нафтового і газового транзиту в Європу, прагнула і прагне, донині, зберегти і розширити свій вплив на внутрішньополітичну і економічну ситуацію в країнах Центральної Європи. Усвідомлення необхідності протистояти цій загальній “загрозі зі Сходу”, що прийшло на початку 90-х рр. до лідерів більшості країн регіону, також зіграло роль консолідуючого фактора регіонального рівня. Одним з останніх яскравих проявів прагнення Центральної Європи до енергетичної незалежності від Москви є озвучена в січні 2006 р. польська ініціатива “колективної енергетичної безпеки”.

Протягом перших років посткомуністичної епохи, лідери центрально-європейських держав не думали всерйоз про регіональне співробітництво. У минулому жителі єдиного комуністичного простору, вони практично не спілкувалися один з одним, і не мали досвіду кооперації в галузі політики, економіки, культури і безпеки. Уперше про необхідність такої кооперації заговорив чехословацький президент Вацлав Гавел, що призвав жителів Центральної Європи знайти загальну формулу взаємодії при вирішенні складних питань, у таких галузях як екологія, соціальне забезпечення, культура, економіка, політика і безпека.

Незабаром були розпочаті практичні кроки по перетворенню ідеї чехословацького президента в життя. 15 лютого 1991 року, у м. Вишеграді, зустрілися президент Чехословаків Вацлав Гавел, його польський колега Лех Валенса і угорський прем'єр-міністр Йозеф Анталл. Зустріч закінчилася підписанням “Декларації про кооперацію між Польською Республікою, Чехословацькою Федеративною Республікою і Угорською Республікою на шляху до Європейської інтеграції”. Метою Декларації була консолідація зусиль її країн, що підписали, у рамках процесу інтеграції в структури Європейського Союзу. Серед іншого, малася на увазі і економічна кооперація. На цьому ґрунті вже пізніше, у грудні 1992 р., у польському місті Кракові, була підписана Угода про вільну торгівлю в Центральній Європі, яка набула чинності 1 березня 1993 р. Підписання Вишеградської Декларації було сприйнято в країнах Центральної Європи позитивно [2, с. 10-11].

Назва “Вишеградська група” для нового союзу Чехословаччини, Польщі і Угорщини також була запропонована Вацлавом Гавелом. Паралельно, застосовувалася і інша назва — “Вишеградська трійка”, оскільки до складу групи входили три країни. Лише два роки поспіль, в 1993 р., після утворення на місці Чехословаччини двох незалежних держав — Чехії і Словаччини, організація набула свою нинішню назву — “Вишеградська четвірка” або V4 [3, с. 7].

Формування механізмів і культури співробітництва країн Вишеграда відбувався не один день і супроводжувалося численними зльотами і падіннями. На початкових етапах ставилося питання про необхідність самого союзу. Сумніви в доцільності існування вишеградської кооперації були виражені, насамперед, чеським прем'єром Вацлавом Клаусом (1992-1997 рр.). На відміну від автора ідеї об'єднання Гавела, Клаус вважав, що його країна займає особливо вигідну позицію на переговорах з ЄС і не має потреби для їх ведення в який би то не було регіональній структурі. У результаті ізоляціоністських тенденцій чеського уряду, уже в 1993 р. співробітництво в рамках “Вишеградської групи” значно скоротилося, так, по суті, серйозно і не розвившись. Історики Вишеграда донині називають початковий період правління Вацлава Клауса “чорною смугою в історії союзу”. Відносини між його учасниками охолонули настільки, що навіть коли Клаус закликав про підтримку, стикнувшись із труднощами на переговорах з Берліном, його відкинули. Не сприяли зміцненню співробітництва і більш ніж прохолодні відносини між Прагою і Братиславою, викликані як певною орієнтацією чеської дипломатії, так і антидемократичним характером словацького режиму Володимира Мечиара (1992-1999 рр.).

Таким чином, у період правління Клауса і Мечиара, тобто приблизно між 1992-1997 р., “Вишеградська група” існувала, практично, лише на папері. Деяке поліпшення ситуації наступило в 1995 р., коли намітився прогрес у відносинах між Варшавою і Прагою. Усе той же Клаус і його оточення, обпалившись на переговорах з Німеччиною, усвідомили необхідність регіональної кооперації. Усвідомили вони також і те, що поляки, орієнтовані на інтеграцію в НАТО і ЄС, завдяки своїй вигідній геополітичній позиції, обов'язково будуть у центрі процесу розширення даних структур. У результаті цього і польсько-чеського зближення, яке



розпочалося, у другій половині 90-х рр. навіть з'явився спеціальний термін для його позначення “Пост-Вишеград двох”.

В остаточному підсумку, Чехія, а за нею Словаччина і Угорщина, незважаючи на історичну, культурну і економічну близькість до Австрії і Словенії, обрали як домінують своєї зовнішньої політики саме союз із Польщею — географічно і демографічно потужною державою регіону, яка бажає і, головне, здатна на рівні говорити зі столицями розвинених європейських країн. Зрозуміло, ні Словенія, ні навіть Австрія в цьому плані не могли скласти Польщі конкуренції, що було надзвичайно важливо з погляду подальшого розвитку “Вишеградської групи”.

По-справжньому повномасштабна кооперація між Польщею і Чехією в рамках “Вишеградської групи” відновилася лише в червні 1998 р., після перемоги на парламентських виборах у Чехії місцевих соціал-демократів. Одночасно, парламентські вибори вересня 1998 р. у Словаччині привели до падіння антидемократичного уряду Мечиара. У свою чергу, це привело до повної інтеграції Братислави в процес регіональної кооперації. Таким чином, після уходу з політичного Олімпу Центральної Європи Вацлава Клауса і Володимира Мечиара, двох лідерів, які привели до розпаду Чехословаччини в 1993 р., “Вишеградська група” знову нараховувала чотирьох учасників і була готова єдиним фронтом відстоювати свої інтереси перед НАТО і ЄС. До речі, паралельно, покращилися і білатеральні відносини між Прагою і Братиславою. Остаточно проблеми розділу колишнього чехословацького майна були вирішені в 2000 р.

У березні 1999 р. зусилля “Вишеградської групи” увінчалися успіхом — Польща, Угорщина і Чехія вступили в НАТО. Рік по тому, глави зовнішньополітичних відомств трьох країн, Ян Каван, Янош Мартоні та Броніслав Геремек відзначили річницю даної події, зустрівшись у Будапешті і підписавши спеціальну декларацію про історичне значення процесу розширення НАТО. Дана спільна декларація наочно свідчила про подолання періоду ізоляціонізму у відносинах між членами “Вишеградської четвірки” (V4). Було зовсім очевидно, що вступ у НАТО Словаччині, який протягом багатьох років захищала Польща, є лише питанням часу. Так воно і відбулося — Словаччина стала повноправним членом Північно-Атлантичного альянсу 24 березня 2004 р. А менш чим через два місяці, 1 травня 2004 р., всі

чотири країни “Вишеградської групи” вступили в ряди Європейського Союзу.

Сьогодні країни-члени “Групи Вишеграда” здійснюють кооперацію у різних галузях, таких як культура, наука і освіта, оборонна політика і оборонна промисловість, економіка (з особливим акцентом на енергетичний сектор), розвиток інфраструктур, навколишнє середовище, боротьба з міжнародним тероризмом, організованою злочинністю і нелегальною імміграцією, подолання наслідків стихійних лих, візовий контроль у рамках Шенгенської угоди, трудова зайнятість і соціальна політика. Крім цього, 9 червня 2000 р. чотири країни-учасниці Вишеградської групи створили спільний Міжнародний фонд, призначений для підтримки культурних, наукових і освітніх проєктів, обміну молодіжними делегаціями, розвитку туризму і прикордонної кооперації. Відповідно до договору від 2003 р., кожна країна вносить у даний фонд по 600.000 євро щорічно [1, с. 82-84].

У липні 2005 р. президентський пост в “Вишеградській групі” зайняла Угорщина, яка змінила на цьому пості Польщу. У даний момент Будапешт додає максимум зусиль для підвищення рівня кооперації усередині V4, як по внутрішніх питаннях центральноєвропейського регіону, так і з питань на рівні ЄС і міжнародного співтовариства. При цьому значний акцент робиться на залученні інших країн, в основному зі східних і південних регіонів континенту (Україна, Румунія, Болгарія, Хорватія), до роботи організації. У цьому зв'язку виникає цілком законне питання про напрямок майбутнього розвитку вишеградського процесу.

Буквально за кілька місяців до вступу країн “Вишеградської групи” у ЄС, навесні 2004 р., різними аналітиками висловлювалися припущення, згідно яким ідея Вишеграда не переживе чергового розширення Союзу. Так, чеський політолог Іржи Пехе, директор Нью-йоркського університету в Празі, заявляв, начебто геополітичні амбіції Польщі, з її 40 мільйонами населення, ні яким чином не гармоніюють із інтересами менш великих центрально-європейських країн. Відносна згода між країнами-членами Вишеградської групи досягалася, на думку Пехе, лише завдяки наявності загальної мети — інтеграції в НАТО і Європейський Союз. Після її досягнення, V4 повинна була, відповідно до його прогнозу, зникнути з історичної сцени [4, с. 4].

Однак, прогнози Пехе і подібних йому аналітиків не виправдалися. Вони зовсім не врахували тієї обставини, що протягом півтора десятиліть свого існування ідея Вишеграда пережила безліч кризових ситуацій — розпад Чехословаччини (1993 р.), польсько-чеський шпигунський скандал (2000 р.) і суперечку про так звані “Декрети Бенеша” (2002 р.), — однак жодна з них не привела до розпаду “Вишеградської групи”. Тим більше, не могло бути і мови про розпад зміцнілого регіонального об’єднання, у тій геополітичній ситуації, що склалася в Європі в 2004-2005 рр. Ситуація ця не викликає ні в одній з країн V4, і особливо у Польщі, позитивних історичних асоціацій — набираюча силу, повна імперських амбіцій Росія на Сході, і сильна об’єднана Німеччина.

У цих умовах, “Вишеградська група” не тільки не пішла на саморозпуск, але докладає зусиль до залучення інших країн, в основному зі східних і південних регіонів континенту, до роботи організації. Так, на зустріч міністрів закордонних справ V4 (липень 2005 р.), що ознаменував початок президентського періоду Угорщини, був офіційно запрошений глава МЗС України. Три місяці поспіль, у жовтні 2005 р., у Будапешті відбулася конференція по Західним Балканам, у якій крім Угорщини, Польщі, Чехії і Словаччині взяли участь також Австрія і Словенія. Останні дві країни проводять регулярні консультації з країнами V4 по різних питаннях порядку денного Європейського Союзу. Цей форум, що став постійним, навіть придбав неофіційну назву “V4+2 framework”. Відповідно до тверджень високопоставлених дипломатів “Вишеградської групи”, співробітництво зі згаданим країнами продовжиться і в 2007 р.

У якості платформи для політичного розширення V4 може бути використана Угода про вільну торгівлю в Центральній Європі, у якій крім Польщі, Угорщини, Чехії і Словаччині беруть участь також Словенія (1996 р.), Румунія (1997 р.), Болгарія (1999 р.) і Хорватія (2003 р.).

Нарешті, реальним кроком на шляху до розширення існуючої моделі Вишеградського союзу може стати польська ініціатива “колективної енергетичної безпеки”, запропонована в січні 2006 р. Казимежем Марцинкевичем у ході його вояжу по столицях країн-партнерів Польщі по V4. Запропоноване Марцинкевичем відродження проекту поставок норвезького природного газу в Центральну Європу і скорочення енергетичної залежності

від Росії може стати привабливим не тільки для країн Вишеграда, але також для Хорватії і України. Їх прив'язка до газового проекту здатна підготувати ґрунт для майбутнього розширення існуючих географічних рамок “Вишеградської групи”.

У кулуарах польського МЗС заявляють сьогодні, що процес розширення V4 уже запущений, і зупинити його неможливо. У самому найближчому майбутньому переговори про вступ у групу можуть бути розпочаті із країнами-членами ЄС — Словенією, Литвою, Латвією і Естонією. Непрямим свідченням того, що цей процес уже почався, служить прагнення латвійських дипломатів відносити свою країну до розряду центральноєвропейських. Крім цього, у більш віддаленому майбутньому запрошення приєднатися до “розширеного” V4 можуть одержати також Україна, Хорватія, Сербія і Чорногорія, Болгарія, Румунія і Молдова. Останньою в списку потенційних членів “Вишеградської групи” значиться Білорусь, надії, на демократизацію якої, не втрачають у Варшаві.

Незважаючи на те, що з початку 1990-х років у регіоні колишнього СРСР спостерігалася чи не найвища у світі активність у плані генерації різноманітних інтеграційних проектів, досі всі інтеграційні експерименти на цьому просторі не привели до розвитку справжнього інтеграційного процесу. Навпаки, всупереч цим інтеграційним планам, де-факто розвивався процес економічної дезінтеграції. Основна причина цього полягає в ігноруванні ряду важливих принципів, які мають лежати в основі політики регіональної міжнародної інтеграції, про що свідчить надзвичайно велике скорочення частки взаємної торгівлі в структурі експорту та імпорту майже всіх країн СНД, і насамперед у торгівлі Росії. Значна частка взаємної торгівлі у структурі експорту та імпорту колишніх республік СРСР після розпаду останнього була також одним із важливих чинників інтеграції новостворених країн.

Основними економічними чинниками, які зумовили неможливість реалізації попередніх інтеграційних проектів, були наступні.

По-перше, нерозвиненість у більшості країн ринкових структур, що обумовлює переважну концентрацію інтеграційних заходів на макроекономічному рівні при значному відставанні інтеграційних процесів на мікрорівні (розвиток внутрішньогалузевої спеціалізації та кооперації, взаємні потоки інвестицій, формування транснаціональних та багатонаціональних корпорацій за

участі країн-партнерів тощо). В результаті спостерігається очевидне протиріччя між тим, що в окремих країнах СНД економічні процеси загалом і напрями розвитку зовнішніх економічних зв'язків зокрема чималою мірою визначаються вже приватними структурами, з одного боку, і тим, що інтеграційні проекти генеруються майже виключно на рівні держав — з іншого. Відсутність належної мікроекономічної основи робить розвиток інтеграційних процесів надзвичайно хитким і залежним від коливань політичної кон'юнктури.

По-друге, з початку 1990-х рр. мав місце процес структурного спрощення економік практично всіх пострадянських країн, за якого відбулося зменшення ролі галузей обробної промисловості, в тому числі машинобудування (особливо в Казахстані), які й є основними носіями інтеграційних процесів на мікроекономічному рівні. Значне зростання ролі сировинних галузей та галузей з випуску напівфабрикатів як в економіці в цілому, так і в торгівлі об'єктивно зменшує можливості інтегрування, адже продукція цих галузей може легко, залежно від світової кон'юнктури, переорієнтуватися на альтернативні ринки. Ці галузі не створюють поля для розвитку виробничої кооперації. Більше того, при цьому часто замість відносин взаємозалежності виникають відносини конкуренції між партнерами по інтеграційному угрупованню (наприклад, конкуренція між російським та українським металургійними комплексами).

По-третє, має місце зростаюча розбіжність між моделями соціально-економічного розвитку окремих країн. Наприклад, Росія вже є країною з ринковою економікою, в якій понад 70 % становить приватна власність, близький до цього показник має й Україна, а у Білорусі цей показник — 20 %. В Україні та Росії практично діють вільне ціноутворення, вільний валютний ринок, тоді як у Білорусі вони сильно обмежені адміністративними механізмами. Абсолютно зрозуміло, що ніякі проекти щодо утворення спільних або єдиних економічних просторів за таких структурних та інституціональних розбіжностей реалізовані бути не можуть.

По-четверте, наявність значного відставання за рівнем якості, технологій та загалом за рівнем конкурентоспроможності від конкурентів з-за меж регіональних інтеграційних угруповань. Це об'єктивно робить для найбільш передових компаній та підприємств вигіднішим вихід на ринки та розвиток коопера-

ційних стосунків за межами інтеграційного угруповання. Саме це стало основною причиною зростаючого відхилення торгівлі за межі регіону СНД.

По-п'яте, мають місце істотні розбіжності в досягнутих рівнях і потенціалах економічного розвитку окремих країн, що об'єктивно створює різноспрямовані економічні інтереси та не дозволяє їм ефективно співробітничати.

Значну негативну роль відіграли й ті аморфні принципи, на яких ґрунтувалася діяльність спільних інтеграційних органів у рамках СНД. Превалювання в них принципу однастайності, відсутність належних механізмів забезпечення виконання зобов'язань стали важливими причинами неефективності функціонування всього інституційного механізму інтеграції.

При цьому мала місце надмірна масштабність та встановлювалися надто стислі строки для виконання інтеграційних заходів — на шкоду їх послідовності та обґрунтованості, що призводило до дискредитації навіть перспективних ідей.

Поглиблення інтеграції в СНД протягом багатьох років стримується різним розумінням країнами-учасниками інтеграційного процесу.

На відміну від інтеграції в рамках СНД і утворення нових союзів, подібно ЄЄП, Вишеградська група не тільки показала позитивний досвід регіональної інтеграції, але і велику життєздатність. Тому, на нашу думку, Україні доцільно уважно вивчити досвід В-4 і намагатися застосовувати його у своїй політиці. Тим більше, що сьогодні можна провести паралелі між міжнародною регіональною організацією ГУАМ і Вишеградською групою. Їх історія до певної міри була подібною. І Вишеградська група, і ГУАМ повинні були спершу стати противагою економічному і політичному впливу Росії на пострадянському просторі. В обох випадках інтеграційні об'єднання так і не здійснили початкових сподівань, обидві групи спочатку фактично припинили своє існування, а потім відродилися у новому форматі. Як і Вишеградська група, що існувала лише на папері, і була відтворена у 1998 році, внаслідок перемоги на словацьких виборах демократичних сил, так і ГУАМ — спочатку мав великі плани, потім існував фактично на папері, а в останні роки відбулося відродження даного об'єднання і наповнення його новим змістом. Як відродження Вишеградської групи стало можливим лише після пере-

моги над авторитарним режимом В. Мечіара в Словаччині, так і ГУАМ (без Узбекистану) відродився у схожих обставинах — після демократизації Грузії, України та, певною мірою, Молдови [5, с. 38-39].

Лідери центральноєвропейських країн заснували спочатку політичне об'єднання — Вишеградську групу, а лише згодом на її основі створили зону вільної торгівлі. Подібна послідовність просліджується і з ГУАМ. І V-4 і ГУАМ прагнуть стати енергетичним союзом, який використовуватиме геополітичне положення країн-учасниць для координування політики транзиту енергоносіїв і забезпечення незалежності від Росії. Причому для ГУАМ енергетично-сировинні питання значно важливіші, ніж для вишеградських країн.

Підводячи підсумки даного дослідження, можна зробити наступні висновки. З огляду на викладене, для України та її чорноморських партнерів дуже корисним є вивчення досвіду центральноєвропейських інтеграційних структур. А в контексті новоствореної зони вільної торгівлі ГУАМ — аналіз зони вільної торгівлі між країнами Вишеградської групи може бути особливо повчальним. Якщо аналізувати досвід зони вільної торгівлі між країнами Вишеградської групи, не можна не звернути увагу на наступне. По-перше, значно інтенсифікувалася економічна співпраця та зовнішня торгівля, що прискорило розвиток цих країн, що в наслідку привело до їх інтеграції до ЄС. По-друге, великою мірою завдяки регіональній інтеграції, цей регіон став для ЄС важливим партнером. По-третє, зона вільної торгівлі між країнами Вишеградської групи приваблювала інших і розширювалася за рахунок нових членів: Словенії, Румунії, Болгарії та Хорватії.

Яким же чином зазначений досвід може використовувати Україна, як повноправний член ГУАМ. Так, до складу створеної зони вільної торгівлі може приєднатися Вірменія, а в разі демократизації — і Білорусь. Активною співпрацею з ГУАМ також зацікавлена Туреччина. Така інтеграція дала б значні економічні прибутки кожній зі сторін. Адже тут реалізовані основні передумови успіху нового інтеграційного угруповання: держави на аналогічному рівні розвитку, з ідентичними системами — як економічними (трансформація в напрямку ринкової економіки), так і політичними (молода демократія), а також зовнішніми стратегіями (євроінтеграція) та загрозами (російське домінування в енергетичному секторі).

## *Література*

1. Досвід країн Вишеградської четвірки на шляху до ЄС: можливості для України (Аналітичні оцінки): Зб. мат. круглого столу / Нац. ін-т стратег. дослідж. (Закарп. філ.), Фонд ім. Фрідріха Еберта; Редкол.: Андрійко В. І. та ін. — Ужгород: Подяк, 2003. — 133 с.
2. Дем'янець В.І. Інтеграційна політика владних органів країн Вишеградської групи щодо ЄС і НАТО у 1989-1999 рр.: Автореф. дис. ... канд. політ. наук (23.00.02) / НАН України. Ін-т політ. і етнонац. дослідж. — К., 2001. — 17 с.
3. Стойко О. М. Особливості реформування політико-владних відносин у перехідних суспільствах (на прикладі країн Вишеградської групи): Автореф. дис. ... канд. політ. наук: (23.00.02) / НАН України. Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. — К., 2006. — 18 с.
4. Мартинов А. Вишеградський блок перед новими випробуваннями // Демократична Україна. — 2006, 24 жовтня. — № 196. — С. 4.
5. Зеленько Г. Вишеградська четвірка матиме на Заході те, що заробить на Сході // Політика і час. — 2005. — № 2. — С. 38-39.

## *Резюме*

Стаття посвящена особливостям развития и функционирования Вышеградской группы. Анализируются проблемы и перспективы её развития в условиях глобализации мировой экономики, что позволяет реализовать основные предпосылки успеха нового интеграционного объединения. В работе раскрыты экономические факторы, которые обусловили невозможность реализации некоторых интеграционных проектов.

*Рецензент канд. экон. наук, старш. преподав. А. Д. Криворак*

УДК 338.45:621:339.747

*Т. В. Філіппова*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ СВІТОВОЇ КРИЗИ**

Однією із закономірностей ринкової економіки є циклічність економічних процесів та періодично виникаючі кризи. Криза в перекладі з латинської *crisis* — це злам, небезпечний стан [1,



с. 286]. Відомі дослідники з питань економічної теорії В. О. Рибалкін, М. О. Хмелевський, Т. І. Віленко, А. Г. Прохоренко дають визначення кризи як основної фази, “що формує і визначає особливості й тривалість економічного циклу” [2, с. 262]. В економічній енциклопедії підкреслюється, що економічна криза — це “глибокий розлад економічної системи, спосіб тимчасового вирішення її суперечностей. Оскільки основними елементами економічної системи є продуктивні сили, техніко-економічні відносини, організаційно-економічні відносини, економічна власність (виробничі відносини) і господарський механізм, то економічна криза означає глибокий розлад кожної з цих підсистем” [3, с. 132].

Як довела майже 185-річна історія циклічних економічних криз у капіталістичному світі (а перша економічна криза відбулась в Англії у 1825 р.), вихід з них у промислово розвинутих країнах досягається, головним чином, за рахунок впровадження на підприємствах нових технічних та технологічних засобів, тобто виникає необхідність оновлення основного капіталу і, перш за все, активної його частини, тобто машин, устаткування, обладнання, технологічних процесів, що неможливо без інновацій. Так, у другій половині XIX століття періодичне післякризове оновлення основного капіталу стало однією з важливих причин науково-технічної революції у виробничих силах розвинутих країн та обумовила перехід крупного машинного виробництва на новий технологічний рівень.

Представники класичної школи політичної економії першими підійшли до з'ясування наукових причин цього явища. Так, англійський вчений Д. Рикардо такою причиною вважав несправедливість у розподілі багатства. Швейцарський економіст С. Сісмонді пояснював кризи недоспоживанням продуктів народними масами, невідповідністю до між виробництвом та споживанням. К. Маркс найважливішою причиною цього явища назвав основну суперечність капіталістичного способу виробництва. Видатний український економіст М. Туган-Барановський причину криз вбачав у диспропорційності розвитку економіки, тобто у нерівномірному розвитку галузей, конкретніше у диспропорції між рухом заощаджень та інвестицій у галузях, що виробляють засоби виробництва, та недосконалості регулюючої ролі ринкового капіталу в забезпеченні постійного зростання виробництва. Вчений вважав — щоб запобігти кризам, необхідне раціональне регулювання інвестицій.

На думку М. І. Зверякова та В. В. Мащевської, остання українська криза спровокована як зовнішніми, так і внутрішніми факторами та відрізняється від класичного сценарію кризи. Тому головним заходом виходу з неї науковці вважають оновлення основного капіталу [4, с. 176]. А машинобудування і виступає тією сферою економіки, яка суттєво впливає на процес оновлення основного капіталу.

Економічна криза, що розпочалась наприкінці 2008 року в Україні, зачепила всі сторони суспільно-економічного життя країни. Кінець 2008 р. — початок 2009 р. продемонстрували погіршення показників у різних сферах економіки. Наприкінці 2008 р. відбувся стрімкий обвал ВВП та обсягів промислового виробництва. Кризовий стан економіки нашої держави істотно вплинув і на особливості машинобудування. Це пов'язане, в першу чергу, з падінням обсягів виробництва продукції (в зв'язку з відсутністю попиту на машини та устаткування іншими галузями) і, відповідно, меншим зростанням цін. Скорочення виробництва і машинобудування в січні 2009 становило 58,3 % до січня 2008 року. Падіння пов'язано як із суттєвим скороченням внутрішнього попиту на продукцію, перш за все, продукцію автомобілебудування (уповільнення зростання доходів населення в поєднанні з обмеженням кредитування), так і скороченням зовнішнього попиту на машинобудівну продукцію. До того ж, зменшення капітальних вкладень у машинобудування призвело до зменшення частки комплексу в обсязі продукції промисловості. Таким чином, Україна із промислових держав поступово перетворюється у винятково аграрну та може стати імпортером необхідних машин та устаткування.

Проблемами покращення діяльності або виходу з кризи займалось багато вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: І. Ансофф, Л. Боумон, О. Кліфф, Н. Лепа, Д. Сазерленд, А. Томпсон, І. Падерін, М. Колесник та ін. У роботах названих авторів основний акцент виходу з кризи робиться на спеціально розроблені стратегії діяльності підприємств, основані на процесах інтеграції.

У нашому дослідженні ми акцентуємо увагу на аналізі стану підприємств машинобудування з метою визначення можливих шляхів виходу із кризи. Отже, мета статті — проаналізувати стан підприємств машинобудування в Україні, окреслити можливі напрямки розвитку цих підприємств та розробити конкретні шляхи виходу із економічної кризи.

На початок 2008 р. у машинобудуванні країни нараховувалось 1826 підприємств — юридичних осіб різних форм власності і господарювання (табл. 1). Формування ринкових відносин в Україні обумовило перетворення державної власності в інші форми. Так у 2000 р. в державній власності залишилося 12 % кількості підприємств, на які припадало 19,4 % обсягу виробленої продукції. Поряд з ними працювало більше 6 тисяч малих підприємств, якими вироблялось близько 7 % промислової продукції.

Таблиця 1

Динаміка кількості підприємств машинобудування в Україні на самостійному балансі у 1995-2008 рр. (за даними [6])

Показники	1995	2000	2005	2008
Машинобудування і металообробка	2031	2840	3236	2465
у тому числі машинобудування	1331	1717	2375	1826

Основною продукцією підприємств машинобудування є машини та устаткування для добувної і переробної промисловості, будівництва й АПК; електричне та електронне устаткування, а також транспортні засоби. Відсоткова кількість виробленої продукції машинобудування та його підгалузей подані в таблиці 2.

Таблиця 2

Виробництво продукції машинобудівними підприємствами (розраховано за даними [5])

Види економічної діяльності	Частка продукції комплексу, %	
	2001 р.	2007 р.
Машинобудування	100	100
Виробництво машин та устаткування	46,8	45,9
Виробництво електричного та електронного устаткування	43,2	43,8
Виробництво транспортних засобів	10,0	10,3

На основі статистичних даних можна відзначити, що виробництво машин та устаткування зменшилось, у порівнянні з 2001 роком, на 0,9 %. В інших видах машинобудування кількість продукції збільшилась, що обумовлено у виробництві електричного та електронного устаткування завдяки апаратури для радіо, телебачення і зв'язку, а у виробництві транспортних засобів — завдяки виробництву автомобілів, причепів та напівпричепів. Причиною спаду в інших видах виробництва виступає відсутність конкурентоспроможної продукції.

Машинобудівні підприємства на відміну від інших підприємств промисловості мають ряд специфічних особливостей, багато з яких дістались у спадщину від соціалістичної економіки. До них належать: відносно низький рівень рентабельності, високий рівень накладних витрат та енергоємності і металоємності, тривалий виробничий цикл і, як наслідок, тривалий період зворотності інвестицій. Також машинобудівне підприємство має відносно низький рівень фондівіддачі, високий рівень спеціалізації, потребує високотехнологічного устаткування та висококваліфікованих інженерно-технічних кадрів.

Криза машинобудівних підприємств викликана декількома причинами. По-перше, промисловість, в цілому, була побудована по галузевому принципу — з високим рівнем спеціалізації і низьким рівнем міжгалузевого та внутрішньогалузевого обміну. По-друге, зруйнувався єдиний економічний простір та система постачання і споживання. По-третє, українська економіка багато в чому залежить від іноземних сировинних цін та імпорту капіталу.

Якщо розглянути діяльність машинобудівних підприємств у розвинутих країнах, то для них характерно інтенсивне впровадження інноваційних процесів і технологій, тим самим сприяючи розвитку інших наукоємних виробництв. Машинобудівні підприємства в Україні підтримують наукові зв'язки з інститутами НАН України, але останнім часом простежується тенденція зменшення наукомісткості на підприємствах, відкидаючи назад десять років зростання інновацій (табл. 3).

Для дослідження діяльності машинобудівних підприємств вважаємо доцільним розглянути їх головні функції і визначити основні причини дестабілізації.

Основною функцією будь-якого підприємства виступає максимально можливий випуск суспільно корисної продукції при

Таблиця 3

Динаміка показників наукомісткості на машинобудівних підприємствах України, 1995 — 2008 рр. (за даними Держкомстату України)

Показники	1995	2000	2005	2008
Частка машинобудування в загальному споживанні продукції науки, %	29	45,8	52,5	32,6
Частка продукції науки і наукового обслуговування в обсязі витрат у машинобудуванні, %	4,2	9,2	10,3	8,4

найменших витратах. Логічно доведено, що основна функція підприємства конкретизується в багатьох специфічних функціях, які характеризують різні сторони його діяльності. Різноманітність функцій підприємства поєднується у дві групи: зовнішньоекономічні та внутрішньоекономічні [1, с. 458]. Останні, в свою чергу, поділяються на виробничо-технологічні, безпосередньо економічні (або фінансово-економічні) та соціальні. Діяльність машинобудівельних підприємств, як і більшості інших промислових, підпорядкована реалізації основної виробничої функції. Але вплив економічної кризи настільки значний, що відбувається деформація у функціонуванні промислових підприємств, призводячи до викривлення основної функції — створення максимуму продукції при будь-яких витратах виробництва.

Виробництво підприємств машинобудівної галузі повинно бути переорієнтовано на необхідну для споживача продукцію, і в цьому в повній мірі сприятиме інноваційна діяльність.

Стійкі тенденції ефективного стратегічного функціонування підприємств машинобудування вимагають їхньої однозначної орієнтації на інноваційну сферу діяльності, оскільки в протилежному випадку, з огляду на сучасний стан вітчизняної економіки і рівень її відкритості світовим ринкам, конкурентоздатність їхньої продукції, навіть на внутрішньому ринку, буде дуже низкою. А неминучим наслідком останнього буде банкрутство цих підприємств.

Отже, на промислових підприємствах машинобудування все зростаючу роль повинний здобувати інноваційний менеджмент, що визначає не тільки інноваційно-стратегічну, а й оперативнотактичну діяльність керівників на всіх рівнях ієрархічної організаційної структури управління. Тим часом проблеми управління інноваціями постійно наростають, і цей процес обумовлений у першу чергу об'єктивними факторами, оскільки самі інновації стають усе більш інформаційно-насиченими і торкаються інтересів усе більшого числа ланок внутрішнього і зовнішнього середовища підприємств. Практика минулого десятиліття доводить, що поглиблення кризи в інноваційній сфері на машинобудівних підприємствах країни була однією із найнебезпечніших негативних тенденцій, які стали наріжним каменем загальної кризи української економіки.

Таким чином, для виходу з економічної кризи та їх подальшому запобіганню доцільно, на нашу думку, поряд зі створенням

спеціальних програм стабілізації економіки країни та антикризових заходів, провести вибір інноваційних напрямків у виробництві, спрямованих на оновлення основного капіталу та досягнення господарської самостійності держави. Економічним пріоритетом України може стати наукоємне, основане на високих технологіях, машинобудування, що сприятиме відновленню економіки країни.

Згідно статистичним даним, кількість інноваційно-активних промислових підприємств у 2007 р. складала 1472, з них машинобудівних — 421, що на 1,1 % менше, ніж у 2004 р. [5, с. 332]. Розглядаючи основні галузі машинобудування, потрібно зазначити на поступове збільшення кількості інноваційно-активних підприємств у 2007 році, у порівнянні з попередніми, але даний показник ще не виходить на рівень 2004 року (рис. 1).

Впровадження інновацій проводиться, головним чином, за рахунок власних коштів. Так, у 2007 р. обсяг фінансування інноваційної діяльності у промисловості склав: за рахунок державного бюджету 1,3 %, місцевих бюджетів 0,1 %, коштів інвесторів 3,2 %, власних коштів 73,7 %, інших джерел 21,7 % [5, с. 333]. При цьому основні витрати підприємств спрямовані на

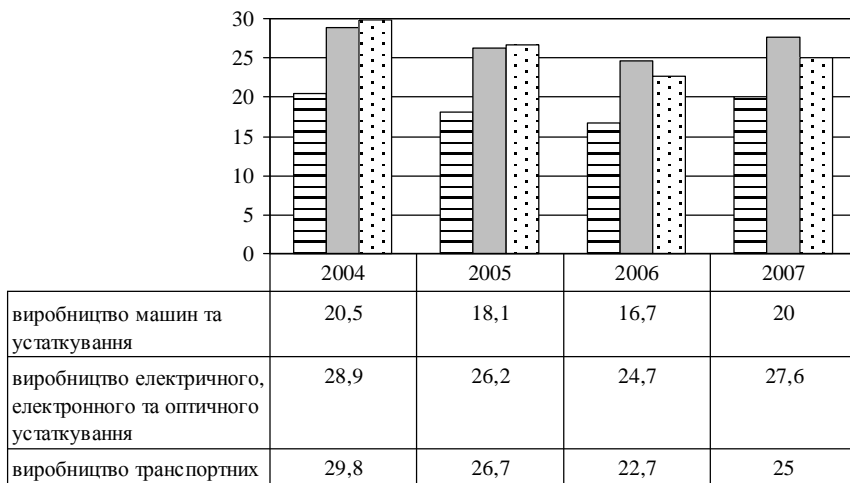


Рис. 1. Кількість інноваційно-активних машинобудівних підприємств (у % до загальної кількості підприємств) (розраховано за даними [5])

виконання досліджень і розробок; придбання нових технологій, виробничих проектів та інші види підготовки виробництва для випуску нових товарів, впровадження нових методів виробництва; придбання машин, обладнання, установок, інших основних засобів; маркетинг, рекламу, а також інші витрати.

За розрахунками І. О. Іртищевої (2009) в Україні, в цілому, відбувається зниження інноваційної активності промислових підприємств (до 2,54 %). У провідних країнах світу впровадження інноваційної продукції щорічно здійснюють близько 60 % підприємств, а рівень витрат на наукові розробки у цивільній сфері перевищує 3 % стосовно ВВП. В нашій країні цей показник нижчий за 1 %.

Незважаючи на існуючі складнощі, при зменшенні кількості раціоналізаторських пропозицій, у машинобудуванні простежується тенденція збільшення їх використання (табл. 4).

Таблиця 4

Кількість інноваційних пропозицій та їх використання  
у машинобудуванні  
(розраховано за даними Держкомстату України)

	Роки			
	2006	у % до загального по промисловості	2007	у % до загального по промисловості
Подано заявок на видачу охоронних документів до Держдепартаменту інтелектуальної власності та патентних відомств інших країн	577	7,1	527	5,9
Отримано охоронних документів у Держдепартаменті інтелектуальної власності та патентних відомств	606	7,7	554	6,3
Використання об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій	3555	10,6	4771	14,7

Отже, проаналізована ситуація, стосовно інноваційної діяльності промислових підприємств, свідчить, що кризові явища наростали поступово і були неминучими для вітчизняної економіки. Таким чином підтверджуються умовиводи М. Туган-Барановського, що причинами криз у промисловості виступають непропорційне нагромадження та розвиток галузей окремих підприємств. Для забезпечення постійного зростання виробниц-

тва промислових підприємств вчений пропонував запровадження раціонального регулювання інвестиційних надходжень, які, на нашу думку, не можливі від інноваційної діяльності.

Згідно умовиводів вітчизняних науковців, українські кризи, на відміну від кризових явищ в інших країнах, відрізняються недовиробництвом продукції [3, с. 1]. Тому основними шляхами виходу підприємств, в тому числі й машинобудівних, із ситуації, що склалися можуть бути:

- 1) винайдення на підприємствах резервів. Для цього, зрозуміло, необхідні інвестиції, але останнім часом розраховувати на іноземних інвесторів стає все далі важче, отже доцільно прикласти максимум зусиль для залучення внутрішніх інвесторів;
- 2) прийняття конкретних програм по залученню внутрішніх вкладників до банківських структур, проведення рекламних акцій та нетрадиційних пропозицій, які б характеризувались не підвищенням ставки депозиту, а поліпшеним станом захищеності вкладників. Стабільність у фінансовій сфері сприятиме налагодженню економічних відносин у виробничій діяльності. І вагому роль у цьому процесі повинно зіграти державне регулювання та наявність гарантій, підтверджених державою;
- 3) відродження цільових кредитів зі строгим контролем за використання таких виплат виключно за призначенням. Основне призначення кредитів повинно бути сконцентроване на залучення інновацій у техніко-технологічних напрямках з метою відновлення роботи машинобудівних підприємств та можливості виходу їхньої продукції на світовий ринок;
- 4) вдосконалення податкової політики з орієнтацією на розвиток національних підприємств, на залучення до них інвестицій, на оновлення виробничих потужностей. Без такої політики в межах держави подолання кризи затягнеться на тривалий час;
- 5) відродження внутрішніх ринків споживання продукції машинобудування, що можливе при реалізації існуючих перспективних інфраструктурних проектів, в першу чергу тих, які залучатимуть значну кількість вітчизняних товаровиробників та генеруватимуть найбільший ВВП. Прикладом таких проектів можуть бути: космічне та авіаційне будівництво, суднобудування та ремонт суден, виробництво електричного та електронного устаткування, транспортне та сільськогосподарське машинобудування, реконструкція шляхів;



- 6) впровадження інноваційних проектів, оснований на залученні новітніх науково-технічних розробок, як то ресурсо- та енергоємне виробництво і вихідна продукція, при чому перевагу віддавати вітчизняним пропозиціям.

Всі вищеперераховані шляхи спрямовані на активізацію діяльності машинобудівних підприємств з урахуванням їх основної функції — максимально можливого випуску інноваційної, суспільно корисної продукції при найменших витратах.

Підсумовуючи вищесказане, необхідно відмітити конкретні пропозиції:

- доцільно прикласти зусилля для розвитку наукоємного, високотехнологічного машинобудування, продукція якого відповідає світовим стандартам;
- залучити для розвитку машинобудівної галузі внутрішніх інвесторів та створити умови для відновлення внутрішніх ринків попиту, завдяки впровадженню інноваційних програм та проектів;
- посилити державне регулювання і надання фінансових гарантій інвесторам;
- відродити цільові кредити зі строгим контролем за використання таких виплат виключно за призначенням;
- вдосконалити податкову політику, спрямувати її на розвиток національних підприємств;
- поновити висококваліфіковані кадри для наукоємної та високотехнологічної діяльності.

Отже, стабілізація діяльності машинобудівних підприємств повинна супроводжуватись аналітичними дослідженнями та вивченням існуючого досвіду, враховуючи сучасні особливості розвитку економіки України. Подальшими перспективними дослідженнями можуть стати більш детальний аналіз машинобудівних підприємств конкретної області (чи регіону) і в результаті цього створити проектний варіант антикризового розвитку даної галузі.

### *Література*

1. Генеза ринкової економіки: Навч. словн.-довідн. / За ред. Г. І. Баштаніна і В. С. Іфтемічука. — К.: Магнолія плюс, 2004. — 688 с.

2. Основи економічної теорії: Посіб. для студ. ВУЗів / В. О. Рибалкін, М. О. Хмелевський, Т. І. Віленко, А. Г. Прохоренко та ін. — К.: Академія, 2002. — 352 с.
3. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Відп. ред. С. В. Мочерний. — К.: Академія, 2000. — Т. 2. — 848 с.
4. Зверяков М. І., Мащевська В. В. Політична економія: Навч. посіб. / За заг. ред. М. І. Зверякова. — Одеса: Атлант, 2009. — 212 с.
5. Статистичний щорічник України за 2007 рік / За ред. О. Г. Осауленка. — К.: Консультант, 2008. — 552 с.
6. <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Іртицева І. О. Стан та тенденції розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності Причорноморського регіону // Регіональна економіка. — 2009. — № 1. — С. 99-105.

#### *Резюме*

В статье изложены теоретико-методологические предпосылки становления экономического кризиса и анализ деятельности предприятий машиностроительной отрасли.

*Рецензент доктор економ. наук, професор М. І. Зверяков*

УДК 327 (075.8)

**Б. М. Юськів**

**ПРОБЛЕМИ ЗВ'ЯЗКУ МІЖНАРОДНОЇ  
ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ І ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Якщо глобалізація заявила про себе відносно недавно, і не зрозуміло, як довго цей етап суспільного розвитку триватиме, то міжнародна міграція, і міжнародна трудова міграція зокрема, є суспільним явищем, яке має давню історія, розвивається сьогодні і існуватиме в майбутньому. Логічно виникає питання: чи існує між ними зв'язок, і, якщо він є, то який вигляд мають для суспільства проблеми, що виникають на осі “міграція — глобалізація”?

Чимало закордонних і вітчизняних дослідників глобальних явищ у існуванні такого зв'язку навіть не сумніваються, а їхні аргументи досить конкретні і однозначні. Розширенню міжнародної (трудової) міграції сприяє: недавній розпад двох світових політичних систем, що уможливило міграцію через кордони, які до цього були закриті; насадження мультикультуралізму або відкритості культур у багатьох суспільствах; зняття і зниження технічних і економічних перепон на пересування великих мас людей на значні відстані; відкриття або зростання відкритості багатьох національних економік; стандартизація продукції і промислового виробництва в міжнародних масштабах і т. д. Окремі аспекти цих проблем були і залишаються в центрі уваги таких українських науковці, як О. Власюк, І. Гнибіденко, Е. Лібанова, О. Малиновська, О. Піскун, С. Пирожков, І. Прибиткова, М. Романюк, О. Хомра. Однак, зважаючи на те, що взаємозв'язок між трудовою міграцією і глобалізацією на теоретичному рівні є досить невизначеним і складним, ця проблематика і далі залишається актуальною. Тому метою нашого дослідження є аналіз нинішніх особливостей цього взаємозв'язку.

На думку польського дослідника Марека Окульського, наведені вище чисто логічні докази демонструють вплив на міграцію лише окремих аспектів глобалізації, а не глобалізації в цілому, тобто маємо дещо інший, а не глобальний рівень розгляду. Вони є радше необхідною, але не достатньою умовою впливу. Натомість

науковець [1, с. 200-210] пропонує шукати відповіді на три більш загальні питання:

- 1) чи є неминучим зростання міграції слідом за розвитком глобалізації?
- 2) яким є розміри трудової міграції в масштабах планети?
- 3) якою мірою вона змінюється з розвитком глобалізації?

Скористаємося цією схемою для з'ясування особливостей взаємозв'язку між глобалізацією і міжнародною трудовою міграцією на основі доступних нам даних.

Вихідним моментом відповіді на перше запитання можна вважати нерівномірність освоєння планети. Нерівномірність можна визначати за багатьма критеріями: забезпеченість територіальних умов існування, наявність природних ресурсів, економічного і людського капіталу тощо. Раціональність людської природи приводить до того, що, наприклад, працедавець прагне отримати дешеву робочу силу, незалежно від її неекономічних характеристик, а якщо такої в країні немає, то імпортувати, тоді як працівник бажає отримати якнайвищу винагороду за свою кваліфікацію і працю, погоджуючись, у разі потреби, на зміну місця проживання. Глобалізація створює для цього можливості, сприяючи тим самим міграції.

Однак кілька відомих економічних теорій доводять, що в ситуації "рівноваги" міграції бути не повинно. Наприклад, згідно з неокласичною теорією міграції, початково робоча сила пересувається з місць, де є її надлишок, і низька зарплата, до місць, де в надлишку є капітал і, відповідно, відносно висока зарплата. Проте з часом розвиток глобалізації, зокрема лібералізації торгівлі, призводить до вирівнювання оплати праці і розповсюдження капіталу в міжнародних масштабах. Відтак потреба в міграції зникає, і вона припиняється, коли різниця в зарплаті стає близькою до вартості переміщення.

Британський вчений і експерт у галузі міжнародної міграції і ринків праці Пітер Столкер авторитетно стверджує: "... модель відкритої економіки припускає, що активний рух товарів і капіталу повинен поступово зводити нанівець переміщення людських ресурсів: підприємства, які потребують більшої кількості робочих рук, повинні розміщуватися в країнах, що розвиваються, а в індустріально розвинених країнах зосередяться капіталомісткі і

високотехнологічні виробництва. Проте насправді цей процес виявився не таким простим і повільнішим, ніж можна було очікувати: йому перешкоджає і природна інерція, і, скажімо, початкова відсутність у країнах, що розвиваються, допоміжної інфраструктури, яка робить економіку неконкурентноздатною, навіть враховуючи її сировинний, експортно-орієнтований характер” [2]. Іншими словами, даремно шукати в нинішній світовій економіці симптомів рівноваги ринків праці, або тенденції до вирівнювання оплати праці, а це значить, що гіпотеза про неминучість міграції підтверджується.

Відповідь на друге запитання стосується оцінки розмірів і динаміки міжнародної трудової міграції в глобальному масштабі в кін. ХХ ст. На жаль, ця оцінка може бути лише наближеною через складність обліку трудових мігрантів.

Уявлення про масштаби міжнародної трудової міграції можна отримати на основі даних ООН. Як свідчить статистика [3], у світі чисельність довгострокових іммігрантів у 2005 р. склала 195 млн. чол., або 3 % всього населення світу. Іммігранти присутні на всіх континентах, хоча в більш розвинених країнах їхня частка досягає 9,6 %, тоді як у менш і найменш розвинених — лише 1,5 % і 1,4 % відповідно.

Оцінюючи динаміку, бачимо, що в порівнянні з 1990 рр. число осіб, визнаних іммігрантами, зросло понад 39 мільйонів, тобто на 26 %, тоді як чисельність населення планети — лише на 23 %. Частка іммігрантів у світі піднялася від 2,9 % у 1990 р. до 3 % у 2005 р. У розвинених країнах цей показник зріс від 7,2 % до 9,6 %. Якщо розглядати темпи зростання, то кожні 5 років вони зростали: 1990-1995 рр. — 1,3 %, 1995-2000 рр. — 1,5 %, 2000-2005 рр. — 1,8 %. Особливо значної динаміки міжнародні переміщення мали в період 1990-1995 рр., коли в розвинених країнах темпи зростання піднялися до 2,7 %.

Переходячи до трудових мігрантів, насамперед зазначимо, що доля економічних мігрантів, які виїжджають за кордон для постійної роботи і з метою створення робочих місць (висококваліфіковані працівники, підприємці, інвестори і т. д.), у структурі міжнародної міграції досягає 1/3-1/4 міграційних потоків і істотно залежить від країни, наприклад, у США і Франції — 10-13 %, тоді як у Швейцарії і Великобританії — 42-45 % [4, р. 37]. Але, якщо до цього додати ще й членів сімей, які супроводжують

працівників і в яких разом з працівниками також економічно зацікавлені розвинені країни, то частка бажаної іноземної робочої сили доходить до половини.

Як зауважує російський економіст Ірина Цапенко [5, с. 68], за останні десятиліття в переважній більшості країн відбувається перерозподіл приймаючих потоків на користь працівників, і частка працівників у структурі імміграції зростає. Дані чисельності мігрантів у країнах ОЕСД свідчать, що практично в усіх країнах, за винятком хіба Франції, Нідерландів, Німеччини, Швеції, частка іноземної робочої сили зростає [6].

Насправді міжнародна трудова міграція за масштабами є значно більшою, оскільки дані ООН не враховують довгострокової міграції, а також динамічно зростаючої нелегальної міграції.

Про масштаби тимчасової міграції свідчить наступне. За розрахунками І. Цапенко, статистика ОЕСД свідчить, що в 2000-2005 рр. приплив тимчасових мігрантів (без урахування іноземних студентів) лише в США досяг 7762 тис. чол., тоді як кількість іммігрантів, які прибули на постійне місце проживання, склала 5742 тис. чол. У Австралії це співвідношення було ще вищим: відповідно 1505 і 821 тис. чол. До тимчасових працівників (кваліфікованих фахівців, сезонних, некваліфікованих і напівкваліфікованих робітників, а також стажерів) приєднуються іноземні студенти, які, окрім досягнення навчальних цілей, також намагаються знайти тимчасову, а то й постійну роботу. Кількість іноземних студентів у світі стрімко зростає, і в 2005 р. за кордоном навчалось 2,7 млн. студентів вищих навчальних закладів і коледжів [7, р. 302].

Стосовно нелегальної міграції, то деякі дослідники оцінюють чисельність нелегалів у розмірі 1/5-1/6 від загального числа іноземців, що приїжджають до розвинених країн [5, с. 70]. Фахівці Міжнародної організації праці схиляються до цифри в 10-15 %, залежно від регіону, країни і сфери зайнятості [8]. Наприклад, за досить консервативними оцінками в 2004 р. в Італії частка нелегалів склала 11,5 % (2,7 млн. чол.), тоді як у сфері обслуговування і сільському господарстві вона досягла відповідно 18,4 % і 18,3 % [9, р. 207].

Таким чином, наведені дані свідчать, що нинішні масштаби міжнародної трудової міграції і її динаміка є значними.

Тепер переходимо до третього запитання: чи пов’язані зміни в міграції з глобалізацією? М. Окульський [1, s. 207] пропонує за критерій оцінки ступеня глобалізації міграції взяти відношення числа мігрантів на певній території до загального числа її мешканців і як міру, або норму, повної (“досконалої”) глобалізації міграції — рівність цього відношення на всій території земної кулі.

Сьогодні ми ще дуже далекі, і напевно ніколи не досягнемо “досконалого” стану хоча б тому, що одні території мають переважно еміграційний характер, другі — імміграційний, а решта — змішаний. Однак, якщо поглянути на міграцію за тривалий період, то на територіях традиційно (par excellence) іммігрантських можна побачити “глобалізаційну тенденцію”, яка виражається в наближенні частки іноземців до частки їхнього демографічного потенціалу серед населення світу. Це ілюструє рис. 1, який показує імміграцію до США за 160-літній період 1820-1990 рр.

Оцінки “глобалізаційних тенденцій” міграції другої пол. XX ст. є різними. З одного боку, зростання кількості мігрантів

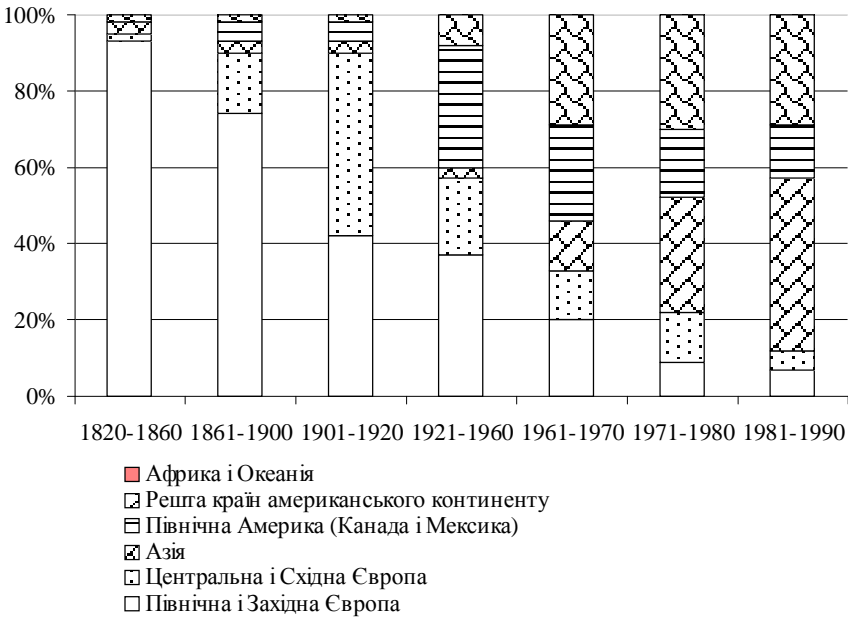


Рис. 1. Легальна імміграція до США з регіонів останнього місця проживання іммігрантів у 1820-1990 рр. (за: [10])

відбувалося швидше, ніж зростання населення світу. Проте воно не було тривалим, усеосяжним або таким же значущим, як і зростання торговельних оборотів або фінансових потоків. Тому доводиться констатувати, що насправді очікуваного глобального зростання міграції так і не відбулося, хоча розширилася її географія. За період 1965-1990 рр. у світі зросло число країн з великою (понад 300 тис.) кількістю іммігрантів (від 41 до 63) і високим (понад 15 %) відсотком іммігрантів у складі населення країни (з 34 до 52). Число країн, куди мігрувало 90 % загальної кількості мігрантів світу, зросло з 44 до 55 [11]. Рис. 2 ілюструє тенденцію зростання географічного розмаїття міжнародних трудових міграційних потоків на прикладі окремих країн прийому мігрантів.

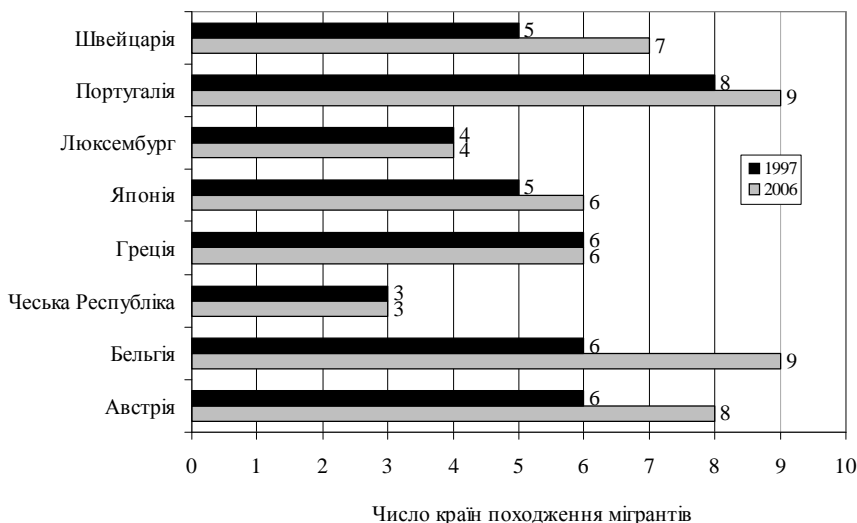


Рис. 2. Число країн походження 75 % міжнародних трудових іммігрантів для окремих країн (наші розрахунки за даними OECD [12])

За останніми даними, для найсучаснішої міграції характерним також є диверсифікація країн походження мігрантів, у яких переважають значні міжконтинентальні відстані, а також прибуття мігрантів до культурно / цивілізаційно віддалених країн. Доказом такої тенденції є статистика OECD [13, 14].



З іншого боку, більш детальніший аналіз не підтверджує справедливості зазначеної тези про вплив глобалізації на сучасну міграцію. Якщо глобалізація і чинить якийсь вплив на міжнародну міграцію, то він не дуже сильно стимулює збільшення обсягів міграції. Число країн-донорів міграції і число країн-реципієнтів справді зросло, але основні міграційні потоки, як і раніше, циркулюють у обмеженому колі країн. Насправді, кількісне зростання і географічна диференціація міжнародної міграції мала місце головним чином у 1960 р., а після 1975 р. ці процеси стабілізувалися. Число іммігрантів і їхня диференціація за країнами походження в 1990 рр. і на поч. 1970 р. є аналогічними, а єдині істотні відмінності стосуються змін у країнах еміграції. Більш того, після 1973 р. зросла концентрація іммігрантів у цільових країнах. Так, у 1990 р. у США проживало 18,7 % світового числа іноземців (тобто на 5 % більше, ніж 15 років до того), а в 2000 р. — 20 %. Частка іммігрантів у семи найбільших країнах імміграції перевищила 50 %, а 80 % світових іммігрантів проживало раптом у 27 країнах [15, s. 15-16].

Експерт відділу народонаселення ООН Марта Роїг Віла констатує: “Доступна нам мізерна інформація наводить на думку, що, не зважаючи на відносну стагнацію довгострокової міграції, зросла циркуляція, або оборот (тобто кількість і частота) короткострокових рухів населення. Крім того, міжнародна міграція стає все більш сегментовано, тоді як більшість мігрантів, як і раніше, характеризується низьким рівнем кваліфікації, а країни прийому і ТНК посилено заохочують переміщення висококваліфікованих мігрантів” [16].

В унісон до цього звучить ще одна думка: “... висновок, що міграційний феномен є чимось на зразок винятку з правил глобалізації, може бути наслідком того, що період спостережень за явищем міжнародної міграції є відносно коротким. Крім того, це може бути наслідком того, що прояви глобалізації не є абсолютно унікальними і єдиними в своєму роді, вони швидше за все залежать від географічного, політичного і економічного контексту” [16].

З цього випливає дещо несподіваний, але беззаперечний висновок: немає достатніх статистичних даних щодо глобалізації міграції за період, коли економічна глобалізація набувала значної сили [17].

З причин гальмування глобалізації міграції М. Окульський найважливішими вважає дві [1, s. 209-210]. Перша — регіона-

лізація, яка є невід’ємною властивістю найновішої економічної глобалізації і яка, окрім інтенсифікації, сприяє зменшенню числа випадків перенесення чинників виробництва до інших країн. Це відповідним чином позначається і на мобільності міжнародної робочої сили. Другою причиною є світовий економічний спад, який розпочався в 1973 р. (і відповідне падіння попиту на роботу) і призвів не лише до відмови від стимулювання приїзду іноземних працівників, а й навіть сприяв запровадженню значних імміграційних обмежень. Зауважимо, що пізніше секторальні потреби в робочій силі задовольнялися завдяки іноземцям, які проникали через різні “щілини” в системі обмежень, наприклад, воз’єднання сімей, повернення власних емігрантів, нелегальна міграція. Подібним чином не сприяє глобалізації міграції і нинішня світова фінансова криза.

Висновки. Наведені емпіричні докази засвідчують, що глобалізація реально впливає на міжнародну трудову міграцію, однак цей вплив проявляється дуже специфічно і навіть амбівалентно. Глобалізація неминуче сприяє розвитку міжнародної трудової міграції. Масштаби міжнародної трудової міграції — як довгострокової, так і тимчасової, як легальної, так і нелегальної — зростають, а темпи цього зростання є прискорюваними. Безпосередній вплив глобалізації на міжнародну трудову міграцію проявляється в збільшенні числа мігрантів, сегментації міграційних процесів, зокрема розширенні числа країн походження мігрантів, міжконтинентальному і міжцивілізаційному характері переміщень, зростанні числа висококваліфікованих мігрантів тощо. Водночас очікуваних темпів розвитку міграції, як це має місце на міжнародному ринку товарів і капіталу, у силу різних причин не спостерігається.

### *Література*

1. Okolski M. Migracje a globalizacja // Globalizacja od A do Z / E. Czarny (red.); Narodowy Bank Polski, Departament Komunikacji Społecznej. — Warszawa: Narodowy Bank Polski, 2004. — S. 199-232.
2. Столкер П. Работники без границ: влияние глобализации на международную миграцию: реферат // Отечественные записки. — 2004. — № 4 (19). — <http://www.strana-oz.ru/?numid=19&article=901> (Дата доступу: 2009-09-01).

3. International Migrant Stock: The 2008 Revision / United Nations, Population Division. — <http://esa.un.org/migration/index.asp?panel=1> (Дата доступа: 2009-09-01).
4. International Migration Outlook: SOPEMI — 2007 Edition / OECD. — Paris: OECD Publishing, 2007. — 403 p.
5. Цапенко И. П. Управление миграцией: опыт развитых стран / Ин-т мировой экономики и международных отношений РАН. — Academia, 2009. — 374 с.
6. International Migration Data 2008. Stocks of foreign labour force in selected OECD countries / OECD. — 2008. — <http://ocde.p4.siteinternet.com/publications/doifiles/812008071P1T033.xls> (Дата доступа: 2009-09-01).
7. Education at a Glance 2007. OECD Indicators / OECD. — Paris: OECD, 2007. — 449 p.
8. Towards a Fair Deal for Migrant Workers in the Global Economy, Report VI // International Labour Conference, 92nd Session, International Labour Office, 2004, Geneva. — Geneva: ILO, 2004. — [http://www.ilo.org/global/Themes/Labour\\_migration/lang-en/docName-KD00096/index.htm](http://www.ilo.org/global/Themes/Labour_migration/lang-en/docName-KD00096/index.htm) (Дата доступа: 2009-09-01).
9. World Migration Report 2008. Chapter 8 — Irregular Migration // World Migration Report 2008: Managing Labour Mobility in the Evolving Global Economy / International Organization for Migration; 02 December 2008. — Geneva: IOM, 2008. — P. 201-234.
10. 1991 Statistical Yearbook of the Immigration and Naturalization Service. — Washington D. C., 1992.
11. Zlotnik H. International migration 1965-96: An overview // Population and Development Review. — 1998. — № 3. — S. 429-468.
12. International Migration Data 2008. Stocks of foreign labour force in selected OECD countries / OECD. — 2008. — <http://www.oecd.org/dataoecd/41/51/42287775.xls> (Дата доступа: 2009-09-01).
13. International Migration Data 2008. Stocks of foreign labour force in selected OECD countries / OECD. — 2008. — <http://ocde.p4.siteinternet.com/publications/doifiles/812008071P1T028.xls> (Дата доступа: 2009-09-01).
14. International Migration Data 2008. Stocks of foreign labour force in selected OECD countries / OECD. — 2008. —

<http://ocde.p4.siteinternet.com/publications/doifiles/42287689.xls> (Дата доступу: 2009-09-01).

15. Korys P., Okolski M. Czas globalnych migracji. Mobilnosc miedzynarodowa w perspektywie globalizacji / Instytut Studiow Spoecznych, Uniwersytet Warszawski; Seria: Prace migracyjne, № 55.- Warszawa: Instytut Studiow Spoecznych UW, 2004.- 33 s.
16. Vila M. R. International migrations and globalization: International and regional migration trends, 1965-2000 / SELA, Permanent Secretariat. — 2002. — [http://www.sela.org/public\\_html/AA2K2/eng/docs/coop/migra/spsmirdi6-02/spsmirdi6-0.htm](http://www.sela.org/public_html/AA2K2/eng/docs/coop/migra/spsmirdi6-02/spsmirdi6-0.htm) (Дата доступу: 2009-09-01).
17. Tapinos G., Delaunay D. Can one really talk of the globalisation of migration flows? // Globalisation, Migration and Development. — Paris: OECD, 2000. — P. 35-58.

### *Резюме*

Автор показує, що міжнародна міграція розглядається сьогодні як інтегральний аспект глобального розвитку. Непосередственне впливання глобалізації на міжнародну трудову міграцію проявляється у росте числа мігрантів, сегментації міграційних процесів, у частині розширенні числа країн походження мігрантів, міжконтинентальному і міжцивілізаційному характері переміщень, росте числа висококваліфікованих мігрантів і т. д. у те же время очікуємих темпов розвитку міграції у силу різних причин не спостерігається.

*Рецензент доктор політ. наук, професор Е. В. Тихомирова*

УДК

*О. В. Павлюк*

## **ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ МОДЕЛІ КОАЛІЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

**(на прикладі поствиборчих процесів 2006, 2007 рр.)**

У зв'язку з конституційною політичною реформою 2004 року і переходом України до парламентсько-президентської форми правління роль парламенту в здійсненні державної політики стає визначальною. Ефективність роботи законодавчого органу залежить від діяльності політичних сил, які ввійдуть до його скла-

ду, від того чи буде досягнуто між ними консенсусу та сформовано парламентську більшість.

У вітчизняній політичній науці малодослідженою є процедура створення парламентської коаліції. У працях українських вчених зустрічаються переважно коментарі до коаліційних концепцій представників західноєвропейської політичної науки. Певні спроби аналізу ефективності впровадження коаліційної моделі в країнах Східної Європи, зокрема в Україні та Росії, зустрічаємо у російських вчених В. Гельмана, Г. Голосова, А. Щербака.

Події останніх виборчих та поствиборчих процесів спонукали більшість дослідників та політків скептично віднестися до перспективи становлення в Україні моделі коаліційної політики, виробленої світовою практикою. Поки що не виявлені фактори, які сприяють чи навпаки гальмують розвиток в країні міжпартійних коаліційних союзів.

В зв'язку з цим виникає необхідність більш детального дослідження поняття “коаліція”, особливостей коаліційних процесів в Україні, а також оцінки перспектив становлення коаліційної моделі політики в Україні. Саме тому, автор у статті дослідила основні теоретичні підходи західних науковців до поняття “коаліція”, проаналізувала законодавчу базу України, якою регламентується процедура формування коаліції. Також було здійснено аналіз даного процесу в Україні за результатами виборів 2006-2007 рр. на основі чого визначено основні проблеми створення коаліційних союзів та пошук шляхів їх вирішення.

Проблема утворення коаліцій досить широко досліджується у західній політичній науці. Коаліційні процеси вивчаються в рамках вчення про політичні партії такими дослідниками як Т. Іверсен, М. Дюверже, Ч. Лейзерсон, О. Моргенштерн, Дж. фон Нейманан, А. Раппопорт, Дж. Сарторі, Д. Соскіс та ін. Науковці вивчають особливості та передумови процесу формування коаліцій, коаліційну взаємодію, типи коаліцій та їх роль у політичному житті. Особливо корисним у методологічному плані автору видається бачення виборчих, парламентських та урядових союзів між політичними партіями М. Дюверже. Для означення міжпартійних союзів вчений вживає два поняття “коаліція” та “альянс”. Коаліції, на думку М. Дюверже, це епізодичні, недовготривалі союзи, які створюються для досягнення разових цілей, тоді як альянс означає довготривалі стратегічні цілі партій.

Окрім цього М. Дюверже наводить власну класифікацію партійних союзів. У вертикальному розрізі автор виділяє виборчі, парламентські та урядові альянси [2, с. 400]. Перші створюються на рівні кандидатів, другі — на рівні депутатів, треті — на рівні міністрів.

На парламентському рівні партії можуть об'єднуватись як для підтримки уряду, так і проти нього. Парламентські коаліції формують уряд, життєдіяльність якого залежить від коаліції, оскільки “будь-який урядовий альянс, що об'єднує у владі міністрів з різних партій, явно доповнюється альянсом парламентським” [2, с. 402]. М. Дюверже звертає увагу на особливості парламентської діяльності і наголошує, що її суть “полягає в тому, щоб зуміти об'єднати переваги влади і свободу опозиції, допомогти в чому може внутрішня структура партії і механізм союзу” (виділення наше — О. П.) [2, с. 403]. Таким чином, успішна діяльність партій залежить від того, наскільки успішно вдалося налагодити зв'язки з іншими політичними силами в парламенті, чому великою мірою сприяє внутрішня організація партії.

Для вивчення українського коаліційного досвіду досить актуальними видаються сформовані Ч. Лейзерсоном, О. Моргенштерном та Дж. фон Нейманом теорії мінімально вигрешних коаліцій і максимально закритих коаліцій. Їх суть зводиться до того, що головною умовою створення коаліції виступає усвідомлення політичними акторами нестачі наявних у них ресурсів для досягнення поставленої мети, що стимулює їх активність, спрямовану на пошук додаткових ресурсів.

За багатопартійної системи уряд формується коаліцією, і водночас у своїй діяльності він може бути впевненими у підтримці парламенту. Але така взаємодія може бути реальною тільки у випадку існування в парламенті стабільної коаліції депутатських фракцій. Поняття “коаліція” можна визначити як певну угоду двох чи більше акторів з метою досягнення певної спільної корисної мети [7, с. 52]. Партійна коаліція передбачає вибір такої партійної конфігурації в парламенті, яка є найоптимальнішою для її реалізації.

Зміни до Конституції України 2004 року ставлять перед парламентськими політичними партіями нову умову — сформувати коаліцію депутатських фракцій. У новій редакції Основного Закону вперше в українському законодавстві з'явилась стаття про коаліцію. Так, у ст. 85 визначено умови створення ко-

аліції та її повноваження щодо формування Уряду: “Коаліція депутатських фракцій у Верховній Раді України відповідно до цієї Конституції вносить пропозиції Президенту України щодо кандидатури Прем’єр-міністра України, а також відповідно до цієї Конституції вносить пропозиції щодо кандидатур до складу Кабінету Міністрів України”. Верховна Рада України також вирішує питання про відставку керівника та членів Уряду. Вперше за часи незалежності Кабінет Міністрів України формується парламентською коаліцією. Отже, ті політичні партії (блоки), які зуміли об’єднатись і створити коаліцію відіграють визначальну роль у формуванні Уряду, який згідно Конституції є “вищим органом у системі органів виконавчої влади”. Персональний склад КМУ фактично відображає склад парламентської коаліції.

Окрім того, ті партії, які зуміли сформувати парламентську коаліцію за поданням Президента України, шляхом голосування призначають Міністра оборони України, Міністра закордонних справ України. До повноважень Верховної Ради України також відноситься досить широкий спектр кадрових питань. Отже, коаліція депутатських фракцій, маючи більшість голосів у парламенті, впливає на призначення тих чи інших кандидатур на ключові посади в системі органів державної влади та стратегічно важливі державних підприємств та організацій.

Ще одним нормативно-правовим актом, в якому дається визначення, порядок утворення, припинення діяльності, організація роботи коаліції є Постанова Верховної Ради України “Про регламент Верховної Ради України”. В ст. 61 даної Постанови визначено: “Коаліція депутатських фракцій у Верховній Раді (далі — коаліція) — це добровільне об’єднання депутатських фракцій, яке формується у Верховній Раді за результатами виборів і на основі узгодження політичних позицій. До складу коаліції входить більшість народних депутатів від конституційного складу Верховної Ради”. В Регламенті також передбачено, що коаліція формується після проведення депутатськими фракціями консультацій, за результатами яких укладається Угода про коаліцію депутатських фракцій у Верховній Раді. Саме в коаліційній угоді фіксуються узгоджені позиції політичних сил, що стали основою формування коаліції, зокрема стосовно засад внутрішньої і зовнішньої політики, визначається політична спрямованість і принципи діяльності коаліції. Отже, основний документ,

за яким регламентується робота парламенту України передбачає необхідність узгодження позицій різних політичних сили шляхом консультацій, для подальшої співпраці в напрямку формування виконавчих органів державної влади, реалізації спільного компромісного курсу розвитку країни.

Проте для українського політикуму створення коаліції стало нелегким завданням уже на стадії проведення консультацій між різними політичними силами та пошуку консенсусу. У Верховній Раді України V та VI скликань представлені політичні партії з діаметрально протилежними поглядами на розвиток держави, тому питання пошуку компромісних рішень та створення стійкої парламентської й урядової коаліцій в рамках одного політичного спектру для них виявилось надзвичайно складним.

В. Грановський, даючи оцінку процесу формування коаліції після позачергових виборів 2007 року, підкреслює: “Бурхливий процес створення коаліції ніяк не прийде до свого завершення. Періодично представники від одних і тих же політичних сил дають різну інформацію щодо коаліційного процесу та відповідно подальшого політичного життя в Україні. Розібратися в кулуарних перипетіях та їх причинах надзвичайно складно” [1]. Однією з основних причин такої ситуації стало те, що між політичними силами, які увійшли до складу ВРУ останніх двох скликань, ішла негласна боротьба за крісло прем’єр-міністра та інші посади в майбутньому уряді та парламенті, що в кінцевому результаті вело до розподілу сфер впливу в державі.

Серед політичних аналітиків існували різні версії щодо конфігурації можливої парламентської коаліції. Враховуючи ідеології партій та блоків, передвиборчі обіцянки та історію “помаранчевих подій” найімовірнішою була коаліція Блоку Юлії Тимошенко та Нашої України-Народної Самооборони. За результатами виборів 2006 р. передбачалось приєднання до цих двох політичних блоків Соціалістичної партії України, а внаслідок голосування на позачергових парламентських виборах 2007 р. — Блоку Литвина. Проте, вже на початкових етапах свого існування така конфігурація виявилась неефективною.

У 2006 р. після затяжних переговорів між Блоком Юлії Тимошенко, Блоком “Наша Україна” та Соціалістичною партією України так і не вдалося прийти до єдиного рішення та сформувати коаліцію. Несподівано було укладено коаліційну угоду



між Партією регіонів, Комуністичною партією України та Соціалістичною партією України, на основі якої сформовано уряд на чолі з лідером Партії регіонів — В. Ф. Януковичем. “Помаранчеві сили” опинились в опозиції, що в значній мірі було сприйнято західноєвропейською спільнотою як крах демократичних ідеалів Майдану. Прихід до влади В. Януковича, який під час виборів Президента в 2004 році асоціювався із масовими фальсифікаціями та порушеннями виборчих прав, викликав занепокоєння щодо демократичного поступу України.

Не менш складним та неоднозначним виявився коаліційний процес після позачергових виборів 2007 р. Тривалий час невідомо була позиція керівництва Нашої України-Народної Самооборони та Блоку Литвина. Великою мірою дії Нашої України-Народної Самооборони відображали позицію Президента України, який не давав однозначних оцінок щодо майбутніх варіантів коаліції.

У кінцевому результаті було утворено коаліцію між Блоком Юлії Тимошенко, Нашою Україною-Народною Самообороною та Блоком Литвина, легітимність якої не мала однозначної оцінки, та піддавалась сумніву. М. Савчин зазначає, що укладання коаліційної угоди між цими політичними силами “було здійснено на хиткій інституційній основі: практика її здійснення засвідчила існування проблеми узгодження політичних стратегій та досягнення консенсусу щодо соціальних цінностей” [5, с. 70]. Тобто, незважаючи на схожість передвиборчих програм та гасел, їм все ж не вдалось сформувавши єдину політичну платформу та план дій на найближчих п’ять років. Жодна з політичних сил не змогла поступитись своїми інтересами.

В той же час, для більшості політологів було очевидно, що в Україні після виборів 2006 та 2007 років існувала нагальна потреба та складались ідеальні умови для створення саме парламентських коаліцій, оскільки жодна з партій не набрала абсолютної більшості мандатів, що спонукало їх проводити переговори та шукати компроміси.

З позиції теорії максимально закритих коаліцій політичні сили, які потрапили до парламенту дотримуються однієї ідеології, програмні положення та передвиборчі обіцянки їх в багатьох пунктах схожі. Проте, спостерігалось різке протистояння і нетерпимість лідерів політичних партій, а тому сформовані коаліції були досить нестійкими та швидко виникало питання про їх

легітимність. Адже дуже часто через те, що членами коаліції не вдавалось досягнути компромісів не відбувалося спільного головування по певним рішенням. До того ж питання легітимності коаліції стало актуальним після виходу окремих членів фракцій зі складу “демократичної коаліції”, через що її чисельність не відповідала необхідним 226 членам.

Довготривалий коаліційний процес в Україні негативно вплинув на політичну ситуацію, адже гальмував утворення уряду. Фактично на тривалий час було заблоковано роботу законодавчої та виконавчої гілок влади. Створення “антикризової коаліції” між політичними силами, які сповідують кардинально протилежну ідеологію, а саме між Партією регіонів, Комуністичною партією України та Соціалістичною партією України, засвідчило, що декларовані напередодні виборів ідеї та програмні положення не дотримують партіями у їх подальшій парламентській діяльності. Така конфігурація є прикладом практичної реалізації теорії мінімально виграшних коаліцій Дж. фон Нейманна і О. Моргенштеран, яка передбачає формування коаліції між акторами різного ідеологічного спектру з метою здобуття максимальної кількості публічних посад.

Модель політичної системи, яка передбачає створення коаліції обґрунтовується як засіб зближення цілей діяльності антагоністичних партій та формування спільних політичних цінностей на основі суспільного консенсусу. В Україні спробою пошуку такого взаємопорозуміння між політиками стало укладання Універсалу національної єдності.

У 2006 р. з метою виведення країни з політичної кризи за ініціативою Президента В. Ющенка було проведено засідання “загальнонаціонального політичного столу”. В результаті переговорів було досягнуто компромісного рішення щодо мовного питання, вступу до НАТО та підписано Універсал національної єдності. Документ скріпили Президент В. Ющенко, тодішні Прем’єр Ю. Єхануров, голова Верховної Ради О. Мороз, лідер “Нашої України” Р. Безсмертний, лідер фракції Соціалістичної партії В. Цушко, лідер Партії регіонів В. Янукович. Із застереженнями універсал підписав також лідер Компартії П. Симоненко. Блок Юлії Тимошенко не підтримав і не приєднався до цього документу, адже, за словами керівництва Блоку, підписання Уні-

версалу, за участю В. Януковича, означало зраду ідеалам, які проголошувались під час Помаранчевої революції.

В документі зазначалось, що положення Універсалу будуть покладені в основу діяльності коаліції депутатських фракцій у Верховній Раді України і Кабінету Міністрів України лише за умови національної єдності та згуртованості політичних сил. Покладалась надія на спільну працю, яка “при втіленні зазначених пріоритетів згуртує суспільство”. Учасники висловлювали сподівання: “Ми готові здолати розбіжності, об’єднати свої зусилля, використати всі можливості задля покращення життя Українського народу і забезпечення процвітання нашої Вітчизни” [4].

Проте декларовані положення Універсалу в кінцевому результаті були нівельовані діями його учасників, які повністю ігнорували принципи та умови цього документу. Лідери політичні сил, які підписались під Універсалом, після отримання необхідних посад, так і не змогли поступитись власними інтересами та продемонструвати злагожену співпрацю.

Директор Центру суспільного розвитку “Інтер-акція” Ю. Лагунов, аналізуючи процес формування коаліції в Україні та її функціонування в парламенті, вказує на існування ряду невирішених проблем. Серед них:

- наявність глибоких внутрішніх суперечностей у парламентській коаліції;
- відсутність волі до належної взаємодії та ефективної співпраці уряду та парламенту з Президентом України;
- мінливість позицій партнерів по коаліції щодо шляхів вирішення принципових суспільно-політичних та соціально-економічних питань;
- періодичне застосування деструктивних методів політичної боротьби (блокування роботи парламенту) не лише опозицією, а також членами коаліції [5].

Труднощі запровадження в Україні ефективної парламентської коаліції та коаліційного уряду пов’язані також з незавершеністю конституційного процесу становлення парламентсько-президентської форми правління, недостатністю національного досвіду її розбудови та функціонування; низький рівень розвитку вітчизняного громадянського суспільства та відсутність досвіду пошуку політичних компромісів.

Незважаючи на різноманітні перипетії та певну тимчасову дестабілізацію політичної ситуації, зазвичай, у розвинутих демократіях формування коаліційного багатопартійного уряду має і свої переваги. Сформований уряд спирається на реальний баланс політичних сил у суспільстві, партія-переможець хоча й одержує відносну більшість у парламенті, проте змушена шукати собі союзників і корегувати свій політичний курс таким чином, щоб він відповідав політичній підтримці більшості, а отже, репрезентував широкий спектр політичних сил й соціальних верств населення.

Пропорційна система передбачає інтеграцію партій із контраверсійними політичними цілями в єдину політичну систему. Проте, в Україні все ще не сформувались політичні партії парламентського типу. Політичні партії та блоки залишаються об'єднаннями, контрольованими певними олігархічними групами, або ж партіями єдиного лідера, який і визначає подальший курс та стратегію дій політичної сили. Досвід останніх парламентських виборчих кампаній продемонстрував низький рівень усвідомлення політичними партіями важливості процесу формування парламентської коаліції як визначального етапу прийняття політичних рішень.

На наш погляд, безперечним гальмом у формуванні та діяльності коаліції, як і реформуванні політичної системи загалом, є суперечливість національної законодавчої бази у сфері правового регулювання взаємодії органів державної влади, а саме між Президентом та Урядом. В. Лемак, порівнявши повноваження Президента і Прем'єр-міністра, дійшов висновку, що "після проведення конституційної реформи в Україні статус Президента і Уряду було скореговано, але при цьому говорити про посилення конституційних позицій КМУ і послаблення конституційних позицій Президента все ж не зовсім доречно" [6, с. 33]. Хоча після 1 січня 2006 року глава держави все таки втратив повноваження призначати весь склад КМУ, але він наділений повноваженнями, які в порівнянні з європейськими країнами "належать лише українському главі держави". Зокрема, Президент України є не тільки гарантом державного суверенітету, але й додержання Конституції України, він забезпечує національну безпеку та очолює Раду національної безпеки і оборони. Глава держави також наділений повноваженнями утворює суди, призначає і звільняє з посади голів

місцевих державних адміністрацій. Президент України має право розпустити парламент. КМУ підзвітний і підконтрольний Президенту України, який має право на зупинення актів Уряду, глава держави видає укази і розпорядження, які є обов'язковими для виконання, в тому числі і для Уряду.

Тобто фактично Президент зберігає своє “верховенство” в системі органів виконавчої гілки влади і значно впливає та обмежує діяльність Уряду, що засвідчує про відмінність української моделі коаліційного Уряду від європейського. До того ж право Президента на ветовання законів, прийнятих ВРУ засвідчує, що Президент продовжує залишатись визначальним гравцем на політичній арені в Україні. Парламентсько-президентська форма правління в Україні є “нетиповою”, тому і політичні процеси в ній проходять дещо за іншим сценарієм, ніж в інших країнах з аналогічною формою правління.

Отже, конституційна реформа встановила форму правління, в якій Президент і надалі наділений обширними конституційними повноваженнями, а Уряд, який опирається на парламентську більшість, не володіє достатніми конституційними важелями, котрі притаманні Урядам європейських держав зі змішаною формою правління. В той же час парламентсько-урядова коаліція на сьогодні позбавлена ефективного інструменту реалізації своїх програмних ідей. Окрім цього, впровадження пропорційної виборчої системи в умовах парламентсько-президентської форми правління засвідчило, що політичні партії в Україні поки що знаходяться на шляху пошуку суспільного консенсусу. Сьогодні основним завданням політичних партій є становлення їх як партій парламентського типу, пошук шляхів забезпечення зворотних зв'язків із виборцями. Це дозволить політичним партіям завдяки суспільних цінностей іти на компроміс при формуванні коаліції, що забезпечить ефективне функціонування уряду та стабільний розвиток держави.

Коаліційний процес в Україні вказав на існування ряду невирішених проблем. Наявність глибинних внутрішніх суперечностей у парламентській коаліції негативно позначається на роботі коаліційного уряду і перманентно загрожує його стабільності. У основних політичних акторів спостерігається відсутність волі до належної взаємодії. Нестабільність політичної системи спричинено мінливістю позицій партнерів по коаліції щодо

шляхів вирішення принципових суспільно-політичних та соціально-економічних питань.

### *Література*

1. Грановський В. Вибори — підсумки, аналіз, наслідки // Вибори.org. — 2007, 23 листопад. — <http://vybory.org/articles/1226.html> (Дата звернення — 21.12.2008).
2. Дюверже М. Политические партии / Пер. с франц. — М.: Академический портрет; Королев, Парадигма, 2005. — 544 с.
3. Лагутов Ю. Є. Проблеми формування та функціонування коаліційної моделі уряду при парламентсько-президентській формі державної влади // Агентство стратегічних досліджень. — <http://sd.net.ua/2008/11/10/interakciya.html>.
4. Лемак В. Президент і Уряд у нетиповій моделі змішаної республіки в Україні: теоретичні і порівняльно-правові аспекти // Вісник Центральної виборчої комісії. — 2007. — № 2 (8). — С. 33-39.
5. Савчин М. Політичні партії та виборчі системи: спроби конституційної інженерії у контексті сучасного конституціоналізму // Вісник Центральної Виборчої Комісії. — 2008. — № 3 (13). — С. 62-75.
6. Універсал національної єдності // Офіційне Інтернет-представництво Президента України. — [http://www.president.gov.ua/done\\_img/files/universal0308.html](http://www.president.gov.ua/done_img/files/universal0308.html).
7. Шведа Ю. Р. Теорія політичних партій і партійних систем. -Львів: ЦПД, 2001. — 72 с.
8. Iversen T., Soskice D. Electoral systems and the politics of coalitions: Why some democracies redistribute more than others. — <http://www.people.fas.harvard.edu/~iversen/Iversen-Soskice2003.pdf>.

### *Резюме*

В статье анализируются проблемы становления коалиционной политики в Украине.

*Рецензент канд. полит. наук, доцент А. В. Музыченко*

## **ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА УКРАИНЫ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ**

Внешнеэкономическая политика государства представляет научно обоснованную систему мер и методов, законодательно определенных государством для организации и регулирования экономических отношений с другими странами, экономическими союзами государств и отдельными иностранными экономическими агентами, используемую в целях получения от этого политического и экономического эффекта государства в целом и ее резидентами, в частности.

Для стран современного мира, в том числе и стран-участниц Союзов, при формировании внешнеэкономической политики, помимо обязательного учета внешних условий, и сейчас определяющими остаются внутринациональные факторы. Только учет текущего состояния и возможностей отечественной экономики, социальной и политической обстановки в стране, а также национальных традиций и исторических условий, позволяет каждому государству выбрать оптимальную модель связей с другими странами, определить приоритеты в них и тем самым максимизировать эффект от этих связей [1, с. 454].

Украиной провозглашена многовекторная модель внешнеэкономической политики. Приоритет отдается сотрудничеству с Евросоюзом, рассматривая европейскую интеграцию в качестве стратегического направления.

Тезис о европейском выборе Украины появился одновременно с провозглашением независимости на волне бурных политических перемен, связанных с крушением тоталитарного режима, и воспринимался, естественно, позитивно, поскольку он был альтернативой рухнувшему тоталитаризму, своеобразным лозунгом открытости общества, его готовности к восприятию европейских ценностей, то есть всего того, что мы считаем достижениями европейской цивилизации.

Европейский выбор Украины фактически получил статус национальной идеи. С начала 1994 года взят курс на вхождение в Европейский союз. Украина подписала двухстороннее соглашение о партнерстве и сотрудничестве с ЕС, вступившее в силу

1 марта 1996 года. В апреле 1996 года, выступая в Парламентской ассамблее Совета Европы, Президент Украины Л. Кучма обозначил стратегическую цель Украины — стать полноправным членом Европейского союза. В соответствии с этим, Министерство экономики было преобразовано в Министерство экономики и развития европейской интеграции, в 1998 году появилась президентская стратегическая программа “Интеграция Украины в Европу”, в целях реализации которой каждый год правительство представляет на утверждение Верховной Рады соответствующий рабочий план. Непосредственно при Президенте начал работу Национальный комитет по вопросам адаптации законодательства Украины к законодательству ЕС. В 2002 году Президент Украины Леонид Кучма подписал распоряжение “О разработке проекта Стратегии экономического и социального развития Украины до 2011 года”. В основе проекта — послание президента “Европейский выбор. Концептуальные основы стратегии экономического и социального развития Украины на 2002-2011 годы”, с которым глава государства обратился к парламенту в июне 2002 года. Посланием президента впервые четко определены сроки вступления в Евросоюз. В течение 2003-2004 годов предполагалось подписать с Евросоюзом соглашение об ассоциации и договориться о создании с ЕС зоны свободной торговли. В течение 2005-2007 годов договориться с ЕС о создании таможенного союза, и, наконец, к 2011 году добиться создания реальных предпосылок для вступления Украины в ЕС [2].

В отношении многосторонней экономической интеграции со странами СНГ Украина проводит осторожную, а по ряду направлений сдержанную политику, рассматривая государства Содружества в качестве рынка сбыта своей продукции и источника получения необходимого сырья и энергоносителей.

В сотрудничестве с партнерами по СНГ Украина заботится, прежде всего, об упрочении своей независимости, избирательно участвуя в программах и работе органов Содружества и блокируя любые попытки придать им какие-либо наднациональные функции.

Являясь наряду с Белоруссией и Россией одним из учредителей СНГ, Украина так и не подписала его Устав [3, с. 42] и не стала членом Экономического Союза, не признает международную правосубъектность этой организации. Украина рассматривает СНГ в качестве международного консультативного органа и



считает, что официальное оформление своего членства в СНГ противоречит ее стратегическому курсу на интеграцию с Евросоюзом.

Стремясь обеспечить свои торгово-экономические интересы, Украина проявляет заметную активность в деле создания зоны свободной торговли в рамках Содружества. В этом она видит дополнительные возможности расширения сбыта своей конкурентоспособной продукции и получения необходимого сырья и энергоносителей [4, с. 85.].

Сотрудничество с Россией на официальном уровне рассматривается как одно из приоритетных направлений внешнеэкономических связей в контексте магистрального движения Украины в Европу, что было подтверждено на саммите “Украина — ЕС”, который состоялся в сентябре 2001 года в Ялте. Вместе с тем, согласно Договору о дружбе, сотрудничестве и партнерстве, заключенному в мае 1997 года, Россия и Украина являются стратегическими партнерами.

Подобный дуализм в позиции Украины по отношению к России, во-первых, не может не оказывать отрицательного влияния на двухсторонние отношения и в целом на взаимное экономическое сотрудничество в рамках СНГ. Во-вторых, появляются основания усомниться в абсолютной истинности известной формулы, согласно которой “Украина и Россия просто обречены на сотрудничество”. Действительно, нас многое сближает прежде всего — сформировавшиеся в рамках единого народнохозяйственного комплекса СССР и унаследованные от него экономические взаимосвязи. Но в условиях разновекторной геополитической ориентации последние способны породить несовпадение и даже конфликты интересов, в частности, в сфере торговли и расчетов. Ярким примером является зависимость Украины от поставок российского газа и российская зависимость от транзита через украинскую территорию энергоресурсов на Запад, что особенно остро проявилось в январе 2009 года и достаточно отрицательно сказалось не только на экономике Украины, но и на центральноевропейских государствах.

Украинская сторона чрезвычайно болезненно реагирует на те ситуации, когда украинский партнер попадает в сильную зависимость от российского. Считается, что подобные схемы сотрудничества (даже применительно к промышленной кооперации) могут представлять угрозу экономической самостоятельности страны.

Специалистами Совета безопасности Украины были разработаны рекомендации по сотрудничеству с Россией, учитываемые при подготовке конкретных двухсторонних соглашений на уровне отраслей и промышленных предприятий. Вот выдержка из соответствующего документа: “Для обеспечения экономической безопасности украинских производителей при сотрудничестве с российскими предприятиями необходимо избирать такие формы кооперирования, которые бы базировались на следующих принципах:

- справедливое распределение рисков и доходов между участниками кооперации;
- совместная заинтересованность партнеров в достижении конечных результатов сотрудничества.

Приведенным принципам кооперации более всего отвечает кооперирование в таких формах, как:

- совместное производство при условии двухсторонних (взаимных) поставок кооперированной продукции;
- совместные предприятия; совместные проекты при государственной поддержке;
- сотрудничество в составе транснациональных (межгосударственных) промышленно-финансовых групп” [5, с. 71-72].

Боязнь сильной зависимости от поставок российских предприятий выражается, в частности, в том, что на стадии экспертизы проектов двухстороннего производственного сотрудничества украинские чиновники широко используют критерий “локализации производства”. Установлена норма, согласно которой доля комплектующих из России в стоимости готового изделия не должна превышать 50 %.

Налицо стремление Украины не допускать передачи России конечных стадий производственных циклов, особенно в высокотехнологичных отраслях, сохранять у себя параллельные производства, имеющие экспортное значение. Да и в российских научных и деловых кругах формируется мнение, согласно которому надеяться на украинских партнеров, демонстрирующих стремление к обособлению, больше не стоит, а значит, пора, несмотря на затраты, “замыкать на себе” технологические цепочки в стратегически важных производствах (к примеру, авиастроение). Вряд ли реализация подобных “обособленческих” устремлений с обеих сторон пойдет на пользу нашим государствам и народам.

Приоритетным направлением внешнеэкономической политики России является развитие добрососедских отношений и стратегического партнерства со всеми государствами-участниками СНГ. Исходя из концепции разноскоростной и разноуровневой интеграции в рамках СНГ, параметр и характер взаимодействия с государствами-участниками СНГ, а также более узких объединений различен. Отношения с европейскими государствами, и в первую очередь с ЕС, также традиционно являются приоритетным направлением внешнеэкономической политики РФ. В соответствии с Концепцией внешней политики Российской Федерации видит в ЕС одного из своих важнейших экономических партнеров и будет стремиться к развитию с ним интенсивного, устойчивого и долгосрочного сотрудничества, лишенного конъюнктурных колебаний. В соответствии с Концепцией национальной безопасности Российской Федерации развитие равноправных и взаимовыгодных отношений со всеми странами и интеграционными объединениями, прежде всего с государствами-участниками Содружества Независимых Государств и традиционными партнерами России, отвечает национальным интересам России в международной сфере. Более того, ослабление интеграционных процессов в Содружестве Независимых Государств рассматривается в качестве угрозы национальной безопасности Российской Федерации в международной сфере. В соответствии с Концепцией национальной безопасности Российской Федерации важнейшими задачами во внешнеэкономической деятельности являются:

- создание благоприятных условий для международной интеграции российской экономики;
- расширение рынков сбыта российской продукции;
- формирование единого экономического пространства с государствами-участниками Содружества Независимых Государств.

Среди стран СНГ Украина потенциально наиболее важный и одновременно один из наиболее сложных для России партнеров по экономическому сотрудничеству. С того момента, как две самые крупные из экс-республик СССР начали строить свои взаимные связи в качестве суверенных государств, экономическая составляющая их двухсторонних отношений выступает фокусом конфликтного столкновения национальных интересов. Необходимо отметить пресловутые “торговые войны” России с Украиной, ког-

да-то с одной, то с другой стороны выдвигались барьеры на пути продвижения товаров на рынки соседнего государства. Не меньший общественный резонанс имеют многолетние споры по долгам Украины за российские энергоносители; серьезные разногласия возникали в транзитных вопросах, по проблеме допуска российских инвесторов к украинской приватизации и т. д. [6, с. 70]

Весьма трудно и противоречиво развиваются украинско-российские контакты и в сферах производственно-технологической кооперации и совместной инвестиционной деятельности. Во многом это обусловлено общей двойственной позицией Украины относительно экономического сотрудничества с Россией. Украинский подход сочетает заинтересованность в наращивании объемов взаимодействия с боязнью своего “стратегического партнерства”, со стремлением обеспечить высокую степень экономической независимости от России. Россия, в свою очередь, зачастую не может найти подходящих средств для достижения национальных интересов в международной сфере.

Отношения Украины с Россией в экономическом плане на протяжении 90-х годов XX столетия имели характер не сотрудничества, а давления со стороны последней, точнее — партнерства-давления [7, с. 65]. В 2001-2004 годах произошла активизация украинско-российских отношений в экономической сфере. Знаменательным в этом плане является 2001 год, когда в Днепропетровске состоялась встреча Президента Украины Л. Кучмы с недавно избранным Президентом Российской Федерации В. Путиным. В ходе этой встречи Украина и Россия подписали 16 межгосударственных, межправительственных и межведомственных соглашений. Среди них — Совместное заявление президентов по вопросам расширения сотрудничества в области ракетно-космической и авиационной техники, Меморандум “О сотрудничестве в области электроэнергетики между Министерством топлива и энергетики Украины и РАО “ЕЭС”, Программа межрегионального и приграничного сотрудничества Украины и России на 2001-2007 гг., ряд торгово-экономических соглашений.

Таким образом, внешнеэкономическая политика Украины базируется на стратегии европейской интеграции. Стратегия экономического сотрудничества с Россией в соответствии с президентским посланием “Европейский выбор...” рассматривается как подчиняющаяся стратегии европейской интеграции Украины. В

свою очередь, Россия, хотя и рассматривает Европейский Союз в качестве одного из важнейших экономических партнеров, развивает и будет развивать впредь свои отношения с ЕС в несколько ином формате. Россия, как известно, не ставит вопрос о членстве в ЕС, она претендует на статус самостоятельного центра интеграции независимых государств на евразийском пространстве. Обе эти задачи можно и необходимо успешно решать, поскольку они до определенной черты не противоречат друг другу.

Постепенно в Украине сложилось понимание того, что стабилизация экономических взаимоотношений с Россией не противоречит европейскому выбору Украины. Украина стремится стать полноправным членом ЕС, не утратив при этом рынков сбыта и кооперационных связей с Россией. Такая внешнеэкономическая стратегия Украины обусловлена ее национальными интересами. Россия является крупнейшим торговым партнером и самым важным энергетическим поставщиком Украины. В последние годы своего президентства Леонид Кучма неоднократно подчеркивал невозможность противопоставления политики в отношении Европы и России.

Стремление двух государств к полноправному стратегическому партнерству нашло свое подтверждение 9 декабря 2002 года в Москве во время переговоров президента РФ Путина В. В. с президентом Украины Кучмой Л. Д., в ходе которых российский президент заявил, что Россия и Украина являются друг для друга “самыми главными партнерами”. Эту позицию подтвердил и украинский президент, пожалуй, впервые заявив, что “Россия для нас — самый-самый стратегический партнер, каким не может быть ни одна другая страна” [8, с. 21].

Безусловно, Украина и Российская Федерация являются важными экономическими партнерами. Внешнеэкономическая политика двух государств ориентирована на налаживание равноправного, добрососедского и взаимовыгодного сотрудничества. Вместе с тем, развитие восточно-европейского вектора внешнеэкономической политики Украины отвечает интересам республики до тех пор, пока оно не вступает в противоречие с магистральным направлением внешнеэкономической политики Украины — интеграцией в европейские структуры. Такая весьма “прагматическая многовекторность” нередко расценивается экспертами в России как желание получать на Западе кредиты и прямые инвестиции, а

готовую продукцию сбывать по возможности беспошлинно в Россию и другие страны СНГ взамен получаемых оттуда энергоносителей и сырья [9, с. 70].

По мнению украинских исследователей, "... политика украинско-российского сближения, а точнее, преодоления искусственно спровоцированного их отдаления друг от друга, не только не противоречит подлинному европейскому выбору для Украины, а напротив, является необходимым условием реализации этого выбора" [10, с. 413].

Украина заинтересована в том, чтобы с помощью механизмов СНГ решить проблемы украинско-российских отношений в энергетической и транзитной сферах. Украина заинтересована в расширении торгово-экономического сотрудничества с Российской Федерацией, в снятие барьеров во взаимной торговле, в том числе посредством создания зоны свободной торговли в рамках СНГ, либо в более узком составе. Вместе с тем, Украина не готова к более глубокой экономической интеграции с Россией. Такие ограничения вызваны тем, что более высокие уровни экономической интеграции сопряжены с созданием наднациональных органов, необходимостью гармонизации законодательства, согласования внешнеэкономической политики, что может существенно повлиять на украинские перспективы стать членом ЕС. Именно этим вызвано нежелание Украины присоединиться к ЕвразЭС, а также согласие Украины участвовать в формировании ЕЭП со значительными ограничениями, ставящими под сомнение перспективы этой организации. Украинские представители принимают участие в работе Группы высокого уровня по созданию ЕЭП, направленной на разработку законодательно-нормативной базы для практической реализации этого интеграционного проекта. Однако с избранием президентом В. Ющенко, убежденного в том, что принципы ЕЭП противоречат курсу Украины на вступление в ЕС, рамки ее участия в ЕЭП в настоящее время уточняются. Однозначно подтверждена пока лишь возможность участия Украины в создании ЗСТ "четверки".

С приходом к власти президента В. Ющенко, более ориентированного на сотрудничество с Западом, чем с Россией, межгосударственные отношения усложнились, что привело к обострению старых проблем и появлением новых.

За последние пять лет в экономическом плане практически не подписано ни одного документа углубляющего двухсторонние торгово-экономические отношения. Из заключенных можно лишь отметить подписание летом 2007 года трехлетнего плана сотрудничества на 2008-2010 годы, сменившего прежнюю, так фактически и не реализованную за 10 лет двустороннюю программу [11, с. 5].

Экономическое сотрудничество между Украиной и Россией на разных уровнях взаимодействия — межгосударственном, корпоративном, региональном — отвечает интересам обеих сторон. Позитивная динамика двусторонних связей могла бы иметь значение и для укрепления общеевропейского сотрудничества. Поэтому поиск модели украинско-российских экономических отношений должен быть активизирован. Сегодня решается вопрос, продолжится ли “цивилизованный развод” пока еще стратегических партнеров или будет найден компромисс для сотрудничества, в том числе и в экономической сфере.

#### *Литература*

1. Теория переходной экономики: Уч. пособ. / Под ред. Николаевой И. П. — М.: ЮНИТА-ДАНА, 2008. — 509 с.
2. Послання Президента України до Верховної Ради України “Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002-2011 роки” // Відомості Верховної Ради України. — 2002. — № 24. — Ст. 345.
3. Мантусов В. Б. СНГ: экономическая интеграция или развод? Перспективы, особенности, проблемы: Информационно-аналитическое пособие. — М.: ДА МИД России, 2001. — 234 с.
4. Ултанбаев Р. Р. Внешнеэкономические связи Украины: тенденции и проблемы развития // Проблемы развития внешнеэкономических связей России на современном этапе: Сб. аналит. мат. — М.: Эпикон, 2002. — С. 85.
5. Украина — Россия: проблемы экономического взаимодействия: Монография / Под. ред. Пирожкова С. И., Губского Б. В., Сухорукова А. И. — К.: НИУРО, 2000.
6. Косикова Л. С. Производственное сотрудничество России с Украиной: тенденции и противоречия. — М.: Прогресс, 2006. — 187 с.

7. Гречанинов В. Після розпаду біполярної системи. Новий світовий порядок та глобалізація на початку ХХІ століття // Політика і час. — 2002. — № 1. — С. 65.
8. Воробьев В. Россия и Украина — стратегические партнеры // Дипломатический вестник МИД России. — 2003. — № 1. — С. 34.
9. Годин Ю. Ф. Россия и Украины: нужны не односторонние уступки, а долгосрочная стратегия сотрудничества // Российская Федерация сегодня. — 2007. — № 12. — С. 70.
10. Гринев В. Б., Гугель А. С. Потерянное десятилетие — контуры новейшей политической и экономической истории Украины: Моногр. — К.: МАУП, 2001. — 467 с.
11. Косикова Л. С. Отношения Москвы и Киева требуют пересмотра // Независимая газета. — 2008, 14 апреля. — [http://www.ng.ru/courier/2008-04-14/17\\_kiev.html](http://www.ng.ru/courier/2008-04-14/17_kiev.html).

### *Резюме*

Стаття присвячена зовнішньоекономічній політиці України і Російської Федерації як важливій складовій частині міждержавних відносин. В центрі уваги статті загальне і особливе в зовнішньоекономічних стосунках двох держав.

*Рецензент доктор полит. наук, профессор О. А. Габриелян*

УДК 327.001(075.8)

*В. М. Руденко*

## **МАТЕМАТИЧНА СКЛАДОВА ПІДГОТОВКИ АНАЛІТИКІВ З МІЖНАРОДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Стрімка математизація практично всіх областей знання вимагає розглядати математичну науку як найважливішу складову фундаментальної підготовки майбутнього фахівця. У загальному плані математична складова покликана підвищити математичну культуру студентів, дати розуміння ролі математики в сучасному світі, навчити логічно мислити, оперувати з абстрактними об'єктами й коректно використати математичні поняття й символи для вираження кількісних і якісних відносин. З точки зору професійної підготовки інформаційних аналітиків-міжнародників до кваліфікованої фахової діяльності математи-



ка є нормативною навчальною дисципліною, починаючи з освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр.

Зміст математичної складової освіти зумовлений як основною метою підготовки фахівців, так і міждисциплінарними взаємозв'язками і в першу чергу з інформатикою і комп'ютерними науками. Ще в 1988 р. на 6-му Міжнародному конгресі з математичної освіти в Будапешті відзначалося, що "... весь хід об'єктивного розвитку науки інформатики показує, що математика була не тільки материнською наукою для інформатики, але і сама інформатика у міру свого становлення і відособлення в своїх підставах і методах неухильно математизується. Мало того, з'являється все більше і більше свідoctв про те, що методи інформатики, певні інформаційні технології проникають в глиб математики, впливають на деякі риси стилю, техніки і змісту математичної діяльності" [1]. Отже, вплив інформатики на математику можна спостерігати у такі основні напрями:

“Різке розширення об'єму і різноманітності математичної практики. Побудова знакових систем, схематизація конкретних об'єктів, побудова моделей, дедукція, редукція і рекурсивне мислення, виділення і підтримка рівнів абстракції, прогнозування поведінки, аналіз законів, встановлень і правил, конструювання величезної кількості алгоритмів і їх оцінка — все це стає зброєю сучасного інтелекту, каркасом інформаційної культури.

- Зміна номенклатури математичних знань. Входження в змістовну частину математики абстракцій людської діяльності, властивостей штучних і живих систем.
- Обчислювальний експеримент з математичною моделлю. Його практичність як нового методу пізнавальної діяльності в учбовому процесі підтверджується педагогічною практикою.
- Візуалізація абстракцій. Пошуки того, як зробити уявлення наочним, завжди були болісною справою учених і вихователів. Наскільки ж важливий яскравий видимий образ для активізації молодого розуму — це добре відомо кожному викладачеві, вихователеві і психологові.
- Динамізація математичних об'єктів. Побачити в логічній константі всі прояви реального життя, описаного законом, — це означає зрозуміти закон і навчитися його застосовувати. Все це наближає учбовий процес до дослідження і експерименту.

- Становлення структури з хаосу. Здібності комп'ютера до візуалізації заслуговують особливої уваги в експериментах по спостереженню становлення регулярних структур з початкового хаосу. Освітній потенціал цієї області математичних явищ ще використовується в дуже малому ступені.
- Виховання базових здібностей і умінь — той самий дійсний стрижень математичної культури, головне завдання вищої математичної освіти.
- Пробудження первинного інтересу. Динамічний, наочний, слухняний і стимулюючий стиль поведінки комп'ютера у поєднанні з його універсальністю робить його ідеальним інструментом для пробудження початкового а потім підтримання тривалого інтересу до математики, до її естетики і сили.

Математична складова як теоретична база підготовки інформаційних аналітиків залежить від сучасного розуміння інформатики, поняття інформаційної культури. У сучасному розумінні інформатика є комплексним науковим напрямом, що має міждисциплінарний характер. Вона активно сприяє розвитку ряду інших наукових напрямів і тим самим виконує інтеграційну функцію в системі наук. На думку професора Коліна К. К., інформатика сьогодні — це не наука про “білякомп'ютерну” діяльність людини, а “... одна із стратегічно важливих і перспективних “точок зростання” світової науки... Відбувається філософське переосмислення ролі інформатики і інформаційних процесів в розвитку природи і суспільства, росте розуміння, загальнонаукового значення інформаційного підходу як методу наукового пізнання” [2]. Інформатика, впливаючи на економічну, політичну, науково-технічну і культурну сторони суспільства, викликає радикальні зміни не тільки у сфері науки і виробництва, але і в соціокультурному середовищі.

Термін “інформаційна культура” вперше з’явився в 70-і роки і означав культуру раціональної і ефективної організації управлінської праці, інтелектуальної діяльності людей. Широке розповсюдження інформаційних технологій по всіх сферах суспільного життя привело до того, що інформаційна культура почала розглядатися в тісному зв’язку з комп’ютерною технікою.

Сучасне представлення поняття інформаційної культури пов’язане з фундаментальними поняттями “інформація” і “культу-

ра” і може розглядатися в рамках інформаційного і культурологічного підходів. Відповідно до першого (традиційного) підходу формування інформаційної культури студентів, викладачів, фахівців викликане соціальним замовленням інформаційного суспільства (в основному потребами інформатизації), при цьому зміст якостей особистості, використовувані методи навчання і виховання в значній мірі диктуються запитами і рівнем розвитку науки, техніки, виробництва.

У формуванні інформаційної культури випускника вищої школи провідна роль належить інформатиці, яка є фундаментальною загальноосвітньою дисципліною, що розкриває всі аспекти отримання, зберігання, перетворення, передачі і використання інформації. Сучасні тенденції технологічної сторони розвитку інформатики і комп’ютерних наук, знаходять адекватне віддзеркалення в змісті освіти. В області методології відбувається переосмислення універсальної ролі інформації в розвитку природи, суспільства, мислення, значення інформаційного підходу, як загальнонаукового методу пізнання. В області теоретичної інформатики представлені дослідження загальних властивостей інформації, принципів і закономірностей інформаційної взаємодії в природі і суспільстві. В області засобів інформатизації акцент зміщений у бік освоєння глобальних і регіональних мереж обміну інформацією. В області інформаційних технологій розширюється і поглиблюється вивчення мультимедійних комп’ютерних середовищ, систем візуального і об’єктно-орієнтованого програмування, експертних систем і систем штучного інтелекту, а також можливостей їх використання в різних сферах соціальної практики.

Не дивлячись на те, що перераховане вище є невід’ємною частиною інформаційної культури, інформаційний підхід звужує зміст культури до його матеріальної компоненти, задає однозначний вектор його розвитку, хоча і залишає простір для розширення і посилення її методологічної і теоретичної компоненти. Отже нормативна навчальна дисципліна “Математичні основи інформаційних технологій” за діючими навчальними планами фактично виконує роль теоретичної бази формування інформаційної культури в широкому сенсі, а не лише її професійно-технологічної складової. Ця дисципліна здійснює безпосередній вплив на опанування фахівцями таких дисциплін, як “Інформатика”, “Комп’ютерне оброблення даних”, “Основи теорії інформації”,

“Прикладна інформатика”, “Сучасні інформаційні системи і технології”, “Міжнародні інформаційні системи та технології”, “Системний аналіз”, “Теорія прийняття рішень”, “Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах” та інші і особливо на “Математичне моделювання та прогнозування в міжнародних відносинах” [5]. Остання передбачає засвоєння студентами спеціальності “Міжнародна інформація” фундаментальних математичних основ щодо функціонування і використання інформаційних технологій для моделювання процесів і явищ міжнародних відносинах на етапах планування, організації, проведення інформаційно-аналітичних досліджень у вищих навчальних закладах, наукових установах, галузевих науково-дослідних інститутах, центрах та комерційних структурах з використанням сучасних інформаційних технологій і відповідних комп’ютерних засобів. Метою викладання є формування у майбутніх аналітиків з міжнародної інформації базових математичних знань для розв’язування задач у професійній діяльності, вмінь аналітичного мислення та математичного формулювання задач у професійній сфері.

Основними завданнями математичної складової, що мають бути вирішені у процесі викладання дисципліни, є надання студентам знань з основних розділів вищої математики, визначень, правил, доведення основних теорем та формування початкових умінь: самостійного опрацювання математичної літератури; розрахунків середніх величин; здійснення дій над векторами, матрицями, обчислення визначників; розв’язання систем лінійних рівнянь; класифікації функцій і числових послідовностей; знаходження границі ступенево-показникових функцій; дослідження функції за допомогою диференціальних числень; здійснювання інтегральних числень; ведення обчислення числових та ступеневих рядів; розв’язання диференціальних рівнянь першого та вищого порядків, систем диференціальних рівнянь; самостійне розширювання своїх знань, розвиток логічного і алгоритмічного мислення.

Якщо основи теорії множин, елементи математичної логіки, дискретна математика, векторна і матрична алгебра, функціональний аналіз є безпосередню основою для опанування студентами принципів інформаційних технологій, то система алгебраїчних рівнянь, диференціальне та інтегральне числення, системи диференціальних рівнянь, математична статистика необхідні для формування умінь побудови математичних моделей соціальних і

політичних процесів: широкого класу стохастичних моделей, екстраполяційних моделей і моделей прогнозування (дифузії інформації, моделей епідемій, мобілізації, гонки озброєнь, рекламних компаній, конкуренції тощо) [3, 4].

Крім того, даний курс математики повинен допомогти студентам одержати правильне й всебічне уявлення про сучасний стан інформаційних технологій, навчити їх використати комп'ютерну техніку й програмне забезпечення при вивченні різних дисциплін, стати теоретичною й практичною базою для наступних курсів, пов'язаних з використанням інформаційних технологій. Студенти повинні придбати практичні знання й навички, які дозволять їм стати повноцінними членами інформаційного співтовариства майбутнього.

Діючими навчальними планами передбачається проведення лекційних і практичних занять, а також виконання лабораторних робіт, оптимальна реалізація яких може відбуватися на базі табличного процесора MS Excel, а також спеціалізованих пакетів MathCAD (або MATLAB) і Statistica. Зміст навчальної дисципліни "Математичні основи комп'ютерної техніки" (в дужках рекомендовані комп'ютерні засоби для виконання лабораторних робіт з даної теми) інтегрує класичні розділи вищої математики, елементи дискретної математики, теорії ймовірностей і математичної статистики та ін.

**Вступ.** Предмет і задачі курсу. Зростання ролі математики в політичних дослідженнях, моделюванні, прогнозуванні та управлінні соціальними системами і процесами.

**Основи теорії множин.** Поняття множини та її елементів. Способи задання множин (переліком, вказівкою властивості елементів множини). Операції над множинами (включення, порівняння, доповнення, перетин, об'єднання, різниця, декартів добуток), властивості цих дій, діаграмами Ейлера-Венна. Поняття відношення, відображення, функції (MS Excel, MathCAD).

**Множина дійсних чисел.** Аксиоми множини дійсних чисел (упорядкованості, додавання, множення, протилежного та оберненого чисел). Приклади підмножин дійсних чисел: відрізок, інтервал, промені. Характеристики дійсного числа: модуль, знак, ціла та дробова частини. Обмежені, необмежені числові множини. Найбільший, найменший елемент, верхня, нижня межа множини. Знаки (операції) підсумовування, їх властивості (MS Excel, MathCAD).

**Комплексні числа.** Представлення дійсної і уявної частини, їхні властивості. Арифметичні дії над комплексними числами (MathCAD).

**Системи числення.** Позиційні і непозиційні. Представлення позиційних чисел у термах. Правила переходу між числами різних систем числення. Двійкова система числення як основа побудови комп'ютерної техніки. Арифметичні операції у двійковій системі числення (MS Excel, MathCAD).

**Елементи математичної логіки.** Висловлення. Основні логічні знаки (квантори загальності, існування, знаки імплікації, логічної еквівалентності тверджень, логічного множення та додавання). Операції (кон'юнкція, диз'юнкція, заперечення, імплікація, еквівалентність), таблиця істинностей. Досконала диз'юнктивна і кон'юнктивна нормальна форма (ДДНФ і ДКНФ). Основні властивості бульових операцій. Мінімізація бульових функцій (MS Excel).

**Скінчені автомати.** Поняття скінченого автомата. Ініціальний автомат. Автоматна таблиця. Діаграма переходів. Автомат Мілі. Мінімізація автоматів. Синтез та аналіз автоматів (MS Excel).

**Вектори.** Поняття вектора, типи векторів, порівняння векторів. Дії над векторами: транспонування, додавання, множення вектора на число, скалярний добуток векторів; властивості цих операцій, їх геометрична ілюстрація. Довжина вектора, її властивості. Кут і відстань між векторами (MathCAD).

**Матриці.** Поняття, типи і основні особливі матриці (квадратна, трикутна, діагональна, одинична). Порівняння матриць. Дії над матрицями: додавання, множення матриці на число, на вектор, на матрицю, їх властивості. Транспонування матриці. Поняття і властивості оберненої матриці. Правила обчислення визначників. Властивості визначників. Мінори та алгебраїчні доповнення (MS Excel, MathCAD).

**Системи алгебраїчних рівнянь.** Поняття системи лінійних алгебраїчних рівнянь, розгорнута та матрична форми її запису. Поняття розв'язку, сумісної або несумісної, визначеної або невизначеної системи. Розв'язування систем алгебраїчних рівнянь за допомогою оберненої матриці. Частинні та загальний розв'язки системи лінійних алгебраїчних рівнянь (MS Excel, MathCAD).

**Система координат, пряма та площина.** Декартова система координат. Рівняння прямої: загальне, через задану точку, через дві точки, у відрізках на координатних осях. Умови пере-

тину прямих, паралельності та перпендикулярності. Графічне розв'язування систем лінійних рівнянь з двома змінними. Загальне рівняння площини у просторі, нормальне рівняння (MathCAD).

**Криві та поверхні другого порядку.** Канонічні рівняння еліпса, гіперболи, параболи, дослідження їх форми і властивостей. Загальне рівняння кривої другого порядку, його зведення до канонічного вигляду. Канонічні рівняння: еліпсоїда, гіперboloїдів, параболоїдів, конусів, циліндрів. Зведення загального рівняння поверхні другого порядку до канонічного вигляду (MathCAD).

**Функціональна залежність.** Поняття функції однієї та багатьох змінних. Способи подання функції: таблицний, графічний, аналітичний, описовий. Окремі спеціальні класи функцій: явні та неявні, задані параметрично, складені (задані суперпозицією). Монотонні, парні та непарні, опуклі та вгнуті, обмежені та необмежені функції. Класифікація функцій (MathCAD).

**Неперервність функції.** Поняття неперервності функції, необхідна і достатня умова неперервності, класифікація точок розриву. Локальні властивості неперервних функцій. Арифметичні дії над неперервними функціями. Неперервність елементарних функцій (MathCAD).

**Диференціал та похідна.** Поняття диференціала і похідної функції однієї змінної, частинні похідні, градієнт функції багатьох змінних, їх властивості, геометричний зміст. Похідна і диференціал суми, добутку, частки, складеної та оберненої функцій. Таблиця похідних. Похідні функцій, заданих у параметричній, неявній формах. Знаходження найбільшого і найменшого значення функції. Умови монотонності функції однієї змінної. Необхідні, достатні умови екстремуму функції однієї та багатьох змінних. Поняття про задачі та методи математичного програмування і дослідження операцій (MathCAD).

**Невизначений інтеграл.** Поняття первісної функції і невизначеного інтеграла. Табличні інтеграли. Методи інтегрування: заміною змінної, частинами. Лінійність інтегрування. Інтегрування раціональних, ірраціональних та тригонометричних функцій (MathCAD).

**Визначений інтеграл.** Поняття та властивості визначеного інтеграла. Інтегрування: заміною змінної, частинами у визначеному інтегралі. Теореми про середнє, середнє значення функції. Розв'язування геометричних задач за допомогою визначених

інтегралів. Застосування визначеного інтеграла до обчислення площ плоских областей (MathCAD).

**Диференціальні рівняння.** Основні поняття. Задача Коші. Звичайне диференціальне рівняння першого порядку. Теорема існування та єдиності. Неповні диференціальні рівняння і рівняння з розділними змінними. Однорідні рівняння. Лінійне рівняння першого порядку. Диференціальні рівняння вищих порядків та системи диференціальних рівнянь. Розв'язування лінійних диференціальних рівнянь другого порядку і їх систем із сталими коефіцієнтами. Поняття про різниці рівняння і системи цих рівнянь (MathCAD).

**Елементи теорії графів.** Графи як моделі соціально-політичних об'єктів. Способи завдання графу. Орієнтований і неорієнтований граф. Поняття частини графу, суграфу, підграфу, доповнення. Операції з частинами графу. Зв'язок між графами та бінарними відношеннями. Зв'язність в графах. Зважені графи. Дерева. Маршрути, ланцюги та цикли. Суміжні вершини. Відстань між вершинами графу. Найкоротший шлях у графі. Маршрутизація багатополюсного найкоротшого шляху. Приклад відшукування найкоротшого шляху (MathCAD).

**Елементи теорії ймовірностей.** Випробування та події. Відношення між подіями. Ймовірність подій. Умовна ймовірність. Формула повної ймовірності, формула Байєса. Елементи комбінаторики. Повторні випробування. Ймовірність випадкової величини. Біноміальний і нормальний розподіли, основні властивості. Розподіли Стюдента і Фішера (MS Excel).

**Елементи математичної статистики.** Табличний, графічний та аналітичний способи представлення розподілу емпіричних частот. Міри центральної тенденції (МЦТ): мода, медіана, середнє. Міри мінливості (ММ): дисперсія, стандартне відхилення, асиметрія, ексцес. Генеральна сукупність та вибірка. Закон великих чисел і центральна гранична теорема. Моделі точкового та інтервального оцінювання. Довірча ймовірність, довірчий інтервал, рівень значущості. Статистичні гіпотези, статистичні критерії:  $z$ -критерій,  $t$ -критерій,  $F$ -критерій,  $\chi^2$ -критерій та ін. Статистичні висновки щодо середнього  $m$ , різниці ( $m_1 - m_2$ ), дисперсій сукупності  $S_x^2$ . Загальна характеристика завдань і моделей статистичних висновків з використанням непараметричних кри-



теріїв. Непараметричні критерії ( $U$  — Манна-Вітні,  $H$  — Крускала-Волліса,  $T$  — Вілкоксона,  $L$  — Пейджа тощо). Поняття коваріації і кореляції. Моделі зв'язку при порядкових типах вимірювань. Моделі зв'язку у шкалах інтервалів і відносин. Коефіцієнт кореляції Пірсона  $r_{xy}$ . Коефіцієнти асоціації і контингенції, взаємної зв'язаності  $K$  — Чупрова і  $C$  — Пірсона. Регресійний аналіз (MS Excel, Statistica).

**Багатомірні статистичні методи.** Математичні основи і особливості застосування дисперсійного, дискримінантного, кластерного та факторного аналізу (Statistica).

### *Література*

1. Ершов А. П. Компьютеризация школы и математическое образование // Программирование. — М.: АН СССР, 1990. — № 1.
2. Колин К. К. Информатика на пороге XXI века // Системы и средства информатики. — М.: Ин-т проблем информатики РАН, 1999. — Вып. 9.
3. Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов: Уч. пособ. для ВУЗов. — М.: Логос, 2001.
4. Руденко В. М. Математичне моделювання та прогнозування в міжнародних відносинах: Навч. посіб. — Рівне: РІС КСУ, 2007.
5. Стандарт вищої освіти вищого навчального закладу. Варіативна частина освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за спеціальністю 6.030400 “Міжнародна інформація” напряму підготовки 0304 “Міжнародні відносини” кваліфікації 3439 — фахівець із міжнародних відносин: Видання офіційне. — К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2004.

### *Резюме*

Обосновывается содержание математической подготовки аналитиков международной информации.

*Рецензент доктор полит. наук, профессор Е. Б. Тихомирова*

**ПРЕСА РОСІЙСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ ПРО  
НАЦІОНАЛЬНО-ВИЗВОЛЬНИЙ РУХ В УКРАЇНІ (1917 РІК)**

В історії кожного народу є періоди, всебічне вивчення яких залишиться актуальним завданням істориків назавжди. Таким є в історії не лише українців, а народів всього світу 1917 рік. Концепція Української революції та національно-визвольних змагань 1917-1920 років ще далека до повного завершення. Дотримуючись принципів об'єктивності та історизму, використовуючи порівняльний метод аналізу історико-політичних подій, необхідно неухильно розширювати коло джерел досліджуваного періоду.

Особливе значення має вивчення періодичної преси провідних політичних партій цього періоду, а саме: кадетів, есерів, соціал-демократів та більшовиків. Дослідження газет різних політичних сил дозволяє відновити справжню картину політичної боротьби, побачити весь багатомірний політичний процес, дослідити різноманітні засоби формування системи політичних та громадських цінностей. Порівняння різних підходів забезпечує більшу ступінь об'єктивності, дає можливість краще відчувати поліфонічність революційного 1917-го року.

Специфіка партійної періодичної преси як історичного джерела полягає в тому, що в ній знаходяться дві групи матеріалів: офіційні документи (рішення партійних з'їздів, конференцій, резолюції місцевих комітетів партії, звернення до народу і т. п.) і матеріали, які відображають суб'єктивну точку зору політиків, публіцистів, громадських діячів. Для дослідника, який вивчає боротьбу провідних політичних сил в революційну епоху, велике значення мають не лише конкретні факти, а і їх інтерпретація відомими політичними діячами. Це дає можливість історичу глибше пізнати механізм взаємодії об'єктивних і суб'єктивних факторів історичного процесу, висвітити ті аспекти історії, які не знайшли відбитку в інших джерелах. Слід підкреслити, що газети, які функціонують в умовах гострої політичної боротьби і соціального протистояння, характеризує велика сила інтелек-

туальної напруги, рідкісний емоційний заряд, загострений політичний зір.

Оцінюючи пресу 1917 року як вид джерела, необхідно звернути увагу на структуру газети і склад матеріалу. Специфічним показником кожного видання являються постійні відділи, рубрики, “шапки”, навколо яких ґрунтується матеріал. Незалежно від політичного напрямку кожна газета включає в себе різні газетні жанри. Центральне місце займає передова стаття, яка розміщується на першій сторінці номера. Ці статті визначали політичну спрямованість видання, піднімали актуальні проблеми даного періоду. В них виявлялось намагання редакції визначити своє відношення до бурхливо розвиваючих подій, підкреслити громадську значимість якихось конкретних політичних заходів.

На першій і другій сторінці всіх партійних газет розміщувались документальні матеріали. В 1917 році проходили з'їзди і конференції всіх політичних партій, рішення яких в скороченому обсязі друкували центральні періодичні видання партій. До документальних матеріалів слід також віднести резолюції місцевих партійних комітетів, військових зв'язків, колективів робітників, селян, військових.

Велику інформативно-аналітичну цінність мають авторські статті. Вони, як правило, присвячені аналізу конкретної політичної або військової події, осмисленню її в контексті політичної боротьби. Серед газетних матеріалів значне місце займають листи і кореспонденції. По них можна визначити зв'язок друкованого органу з тим чи іншим регіоном країни, політичні симпатії дописувачів, настрої в різних класах суспільства. Певну джерелознавчу цінність можуть мати об'яви в газетах, хроніка тощо. Ці матеріали дозволяють досліднику оволодіти допоміжним матеріалом із внутрішньопартійного життя, визначити пріоритети редакції, прослідкувати шляхи реалізації основних функцій друкованого органу.

Крім загальних рис, газети різних партій мали свої особливості, які роблять характерною їх політичну фізіономію. Після Лютневої демократичної революції основні політичні сили і їх преса, згідно з термінологією даного періоду, мали буржуазно-ліберальне або соціалістичне забарвлення, Флагманом буржуазно-ліберальної преси була газета кадетів “Речь”. Центральними органами всеросійських партій соціал-демократів та есерів були

газети “Єдинство”, “Рабочая газета”, “Дело народа”. Найпоширенішими в Україні більшовицькими газетами були “Правда” і “Солдатская правда”. Саме ця група газет приділяла найбільше уваги українському питанню і виступає цінним джерелом з історії революції в Україні. На сторінках цих газет ми знаходимо авторів з Києва, Одеси, Миколаєва, Херсона, Катеринослава, з Південно-Західного та Румунського фронтів, які були розташовані на території України. Про поширення центральних російських газет в Україні свідчать виявлені нами численні документи Державного архіву Російської федерації, Російського державного військово-історичного архіву, Центрального державного архіву громадських об’єднань України та інші [1].

Конкретизуючи проблему джерелознавчої цінності загально-російської преси з українського питання в 1917 році, розпочнемо з аналізу газети “Речь”. Центральний орган конституційних демократів почав видаватися в 1906 році як “орган партії та її політичних однодумців” [2]. Фактичними редакторами газетами були партії П. М. Мілюкова та член центрального комітету партії І. В. Гессен. В 1917 році обов’язки редактора газети виконував І. І. Іванов, про що офіційно повідомлялося в газеті. Серед активних співробітників і публіцистів “Речи” були М. М. Винавер, Є. Дмитрієв, М. Карєєв, О. Ростиславов та ін. Основними рубриками газети були “Від Тимчасового уряду”, “Відомості за день”, “Війна”, “Преса”, “Армія і новий лад”, “По Росії” та інше.

П. Мілюков, який очолив міністерство іноземних справ, пропагував через газету “Речь” зовнішньополітичний курс Тимчасового уряду, стержем якого було продовження війни до переможного кінця. Враховуючи те, що розвиток національно-політичного руху в Україні може зашкодити реалізації військово-політичної програми, “Речь” наголошувала на необхідності “готувати не атмосферу поразки, а атмосферу перемоги” [3].

Систематично приділяючи увагу українському питанню, кадетська преса тенденційно висвітлювала процес національно-визвольного руху в Україні. В замітці від 8 квітня, яка називалася “Плани українців”, “Речь” з обуренням коментувала факти створення в Україні єдиних військових організацій, що об’єднували солдат і офіцерів українського походження [4]. Нерідко в кадетських газетах позиція українських партій ототожнювалася з позицією більшовицької партії. “Хіба ми можемо чекати, склав-

ши руки, — запитував тижневик кадетів “Русская свобода”, — коли більшовики націоналізму — “самостійники” — ведуть жорстоке переслідування росіян, коли йде руйнівна робота з боку Української Ради” [5].

Значна кількість матеріалів газети “Речь” була присвячена збройним силам, що знаходились в Україні. Однак аналізуючи ці матеріали, слід враховувати той факт, що кадетська преса займала охоронні позиції в цей період і нерідко бажане видавала за дійсне. Так, оцінюючи стан особового складу Чорноморського флоту, “Речь” констатувала піднесення бойового духу на суднах флоту [6]. Подаючи інформацію про черговий захід Союзу георгіївських кавалерів в Одесі, газета з підкресленим задоволенням повідомляла, що воно закінчилось “виразною демонстрацією довіри Тимчасового уряду” [7]. В даному випадку це джерело слід порівняти з телеграмами і донесеннями, які йшли в Петроград з України. Так, головнокомандуючий Південно-Західним фронтом О. Брусілов телеграфував у травні 1917 року Петроград про “шкідливу антимілітаристську агітацію”, яка приносить свої плоди [8]. А в донесенні командуючого Чорноморським флотом О. Колчака від 12 травня йшлося про падіння “дисципліни і порядку на флоті” [9]. Таким чином, дослідник, порівнюючи різні типи джерел, може встановити реальний стан речей і чіткіше визначити політичну функцію друкованого органу.

Газета “Речь” дає можливість вияснити відношення кадетів та їх однодумців щодо політики Центральної Ради. Так, стосовно ухвалення 1 Універсалу кадетська преса зайняла великодержавну, шовіністичну позицію. 14 червня в передовій статті газети “Речь” про I Універсал було сказано, що це “ще одна ланка німецького плану розвалу Росії”. При цьому центральний орган конституційних демократів із прямим залякуванням писав: “Треба визнати, що українці ведуть погані жарти з Росією” [10]. Подібна позиція кадетів стала, як відомо, однією з основних причин розвалу урядової коаліції і виходу кадетів з 31 складу Тимчасового уряду. Особливу увагу газета “Речь” приділяла військовим проблемам, в тому числі українському національно-визвольному руху в армії і на флоті. Керівництво кадетської партії так було стурбоване українським національно-визвольним рухом, що 27 липня прийняло рішення “створити комісію при ЦК в українських справах” [11].

Восени 1917 року газета “Речь” посилює увагу до подій в Україні. Статті під заголовками “Українські справи”, “Українські труднощі”, “Плани українців” отримують постійну прописку на шпальтах газети. Критикуючи військову політику Центральної Ради, флагман кадетської преси зауважував: “Наміри створити українські полки під час війни, не рахуючись ні з чим, вже дає свої сумні наслідки. Криваві сутички між солдатами українського полку і кірасирами є багато значущим симптомом... це зіткнення зв’язане із суперечностями в армії, які створюються виділенням українців з загальнодержавних військових частин” “Речь” опублікувала також матеріали, де стверджувалось, що “Чорноморський флот був і залишиться вірним Тимчасовому уряду — єдиній верховній владі в Росії [13]. Появляються статті і замітки під назвами “Анархія”, “Брат на брата”, “Підбурювання у військах”, в яких приводяться приклади “розкладу” в армії і на флоті, в тому числі створення українізованих військових частин. Аналізуючи події на Південно-Західному фронті, “Речь” публікує наказ головнокомандуючого фронтом зі словами “Єдності” во ім’я “спасіння Батьківщини” [14].

Своєрідну позицію зайняла газета “Речь” перед жовтневим збройним повстанням у Петрограді. Вона посилює критику своїх політичних противників, зокрема провідних лідерів України. Ототожнюючи більшовиків з діями Центральної Ради, “Речь” писала: “Невже уряд не прийме найбільш рішучих заходів (підкреслено мною — Ю. С.) проти українського більшовизму? М. С. Грушевському потрібно було б бути в даний момент не в Росії, а в Австрії” [15]. В кадетських колах враховувалась і та обставина, що керівники Центральної Ради, виходячи з етнічної спорідненості кубанських козаків і українців, будуть шукати шляхи для зміцнення зв’язків з лідерами Кубанської Ради. Тому слід проаналізувати матеріали газети “Речь”, в яких штучно протиставляються інтереси Кубані і України. Прикладом може бути стаття “Діяльність кубанської ради”, в якій, зокрема, говориться: “В той час, як перша (Центральна Рада — Ю. С.), керована Винниченком і Грушевським, робить все, що може, на шкоду Росії, кубанська рада чесно і розумно піклується про інтереси всієї Росії” [16].

Оцінюючи спроби штучного пониження ролі національно-творчого руху, М. Грушевський в цей час писав, що російські газети намагаються “все ще представити український рух не

загальнонародним, а гуртовим, інтелігентським. Засліплені своїм класовим або національним егоїзмом, вони силкуються підтримати зневажливе ставлення до свого руху” [17].

Напередодні жовтневого перевороту кадетська преса до об'єкту своєї критики долучає і Тимчасовий уряд. Але така позиція не врятувала її з приходом більшовиків до влади. Із газет провідних політичних партій була закрита газета “Речь”. Її останній номер вийшов 26 жовтня 1917 року.

Тепер перейдемо до розгляду періодичної преси соціалістів. Преса партій соціалістичної орієнтації: соціал-демократів меншовиків, соціалістів-революціонерів та близьких до них політичних течій — одержала значний розвиток після Лютневої революції. Серед центральних загальноросійських газет, що широко поширювались в Україні, найбільший інтерес викликають: “Дело народа”, “Воля народа”, “Рабочая газета” і “Единство”.

Друкований орган ЦК партії есерів — газета “Дело народа” була найбільш авторитетною соціалістичною газетою. В її редакцію входили відомі есерівські лідери О. Гуковський, П. Сорокін, В. Чернов та ін. “Дело народа” була фактично провідною газетою партії, активно підтримуючи Тимчасовий уряд і займаючи центральну позицію. Основними рубриками газети були: “Із життя партії с.-р.”, “По Росії”, “Війна”, “Армія Республіки”, “Преса і життя” та ін. Редактором — видавцем С. Постніков.

Широко відомою газетою есерів, яка виражала позицію правого крила партії, була газета “Воля народа”, що з'явилась у квітні 1917 року. В її виданні активну участь приймали О. Аргунов, В. Міролюбов, Є. Сталінський та інші. Вона мала не лише подібні до “Дела Народа” рубрики, а часто і спільних публіцистів, таких, як: В. Чернов, П. Сорокін та ін.

Соціал-демократи меншовики видавали з березня 1917 року “Рабочую газету”. Видавцем газети був В. Крохмаль, активними співробітниками — Л. Аксельрод, П. Аксельрод, В. Дан, В. Засулч, Л. Мартов, О. Потресов та ін. Основними рубриками газети були: “Із життя партії”, “Професійний рух”, “Із провінції”, “Листи в редакцію” та ін.

Авторитетним органом соціалістичної преси була газета одного із піонерів соціалістичного руху в Російській імперії Г. Плеханова — “Единство”. В ній активно співробітничали П. Дневницький, Л. Дейч, І. Алексинський, В. Ольчін та ін.

Аналіз соціалістичної преси слід проводити з урахуванням політичної позиції партії, її програмних документів, а також тактичних намірів в той чи інший період розвитку революції.

Через призму основного питання цього періоду соціалістична преса розглядала і суспільно-політичну ситуацію в Україні. Але досліднику, який вивчає це джерело, потрібно постійно враховувати генезу політичної позиції цих друківаних органів. Газета “Дело Народа” вже з перших номерів приділяла увагу українському питанню. Але з огляду на час в номерах переважають матеріали з військово-політичної ситуації в Україні. Аналізуючи ситуацію на Чорноморському флоті, “Дело Народа” констатувало, що “Чорноморський флот знаходиться в новій бойовій готовності і пильно слідкує за ворогом” [18]. Слід враховувати, що на відміну від соціал-демократичної преси, есерівська — значну увагу приділяла українському селянству [19]. Цікавими для дослідника можуть виявитися і матеріали “Дело Народа”, де дається критика кадетських та прокадетських газет в Україні [20].

Аналіз публікацій газети “Воля Народа” та їх порівняння з матеріалами “Дело Народа” показує, що перша газета притримувалась дещо іншої лінії при оцінці ситуації в Україні. Стосовно Чорноморського флоту правоесерівська газета не обмежувалась констатацією його бойової готовності, а відкрито закликала до бойових дій. Так, в опублікованому “Вітанні делегатам Чорноморського флоту і сухопутних військ” говорилось: “Товариші чорноморці! Ви сміливо і відкрито сказали правду..., що сидіти в окопах не можна, що треба йти вперед... тільки війною можна припинити війну [21].

Серед матеріалів газети “Єдинство” особливий інтерес мають статті Г. Плеханова “Війна і мир”, “Хай живе автономна Україна”, “Тимчасовий уряд і український рух” [22]. Лідер російського соціал-демократизму захищав право українського народу на право захисту. Але разом з тим підкреслював: “Ми, соціал-демократи, в переважній більшості своїй, далеко не прибічники федералізму. Ми добре знаємо його недоліки [23]. Великий інтерес викликають такі документи, опубліковані на сторінках газети, як листи і кореспонденції з України. Ми знаходимо авторів з Києва, Одеси, Миколаєва, Херсона, Катеринослава, з Південно-Західного та Румунського фронтів, Чорноморського флоту. Ці документи дозволяють досліднику визначити питому вагу актив-



ного прошарку населення України, який розділяв погляди правої соціал-демократії, підтримував лозунг “війна до переможного кінця [24].

“Рабочая газета” на відміну від інших соціалістичних газет вміщує багато матеріалів не лише про політичні та військові події в Україні, а і про настрої робітничого класу, професійний рух, контакти робітників і студентства Києва тощо [25]. На її шпальтах дослідник знайде інформацію про українську соціал-демократичну пресу, в тому числі в Петрограді, про мітинги робітників в Харкові, ліквідацію старої поліції в Одесі та ін. [26].

З літа 1917 року загальноросійська есерівська і більшовицька преса посилює увагу визвольному рухові в Україні. Звернення соціалістичної преси до українського питання стимулювалося безперервним ростом національно-творчого руху в Україні. Слід відзначити, що на відміну від кадетської преси есерівські газети починають публікувати позитивні матеріали про українізацію військових формувань. Типовою являється замітка, в якій говорилось, що “формування військових частин з українців, по суті, не вносить ніяких нововведень в той порядок, який фактично вже діє і нічим шкідливим для оперативних дій армії при наступі себе не проявило” [27]. Однак публікації подібного роду продовжувались недовго. Після того, коли Генеральний секретаріат України заявив 24 вересня про взяття на себе обов’язків управління краєм [28], інтонації петроградської соціалістичної преси на адресу українських політиків стають більш суворими. Все частіше появляються статті, спрямовані проти створення українських військових формувань. “Дело Народа”, наприклад, опублікувало матеріал під назвою “Націоналізація багнета”, в якому робився висновок про те, що “формування національних частин... шкідливі для справи піднесення боєздатності армії [29]. Газета “Єдинство” теж стала публікувати статті, в яких говорилося про “жахливе ослаблення боєздатності армії” [30].

На початку жовтня Тимчасовий уряд все частіше став проявляти роздратування діями Центральної Ради. Врешті-решт в Петроград був запрошений основний склад українського уряду “нібито для участі в конференції”. В дійсності, на думку В. Винниченка, ставилася ціль “арештувати Генеральних Секретарів у Петрограді, а в Києві розігнати Центральну Раду” [31]. Все частіше на сторінках проурядової соціалістичної преси стали лунає голоси про

збереження єдиної державності [32]. Така позиція цього загону преси не мінялася до збройного повстання в Петрограді.

Встановлення більшовицької влади отримало однозначно негативну оцінку на сторінках загальноросійської соціалістичної преси. Прийнятий Рад наркомом Росії декрет про пресу, згідно з яким стали закриватися ворожі новій владі газети [33], викликав велике занепокоєння у есерів і меншовиків. На протязі ряду номерів більшовицький декрет піддавався різкій критиці газетами “Дело Народа”, “Новая жизнь” та ін. Статті “Геть кадетів вільного слова”, “Нові жандарми” та інші красномовно свідчили про відношення до декрету про пресу [34].

Окремо слід зупинитися на висвітленні війни між Рад наркомом і Центральною Радою. Статті під назвами “Міжособна війна”, “Війна з Україною”, “Рада і більшовики” стали постійно з’являтися на сторінках демократичної преси. “Дело Народа” різко засудило відомий “Маніфест до українського народу з ультимативними вимогами до Центральної Ради”, назвавши його ультиматумом. “На думку більшовицьких дикторів, — писала газета, — вони мають право тримати свої війська і свою червону гвардію на Україні і в кожний момент проводити через територію республіки свої армії, які посилаються проти тих, кого вони вважають ворогами” [35]. А меншовицький “Новий Луг”, даючи політичну оцінку подіям, писав: “Війна з Радою означала б знову громадянську війну проти українського селянства та українських солдат” [36].

Центральний друкований орган есерів ввів спеціальну рубрику “Смольний і Рада”, в якій з хронікальною послідовністю висвітлював розвиток взаємовідносин між Раднаркомом і Центральною Радою, антиукраїнські дії більшовицької влади. Матеріали цієї рубрики мають значну джерелознавчу цінність. Вони вміщують дані про арешт штабу української крайової Ради в Петрограді, про погром в петроградському комітеті українських соціалістів-революціонерів, про відмову Раднаркомом українській фракції Центрального Виконавчого Комітету в запропонованому посередництві при переговорах РНК і Центральної Ради [37]. Велика увага приділялась критиці дій більшовиків по відношенню до українських солдат Західного і Північного фронтів. 16 грудня газета опублікувала інформацію про арешт Української ради Західного фронту, а через день писала про пересліду-

вання українців в XII армії Північного фронту [38]. Ця унікальна інформація відсутня в інших джерелах цього періоду.

Значне місце на сторінках есерівської та меншовицької преси відводилось матеріалам про становище на Чорноморському флоті. 21 грудня “Дело Народа” виступало з повідомленням, в якому говорилося: “Командующий Чорноморським флотом адмірал Немитц надіслав офіційну “заяву генеральному секретарю про визнання ним Української республіки” [39]. Однак подібну інформацію потрібно зіставляти з іншими документами і дослідженнями. Насправді адмірал Немитц О. В. командував Чорноморським флотом з серпня до грудня 1917 року, після чого був відкликаний в Москву. А з 12 грудня на чолі флоту став адмірал Саблін М. П., з іменем якого зв’язана українізація флоту [40].

А коли більшовицький Раднарком Росії перейшов до агресивних військових дій проти Центральної Ради, російська соціалістична преса засудила “класове прикриття” цієї агресії. “Дело Народа” в статті “Політика Смольного” з іронією писала як Петроград організовує на Україні “священні дружини для боротьби з буржуазією, до якої він, звичайно, зачисляє і Центральну Раду” [41].

Порівняльний аналіз загальноросійських соціалістичних газет і української преси, зокрема газети “Нова рада”, що фактично була органом Центральної Ради, свідчить, що в листопаді-грудні вони мали спільну ідейно-політичну платформу стосовно оцінки політики Рад наркому Росії.

На завершення необхідно проаналізувати матеріали загальноросійської більшовицької преси. Вона викликає особливий інтерес у дослідника, оскільки більшовики вийшли переможцями в політичній боротьбі 1917 — початку 1918 років, а матеріали їх періодики розкривають форми і методи їх агітаційно-пропагандистської роботи.

Вже в перші дні після Лютневої революції було налагоджене видання центральних більшовицьких газет. 5 березня вийшов перший номер “Правди”, в редакцію якої входили К. Єремєєв, Л. Каменєв, В. Ленін. Останній фактично очолив редакцію газети. Найхарактернішими рубриками газети були: “Революційна армія”, “Єднання солдат і робітників”, “Серед солдат”. 15 квітня почала видаватися газета “Солдатская правда”, її редактором був М. Подвойський, співробітниками — В. Невський, О. Гльїн-Женевський, М. Кадров та інші. Ці газети більшовиків

мали найбільше розповсюдження в Україні, про що свідчать архівні документи [42].

З перших днів революції більшовицькі газети зайняли лівий фланг багато чисельного загону періодичної преси і стали закликати до поглиблення революції, демократизації армії і флоту, активізації дій робітничого класу і спролетаризованого селянства. Вже 7 березня “Правда” опублікувала відомий наказ № 1, який став фактором прискорення революціонізації мас, в першу чергу солдат і матросів [43]. Слід враховувати, що більшовицькі газети в Україні постійно передруковували матеріали з провідної більшовицької газети “Правда”.

Аналіз більшовицької періодики показує, що до жовтневого перевороту вона займала найбільш радикальну позицію і з національного питання. Слід позитивно оцінити в цей період ряд публіцистичних виступів В. Леніна, який зі сторінок газети “Правда” осудив антидемократичну позицію Тимчасового уряду щодо заборони II українського військового з’їзду [44]. Статті В. Леніна “Україна”, “Україна і поразка правлячих партій в Росії”, опубліковані на сторінках “Правди”, були присвячені критиці російських партій за їх недемократичне ставлення до вимог Центральної Ради [45]. Однак, підтримуючи прагнення українського народу до самовизначення, більшовики не підтримували процес створення українізованих військових частин, про що свідчать інші джерела [46].

Після організації більшовиками липневого антиурядового виступу Тимчасовий уряд заборонив більшовицьку пресу. Однак в липні-серпні ЦК більшовиків швидко відновлює мережу своїх газет. Центральним партійним органом стає газета “Рабочий и солдат”, а з 13 серпня — “Солдат”; пізніше під назвою “Рабочий путь” продовжується вихід газети “Правда”.

Взявши курс на підготовку збройного повстання, центральна більшовицька преса посилює особливо увагу процесу революціонізації солдат і матросів, в тому числі на фронтах, розташованих в Україні. Матеріали газет “Рабочий и солдат” (“Солдат”), “Рабочий путь” цього періоду наповнені листами і кореспонденціями солдат і матросів з України, що симпатизують більшовицькій партії [47]. Центральний орган більшовиків публікує резолюцію делегатських зборів військових моряків транспортної флотилії Чорноморського флоту з вимогою ліквідувати Союз георгіївських кавалерів, який був проти поглиблення революції [48].

Більшовицька преса брала активну участь у викритті закону генерала Корнілова. Газети наповнені різного роду публікаціями з вимогами “арештувати весь контрреволюційний склад в військових частинах” [49]. При цьому велика увага приділялась вимогам відсторонити реакційних генералів від проведення слідства в справі корніловців на Південно-Західному фронті [50].

В цей період центральні більшовицькі газети посилили роботу по інтернаціональному вихованню солдат і матросів в Україні. Газета “Солдат” друкує матеріали, які розкривають методи друкованої пропаганди більшовиків по “інтернаціоналізації багнета”, “класової єдності пригноблених мас” [51].

Намагаючись забезпечити більший вплив на українських солдат, більшовицькі газети друкують спеціальні звернення до них українською мовою. Так, в номері від 10 вересня було опубліковано звернення “Солдати — українці”, в якому говорилося про тяжке становище народних мас в Україні. Після співчуття йшов заклик до кожного солдата-українця підписатися на газету “Солдат” [52]. Газета “Рабочий путь” (“Правда”) теж публікувала матеріали зі співчуттям до національних прав українців [53].

Після перемоги збройного повстання тональність більшовицької преси щодо українських проблем міняється, а із створенням більшовицького уряду в Україні починається кампанія по дискредитації діяльності Центральної Ради. 7 грудня верховний головнокомандуючий військами Росії М. Криленко видав наказ по арміям про припинення українізації військових частин [54]. В газетах “Правда” і “Солдатская правда” була введена постійна рубрика “Українська Рада і контрреволюція”, в якій систематично публікувались матеріали, направлені проти політики українського уряду. Центральна Рада і її Генеральний Секретаріат звинувачувались в дезорганізації армії, зв'язках з міжнародним імперіалізмом, звірствах по відношенню до власного народу. Про основні напрямки критики говорять самі назви статей і заміток: “Рада і фронт”, “Рада і земля”, “Ростов і Київ”, “Центральна рада веде переговори за спиною народу”, “Звірства буржуазної Ради” та ін. Ці матеріали внесли значну лепту в підрив авторитету Центральної Ради серед власного народу, в переході значної частини населення під прапори більшовицької партії. Порівняльний аналіз цих матеріалів з документами Центральної Ради та працями її лідерів дасть можливість досліднику об'єктивно відтво-

рити картину політичної боротьби, уявити причини падіння Центральної Ради.

Лише комплексне вивчення провідних політичних газет цього періоду, що відбивають весь спектр політичних сил дозволить значною мірою поповнити джерелознавчу базу історії України В 1917 році.

### *Література*

1. Державний архів Російської федерації. — Ф. 523. — Оп. 3, спр. 20. — Л. 5-6; Російський державний військово-історичний архів. — Ф. 2015. — Оп. 1, спр. 39. — Л. 23-24; Центральний державний архів громадських об'єднань України. — Ф. 57. — Оп. 2, спр. 11. — Арк. 30, 34 та інші.
2. Мілюков П. Н. Воспоминания. — М., 1991. — С. 238.
3. Речь. — 1917, 9 березня (Датується за старим стилем).
4. Речь. — 1917, 8 квітня
5. Русская свобода. — 1917, № 10-11, 19-20.
6. Речь. — 1917, 2 травня.
7. Речь. — 1917, 28 квітня.
8. Революционное движение в России в мае-июне 1917 г., Июньская демонстрация. — М., 1959. — С. 333.
9. Там само. — С. 334.
10. Речь. — 1917, 14 червня.
11. Державний архів російської федерації. — Ф. 523. — Оп. 2, спр. 22. — Арк. 11.
12. Речь. — 1917, 8 серпня.
13. Речь. — 1917, 3 вересня.
14. Речь. — 1917, 10 жовтня.
15. Речь. — 1917, 18 жовтня.
16. Речь. — 1917, 19 жовтня.
17. Грушевський М. Хто такі українці і чого вони хочуть. — К., 1991. — С. 15.
18. Дело Народа. — 1917, 18 березня.
19. Дело Народа. — 1917, 22 березня.
20. Дело Народа. — 1917, 14 квітня.
21. Воля Народа. — 1917, 10 травня.
22. Единство. — 1917, 26 квітня.
23. Единство. — 1917, 2 червня.
24. Единство. — 1917, 16 червня та ін.
25. Рабочая газета. — 1917, 18 березня; 19 березня, 26 квітня та ін.

26. Рабочая газета. — 19 березня; 11 квітня та ін.
27. Дело Народа. — 1917, 4 липня.
28. Революционное движение в России в сентябре 1917 г. Общациональный кризис. — М., 1961. — С. 534-535.
29. Дело Народа. — 1917, 3 жовтня.
30. Единство. — 1917, 21 жовтня.
31. Винниченко В. Відродження нації. — Ч. II. — С. 59.
32. Дело Народа. — 1917, 15 жовтня.
33. Декрети Советской власти. — Москва, 1957. — Т. 1. — С. 24-25.
34. Дело Народа. — 1917, 28 жовтня, 30 жовтня та ін.
35. Дело Народа. — 1917, 7 грудня.
36. Новый Луг. — 1917, 13 грудня.
37. Дело Народа. — 1917, 9 грудня, 13 грудня, 15 грудня.
38. Дело Народа. — 1917, 16 грудня, 17 грудня.
39. Дело Народа. — 1917, 21 грудня.
40. Кравцевич В. Український державний флот. — К., 1992. — С. 119.
41. Дело Народа. — 1917, 29 грудня.
42. Російський центр зберігання і вивчення документів новітньої історії. — Ф. 464. — Лп. 1, спр. 18. — Л. 34-45; Там же. — Спр. 19. — Л. 1-3, 53 та ін.
43. Правда. — 1917, 7 березня.
44. Правда. — 1917, 2 червня.
45. Правда. — 1917, 15 червня; 17 червня.
46. КПРС в резолюціях та рішеннях з'їздів, конференцій та пленумів ЦК
47. Рабочий и солдат. — 1917, 30 липня та ін.
48. Солдат. — 1917, 23 вересня.
49. Солдат. — 1917, 29 вересня.
50. Солдат. — 1917, 6 вересня, 14 вересня.
51. Солдат. — 1917, 17, 20 серпня.
52. Солдат. — 1917, 10 вересня.
53. Рабочий путь. — 1917, 6 вересня.
54. Октябрьская революция: Сб. док. — М., 1973. — С. 261.

### *Резюме*

Автор изучает публикации прессы российских политических партий о национально-освободительном движении в Украине в 1917 году.

*Рецензент доктор истор. наук, профессор А. А. Степин*

## УКРАЇНЬСЬКА ІНТЕЛІГЕНЦІЯ Й СТАЛІНІЗМ У ПОВОЄННІ РОКИ

Тема масових репресій в часи СРСР фактично не досліджувалась, за незначним винятком зарубіжної політичної науки, і тільки починаючи з кінця 1980-х, в період розпаду СРСР та Горбачовської “перебудови”, по теперішній час накопичено значний обсяг науково-історичної, документально-археографічної та мемуарної літератури з питань масових політичних репресій в Україні в повоєнний період. Активному вивченню проблеми сприяв закон Верховної Ради України “Про реабілітацію жертв політичних репресій на Україні” від 17 квітня 1991 року. Завдяки йому відкрито багато справ, що мали гриф “таємно”, дослідники здобули можливість ознайомлення з матеріалами архівно-кримінальних справ реабілітованих жертв сталінських репресій. На даний час особливий інтерес визивають сучасні дослідження репресій проти конкретної соціально-професійної групи українського суспільства — української інтелігенції.

Переможне завершення війни з Німеччиною знаменувало собою зміну атмосфери суспільно-культурного життя в СРСР, ставлення до національно-культурних потреб народів. Незважаючи на це, після війни, під впливом культу І. Сталіна, всі громадські прояви життя кожної людини знаходились під державним контролем, кожен дійсний чи уявний відступ нещадно карався. Як зазначав Д. О. Волкогонов, “Сталін відчув, що після закінчення війни в народі, і особливо серед інтелігенції, з’явилося ледве вловиме, але реальне чекання змін... Війна якось розкріпостила людей” [2, с. 409]. Такий стан суспільства ніс загрозу тоталітаризму. Безпідставні арешти, катування, розстріли, духовні тортури були знаряддям підтримування атмосфери жаху і невпевненості.

Згідно таблиці 1 загальна кількість арештованих представників інтелігенції усіх категорій з роками зменшувалась, крім вчителів сільської місцевості та учнів вищої та середньої школи. У процентному відношенні від загальної кількості арештованих більш всього постраждали службовці районних, сільських установ та підприємств, вчителі сільської місцевості, інженерно-технічний склад підприємств, агрономи, зоотехніки, ветеринари та інші спеціалісти сільського господарства.



Таблиця 1

Динаміка арештів представників інтелігенції в повоєнний період прослідковується у щорічних статистичних оглядах оперативно-слідчої роботи органів МДБ УРСР [19, арк. 8; 20, арк. 7; 21, арк. 5]

	1945		1946		1947		1950		1951	
	всього	% від загальної к-ті арештованих	всього	%	всього	%	всього	%	всього	%
<b>1. Миська інтелігенція:</b>										
- інженерно-технічний склад	259	0,9	132	0,6	97	0,4	99	0,6	71	0,8
- професорсько-викладацький склад ВУЗів і шкіл, наукові робітники	197	0,6	91	0,5	61	0,3	59	0,4	34	0,4
- робітники мистецтва	120	0,4	91	0,5	41	0,2	36	0,2	20	0,2
- лікарі і середній мед. персонал	101	0,3	37	0,2	42	0,2	34	0,2	18	0,2
- керівний склад установ і підприємств	228	0,8	37	0,2	37	0,2	34	0,2	22	0,2
- інші службовці	1808	6,0	903	4,1	658	3,0	454	2,7	350	4,0
<b>2. Сільська інтелігенція:</b>										
- агрономи, зоотехніки, ветеринари та інші спеціалісти с/г	337	1,1	145	0,6	96	0,4	95	0,5	70	0,8
- вчителі	38	0,1	267	1,2	232	1,0	230	1,4	103	1,2
- лікарі	-	-	19	0,1	10	0,06	30	0,2	6	-
- службовці районних, сільських установ та підприємств	2215	7,3	1141	5,2	1261	5,8	1302	7,0	481	5,5
<b>3. Учні вищої та середньої школи</b>	446	1,5	416	1,8	446	2,0	503	2,9	201	2,4

В перші повоєнні роки активно проводяться репресивні заходи проти інтелігенції, представники якої підозрювались у співро-

бітництві з німецькими окупантами. Прикладом є доля працівника Інституту історії України НАН України П. А. Білика. За ним “прийшли” практично через рік після повернення радянської адміністрації до міста Києва 3 листопада 1944 р. Йому інкримінувалося “зумисне залишення на проживання на окупованій території”, праця “ в органі німецької окупаційної влади — міській управі”, друкування статей у “фашистському” “Новому українському слові”, “антирадянські висловлювання” вже після здобуття Києва Червоною армією, незаконне зберігання у власному помешканні значної кількості “фашистських газет й антирадянської літератури”. Особлива нарада при Наркомі внутрішніх справ СРСР 18 серпня 1945 р. засудила П. А. Білика до десяти років виправно-трудових таборів. 22 лютого 1951 р. він помер у Карагандинському таборі [9, с. 13].

Переслідування тих, хто працював у німців під час окупації, продовжувались ще довгий час. 7 січня 1946 року заарештований Смалья І. П., якого незабаром військовий трибунал НКВС Херсонської області засуджує на 10 років позбавлення волі з відбуттям у виправних таборах з поразкою в правах по пунктах “а, б, в” ст. 29 Кримінального кодексу строком на п’ять років. Під час окупації він працював директором школи, тому що німці всіх спеціалістів залучали до робіт, які ті виконували за радянських часів. Тільки через дев’ять років таборів І. Смалья попадає під амністію. У 1971 році пише велику заяву на ім’я Голови Верховної Ради СРСР з проханням переглянути справу. Коли матеріали повторного розслідування потрапили до прокурора Херсонської області В. Шутурмінського, він зазначає, що вказаний вирок належить відмінити, а справа повинна бути припинена на тій підставі, що: “У постанові Пленуму Верховного суду СРСР № 22(М) 16(У)СС від 25.09.1943 року вказано, що не підлягають до кримінальної відповідальності спеціалісти, які займалися своєю професією в року окупації, якщо їх дії не були направлені на допомогу німецьким окупантам у війні з Радянським Союзом.” Збір доказів свідчить про те, що Смалья І. П. притягнутий до кримінальної відповідальності необґрунтовано [10, с. 166-168].

06.03.1946 заарештований художник-архітектор Носко П. В., 1885 року народження. Згідно звинувачень, під час окупації м. Києва писав картини антирадянського характеру. Так, намалював допит арештованого перед відправкою до Сибіру над яким

знущається слідчий. На іншій картині — вулиці міста Києва у 1933 році, на яких лежали вмерлі від голоду люди. Незважаючи на те, що Носко П. В. звинувачень не визнав, він був засуджений до трьох років позбавлення волі з конфіскацією майна. Звільнений за рішенням Верховного Суду УРСР за касаційною скаргою 18.11.1946 р. [18, арк. 106].

Репресіям підлягали не тільки люди, що працювали на воєногра під час окупації, але й ті, хто просто залишався на окупованій ворогом території. Яскравим прикладом дискримінації людей, є доповідна записка ректора Дніпропетровського державного університету від 10 січня 1948 року, в якій повідомляється про велику “засміченість” професорсько-викладацького складу та заходи щодо виправлення існуючого становища. За даними ректора у 1944-1945 навчальному році з усього викладацького складу університету 42 відсотки в силу різних причин пережили нацистський режим у місці. До 1948 році їх кількість скоротилась майже вчетверо. Тільки за 1946-1947 навчальний рік звільнені завідувачі кафедр Спринчак, Цибакин, Красовський, викладачі Поляков, Фесенко, Лозенко, Чубенко та інші. Передбачалось зняти з роботи ще 8 осіб. До уваги не брались ні професіоналізм, ні кваліфікація, ні вклад у науку [22, арк. 164-165].

Перший повоєнний рік характеризувався новим розмахом культурного, наукового й громадсько-політичного життя України, але починаючи з другої половини 1946 р. почався новий систематичний й плановий розгром в середовищі українських вчених, письменників, діячів пера, кіно й мистецтва. Радянська влада розуміла, що поштовх критичній думці найбільшою мірою давала інтелігенція, яка у своїх творах розкривала патріотизм людей, їх право на краще життя. Дуже швидко зникли такі вимушено дозволені владою в період війни “вольності”, як заохочення не лише російського, а й неросійського патріотизму, послаблення обмежень релігійної діяльності, більш-менш вільний розвиток національної культури. Придушувалося все. Що виходило за рамки сталінської ідеологічної доктрини. Але найбільш сильно каральний наступ проявився в літературі і мистецтві. З 1946 по 1951 рр. в Україні прийнято 12 постанов партії з ідеологічних питань. Правда наслідки їх не такі трагічні, як у передвоєнні роки [12, с. 482].

Перший удар був спрямований проти Олександра Довженко, Максима Рильського та інших відомих діячів. Восени 1943 р. О. Довженко завершує сценарій кіноповісті “Україна в огні”, яку Сталін охарактеризував, як “відвертий виступ проти політики партії”. На засіданні Політбюро, де обговорювалось питання про “помилки” Олександра Довженка, з різким звинуваченням виступив і Сталін. Для науки були запрошені П. Тичина, М. Рильський, М. Бажан та О. Корнійчук [8, с. 639].

Довженка звинувачено в тому, що він відкидає колгоспний лад, “не зупиняється перед спотворенням історії України з метою спалювати національну політику радянської влади”, “критикує основні положення ленінської теорії”. Довженко звинувачується і в тому, що він не показав у війні участь усіх народів, і насамперед — провідну роль не російського, а лише українського, тому його кіноповість “Україна в огні” є яскравим проявом націоналізму, вузької національної обмеженості [4, с. 74].

Сам Довженко в своєму “Щоденнику” так дає оцінку тих подій: “Тридцять першого січня 1944 року мене привезли в Кремль. Там мене порубано на шмаття і окривавлені частини моєї душі розкидано на ганьбу й поталу на всіх зборищах. Все, що було злого, недоброго й мстивого, — все топтало й поганило мене” [3, с. 266].

Після виступу Сталіна починаються справжні гоніння художника, його звинувачують в українському буржуазному націоналізмі, підриві устоїв партії та держави. На різноманітних зборах та нарадах його прирівнюють майже до зрадника українського народу. 12 червня 1944 політбюро ЦК КП(б) У приймає постанову: “Про Довженка О. П.”, в якій визначається у відношенні до нього ряд репресивних заходів. Його виводять із складу всіх комісій та комітетів, з складу журналу “Україна”, звільняють від обов’язків художнього керівника Київської кіностудії [4, с. 75].

Факти відходу української творчої інтелігенції від класових позицій партійні структури намагалися віднайти не лише серед літераторів, а й серед істориків.

17 травня 1944 р. датований меморандум директора Інституту історії партії при ЦК КПУ Ф. Ф. Єневича “Про недоліки в роботі Інституту історії України Академії наук УРСР.” Цей документ давав ЦК КП(б) У всі підстави для “наведення порядку” в інституті, постійного ідеологічного тиску, часто — густо

дріб'язкового, малокомпетентного втручання. Формою виховання істориків стали “наради” з питань історії України у ЦК КП(б)У, що проходили у душі “безкомпромісної й необмеженої критики та самокритики” (у 1945-1947 році відбулося 5 таких ідеологічних “активів”) [9, с. 14].

Влітку 1946 р. відбувся перший після війни пленум ЦК ВКП(б), на якому визнано генеральну лінію партії на післявоєнний період і ухвалено низку постанов, в яких визнано курс на ідеологічну чистку. Комісія ЦК ВКП(б), яка перевіряла стан справ в Україні в червні 1946 року як недоліки вказувала на дотримання деякими українськими вченими історичної концепції М. Грушевського, зростаюче примирення до націоналістичних настроїв та велику частку українців серед секретарів міськкомів і райкомів КП(б)У.

26 липня 1946 р. ЦК ВКП(б), розглядаючи діяльність партійних організацій по роботі з кадрами, відзначає недостатню увагу до цих питань української партійної організації. У постанові пленуму ЦК КП(б)У, який проходив у Києві 15-17 серпня 1946 р., наголошується на необхідність “посилити боротьбу на ідеологічному фронті за чистоту марксистсько-ленінської теорії, проти всіляких проявів ворожої нам ідеології”, вказується на необхідність “викривати у пресі і усних виступах прояви буржуазного націоналізму, піддати критиці буржуазно-націоналістичні перекручення історії України” У цьому руслі і здійснювалась вся подальша робота партії в галузі культури в Україні [4, с. 78].

24 серпня 1946 року виходить постановова ЦК КП(б)У “Про перекручення і помилки у висвітленні історії української літератури в “Нарисі історії української літератури”, який виданий групою наукових працівників інституту мови і літератури Академії наук УРСР, а саме М. Н. Плісецьким, М. М. Ткаченко, С. М. Масловим, Є. П. Кирилюком, І. І. Пільгуком і С. М. Шаховським. Їх звинувачували, що “всупереч марксистсько-ленінській методології автори “Нарису” висвітлили історію української літератури поза зв'язком з боротьбою класів, в ньому мало говорилось про великий і благодотворний вплив російської літератури і перебільшувався вплив західноєвропейських літератур на літературу українського народу” [13, с. 166].

Після доповіді у вересні 1946 року секретаря ЦК ВКП(б) Андрія Жданова про журнали “Звезда” і “Ленінград” започатко-

вано наступ на космополітів. “Чи лічить нам, — підкреслював в своїй доповіді А. Жданов, — представникам передової радянської культури, радянським патріотам, роль схиляння перед буржуазною культурою або роль учнів?! Звичайно, наша література, яка відображає лад вищий за будь-який буржуазно-демократичний, культуру в багато разів вищу за буржуазну, має право на те, щоб навчати інших нової загальнолюдської моралі” [1, с. 62].

Про “зниження ідейного й художнього рівня деяких літературних творів, театральних постанов, кінокартин” говорилось і в постановках ЦК КП(б)У про журнали “Перець” і “Вітчизна”, “Про репертуар драматичних театрів УРСР і заходи до його поліпшення” та ін. Редактора журналу “Вітчизна” Ю. Яновського звільнено з роботи, редакцію розігнано.

У цей період в пресі, на зборах творчої інтелігенції з ініціативи партійних органів грубій критиці піддається творчість письменників Л. Смілянського, О. Кундзіча, Т. Масенко, композиторів Б. Лятошинського, М. Колеси, ряду художників за їх відхід від радянської дійсності, замилювання минулим, що характеризувався як український буржуазний націоналізм [4, с. 79].

Особливо активно пошуки “націоналізму” стимулював Лазар Каганович, який з березня по грудень 1947 року очолював ЦК КП(б)У.

Риску під кількарічними намаганнями “виховувати” істориків підведено 29 серпня 1947 р. постановою ЦК КП(б)У “Про політичні помилки і незадовільну роботу Інституту історії України Академії наук УРСР”, яка кваліфікувала праці, що підготовлені дослідниками упродовж 13 років існування інституту, як “антимарксистські” чи такі, що мали “грубі політичні помилки та спотворення буржуазно-націоналістичного характеру”. Зважаючи на розгромну постанову, з посади директора інституту звільнено обраного на початку 1945 р. членом — кореспондентом АН УРСР М. Н. Петровського [9, с. 15].

Згодом у вищих навчальних закладах прокотилась хвиля нарад та закритих партійних зборів по обговоренню постанови. Тільки з 22 по 27 вересня 1947 р. в парторганізаціях інститутів та установ Академії наук УРСР відбулися закриті партійні збори на яких присутні 165 чоловік, 96 з них прийняли участь в обговоренні питання та нищівній критиці своїх співробітників.

На одній з нарад істориків-працівників наукових установ та вузів м. Києва, що відбулась 19 вересня 1947 р., пропонувалось

“встановити повсякденний контроль над викладанням історії у ВНЗ та середніх школах”, “покінчити з групівщиною, що має місце в інституті” [7, с. 102].

Згодом звинувачення в українському націоналізмі та антисемітизмі пред’явлені письменникам А. Малишку, В. Бичку, С. Крижанівському, Д. Косарику, І. Неході.

До “космополізму” відносили все, що завгодно. У доповідній записці на ім’я секретаря ЦК ВКП(б) А. Жданова Дніпропетровський обком сповіщав, що ряд професорів і викладачів державного університету, гірничого і фармацевтичного інститутів у навчальному процесі широко користуються закордонними джерелами, а значить, популяризують праці буржуазних вчених й зовсім недостатньо висвітлюють роль та місце вітчизняних наукових шкіл. На підтвердження наводились приклади, коли професор Батрак, ще будучи доцентом, намагався надрукувати свої праці за кордоном, а асистент Востріков під час читання лекцій часто наводить цитати іноземними мовами [11, с. 186].

У післявоєнний період органами НКВС заарештовані одеські письменники і поети Орест Комикос (псевдоним Зерновий), Борис Лук’янов, Олесь Жданович, Михайло Компаньов. У березні-травні 1950 року заарештована в Одесі група письменників, які займалися “активною націоналістичною і шпигунською діяльністю на користь США”. Серед них Х. М. Вайдерман, І. Х. Друкер, Н. М. Лур’є. Їх звинуватили в тому, що знаходячись в середовищі буржуазних націоналістів Абрама, Меламеда, Белова, Шнедера і повністю розділяючи їх погляди, вони брали активну участь “в організації націоналістичних зборищ, під виглядом літературних вечорів і зборів у Херсоні, Одесі, на яких виступали зі своїми творами і промовама в націоналістичному дусі, а в подальшому, будучи письменниками, почали орієнтуватись на західноєвропейську і американську “культуру”, намагаючись популяризувати американську буржуазну літературу і пресу”. Пізніше членами організації стали Х. Г. Хейфец, І. І. Мендель, Х. Л. Таминцький, З. А. Мерхер, С. Б. Ален, І. М. Пясецький, А. Ш. Губерман — голова Одеського відділення союзу радянських письменників. Всіх їх тогочасний режим засудив на тривалі строки виправно-трудова таборів [12, с. 483].

Практично не було такої установи або вищого навчального закладу, де б не влаштовувались показові викриття.

Боротьба з тим, що називали “безрідним космополітизмом”, відповідала природі комуністичного режиму, його прагненням довести винятково передову і прогресивну власну роль, та слугувала засобом ізоляції народу від зовнішнього світу. Крім того, це видавалось потрібним для упокорення інтелігенції та мобілізації людей на подолання труднощів.

Продовжувались переслідування представників інтелігенції, які підпадали під виконання Указу Президії Верховної Ради СРСР від 21 лютого 1948 року “Про направлення особливо небезпечних державних злочинців по відбутті покарання на поселення у віддалені місцевості СРСР”. 9 липня 1950 року вдруге заарештували колишнього в’язня Усольського табору, в минулому викладача Дніпропетровського державного університету, С. Й. Ринського. Обвинувачувався він у “прослуховуванні ворожих радіостанцій”, “вихвалянні режиму фашиста Тіто”, “критиці державного ладу в СРСР”. Як і в попередні рази, все будувалося на голому місці. Рішенням Особливої наради С. Ринського направляють на заслання до Красноярського краю, де він пробув до вересня 1954 року [11, с. 184].

У Західних областях України сталінські репресії відзначались особливою жорстокістю й мали певні особливості. В місцевій інтелігенції Сталін намагався вирвати з корінням саму можливість національно — визвольного руху в регіоні, вбачаючи в ній носіїв національної свідомості. Приклад безпідставного арешту наведений в довідці для ЦК КП(б)У від 19.07.1946 року “Про окремі факти безпідставних арештів в Західних областях” [13, с. 20-21]. 4.09.1945 року за санкцією заступника прокурора Волинської області Т. Санжара заарештовано заступника директора музичного драматичного театру Гальперіну А. Л., за то, що вона нібито розбила незакінчену фігуру одного з членів радянської влади. Як потім з’ясувалось, що фігура не була закінченою, і неможливо було визначити кого вона зображає. 7.12.1945 справа за відсутністю складу злочину була закрита [15, арк. 20-21].

6 лютого 1946 р. приймається рішення політбюро ЦК КП(б)У “Про підвищення пильності і посилення боротьби з українсько-німецькими націоналістами в Західних областях УРСР у зв’язку з виборами до Верховної Ради СРСР”. Постанова відіграла роль в активізації пильного нагляду за кожним вчин-



ком, словом інтелігенції. Культурно-освітні заклади та творчі спілки Західної України працювали під жорстким контролем ідеологічних структур та наглядом НКДБ-НКВС. Одним з шляхів проведення радянзації інтелігенції, яка прихильно ставилась до визвольної боротьби ОУН-УПА, було її переслідування та репресії.

На виконання постанови у травні 1946 р. створюється комісія по Львівській області по перевірці стану ідеологічної роботи. Комісія визначила, що у цей час у Львові особливе значення набуває питання викриття ворожих ідей, які мають вплив серед деякої частини людей, особливо інтелігенції. Особливою гостроти набуває питання боротьби проти буржуазно-націоналістичної концепції М. Грушевського.

Професора Кордубу позбавили можливості викладати і звинували в тому, що коли йому запропонували Львівським обкомом партії виступити на семінарі з лекцією “Буржуазно-націоналістичне висвітлення історії давніх часів, зокрема Київської Русі і періоду феодальної роздробленості у Грушевського”, він не погодився і назвав лекцію так: “Михайло Грушевський як дослідник княжої епохи історії України”, у якій прямо заявляв, що йому “боляче слухати суд і осудження, яким піддали Грушевського його рідні земляки-українці. Бо народ який не поважає великих людей, не поважає себе” [4, с. 76].

Було проаналізовано і роботу львівської письменницької організації. “Відверто ворожими нашому ладу людьми” визнані Островській, Олена Женецька, автор повісті “Сім’я Басарів”, Тарас Мигаль, Ірина Вільде, “які відірвані від трудящихся мас”. Висновок звучав так: “Переглянути склад Спілки радянських письменників Львова і вигнати з цієї організації чужих радянському народові людей типу Островського і Женецької”. Подібні висновки стосувалися і художників Львова, композиторів [17, арк. 19, 23, 50].

Особливого тиску зазнали співробітники Львівського відділу Інституту історії України Академії наук УРСР. Незважаючи на “зміцнення” відділу “перевіренними партійцями” (щоправда без будь якого наукового авторитету) І. І. Беляквичем та В. Т. Горбатуком, цькування істориків на чолі з І. П. Крип’якевичем за належність до школи М. с. Грушевського, як “українсько-німецьких націоналістів”, “зрадників Батьківщини”, “фашистів” тощо

спричинило ліквідацію у вересні 1946 р. за вказівкою ЦК ВКП(б) Львівського відділу Інституту історії [9, с. 15].

Безпідставно звинувачувались в українському буржуазному націоналізмі такі видатні письменники як М. Рильський, В. Сосяра та інші. Все це створювало атмосферу недовір'я і підозрливості. 24 липня 1947 року на зібранні активу інтелігенції Львова заступник Голови Ради Міністрів УРСР Дмитро Мануїльський виступив із доповіддю “Проти українського буржуазного націоналізму”, в якій піддано брутальній критиці професорів Крип'якевича і Рудницького, композитора Барвінського, поета Карманського.

Як наслідок упродовж 1947-1948 рр. зі Львова під різними приводами вислано 37 відомих діячів науки і культури, серед них І. Крип'якевич, М. Смішко, П. Коструба, О. Степанів (в 1949 р. арештована й засуджена до заслання на 25 років) та інші. Були виключені із Спілки письменників П. Карманський, М. Рудницький та А. Патрус-Карпатський. Засуджені до ув'язнення на 10 років вчений О. Барвінський та директор Львівської консерваторії композитор В. Барвінський. За зв'язки з ОУН письменниця О. Дучимінська засуджена на п'ять років ув'язнення і п'ять років заслання.

Вбивство І. Я. Галана у 1949 р. влада використала для нової хвилі репресій проти місцевої інтелігенції. Було звільнено з роботи сотні “ненадійних” працівників науки і культури, зокрема, лише з вузів Львова — 53 професорів, Наукової бібліотеки ім. В. Стефаніка — 22 особи, з консерваторії — 15 осіб, серед них с. Крушельницька, М. Колесса, Г. Левицька, Ю. Крих та інші талановиті фахівці [5, с. 551-552]. На звільнені посади призначалися здебільшого приїжджі спеціалісти.

Особливого розмаху набула боротьба проти студентства, яке співпрацювало з ОУН-УПА. Так, однією з найбільш гучних справ на Буковині, стала практично перша післявоєнна справа, за якою буквально через рік після звільнення Чернівецької області від німецько-румунських загарбників, заарештовано 18 чоловік, серед яких чотири студенти. І хоча заарештовані не визнали вини студент учительського інституту К. Король засуджений до 15 років позбавлення волі, студенти Чернівецького інституту О. Кухта, О. Каплун, В. Термен до 10 років кожний [6, с. 459].

У лютому 1946 року у м. Львів транспортним відділом МДБ Львівської залізниці заарештовані члени юнацької організації

націоналістів “Юнаки”, яких звинувачували у вихованні молоді в націоналістичному дусі та її підготовці до вступу в УПА, а також в активній діяльності з підрозділами УПА. Було заарештовано 17 її учасників, більшість з яких студенти, та всі засуджені на 10 років позбавлення волі [16, арк. 26-28].

У березні 1948 р. у м. Чернівці заарештована група студентів (14 чол.) звинувачених у приналежності до студентської “націоналістичної” організації “Буревій”. Слідчі органи, застосовуючи різноманітні форми допитів, вимагали зізнання в неіснуючих злочинах. Студенти університету визнали, що вони дійсно створили літературне товариство “Буревій”, однак воно визначено спецслужбами як “організація українських націоналістів” і всі учасники отримали від 4 до 25 років позбавлення волі. Речовими доказами для звинувачення стали: націоналістична література “Как большевики пришли к власти”, “Міжнародний огляд”, календар “Молодой украинец” (1937 року видання), блокнот з антирадянськими віршами, в яких прославлялись “січові стрільці” [6, с. 460]. При їх реабілітації у висновку військової прокуратури від 7 червня 1991 р. констатувалося, що “при перегляді справи стало відомо, що молодіжна націоналістична організація “Буревій” створена співробітниками УМГБ по Чернівецькій області з провокаційною метою ознайомлення “членів” організації, засуджених по справі, з деякими книгами та брошурами націоналістичного характеру, що не має складу злочину [6, с. 464].

Причиною арешту двох студенток біологічного факультету Чернівецького університету Іванни Гавуки та Любові Дудківської стало виконання на вечірці пісні націоналістичного змісту “Засіяло сонце золоте”, які на допитах зізнались в неіснуючих гріхах — причетності до ОУН і отримали вирок по 25 років кожній [6, с. 466].

У червні-серпні 1949 р. в Києві органи МДБ арештували 9 осіб, серед яких були студенти театрального і педагогічного інститутів, робітники, котрих звинуватили в націоналістичній діяльності, у прагненні вести боротьбу за відрив України від СРСР та створення самостійної української держави. Керівник групи Я. Сербин зізнався, що, перебуваючи в Дрогобичі, намагався встановити зв'язки з підпіллям ОУН, але це йому не вдалося. Постановою Особливої наради при МДБ СРСР від 17 грудня

1949р. всі члени групи засуджені на 10-25 років виправно-трудових таборів [14, арк. 179-198].

Новий погром української літератури й мистецтва відбувся у зв'язку з “декадою українського мистецтва в Москві” у червні 1952 року.

Важкими для України стали наслідки сесії Всесоюзної академії сільськогосподарських наук, яка відбулася в серпні 1948 року, що засудила вчення основоположників генетики А. Вейсмана, Г. Менделя, Т. Моргана. Після виступу академіка Т. Лисенко почався наступ на “вейсманістів-морганістів”. За пошук їхніх послідовників взялися партійні організації. Жертвами цього стали багато вчених. Так 6 вересня 1948 року відбулися партійні збори у Дніпропетровському сільськогосподарському інституті на яких у доповіді секретаря парткому звучала різка критика окремим викладачам за “свідомі відступи” від марксистсько-ленінської і сталінської ідеології, відхилення від генеральної лінії викладання суспільствознавчих наук, сформульованих в “Короткому курсі історії ВКП(б)”. Причиною для звільнення професора Салтиковського вказувалось, що він не має совісті, лекції читає не послідовно, гордовитий, не визнає громадськості. Незабаром його відсторонили від занять зі студентами й перевели до науково-дослідного центру. Ще гірша доля спіткала доцента Классена, якого звільнили із інституту звинувативши у відсутності до нього політичної довіри, що він у лекціях протягує вейсманізм [23, арк. 37]

Оцінюючи ідеологічну, суспільно-політичну обстановку в Україні в повоєнні роки її можна охарактеризувати як моральний терор та ідеологічні репресії українського народу. Кампанія проти “схиляння перед іноземщиною”, яка супроводжувала істерію російського націоналізму, прийшла на зміну колишній “пролетарській солідарності”. Було продумано систему ізоляціоністської політики, яка відрізала науку й культуру СРСР від співробітництва із Заходом.

Характерно, що підписана СРСР при заснуванні ООН декларація прав людини залишалась десятки років страшною таємницею для людей [8, с. 641].

### *Література*

1. Алентьев О. Проти низькопоклонства перед буржуазним Заходом // Більшовик України. — 1948. — № 11. — С. 62.

2. Волкогонов Д. О. Триумф і трагедія. Політичний портрет Й. В. Сталіна. — К., 1990. — Кн. 2. — 640 с.
3. Довженко О. Україна в огні. Кіноповість. Щоденник. — 468 с.
4. Замлинська О. Ідеологічний терор та репресії проти творчої інтелігенції у перші повоєнні роки (1945-1947 рр.) // Київська сторона. — 1993. — № 2. — С. 73-80.
5. Культурне життя в Україні: Західні землі. Документи і матеріали. — К., 1995. — Т. 1 (1939-1953). — 748 с.
6. Марусин Т. Студентство Буковини під тиском сталінських репресій (1945-1950-ті роки) // З архівів ВУЧК ГПУ НКВД КГБ. — 1999. — № 1/2 (10/11). — С. 457-468.
7. Пиріг Р. Я., Гриценко Т. Т. Мазур В. М., Рубльов О. С. У лещатах тоталітаризму. Перше десятиріччя Інституту історії України НАН України (1936-1956 рр.): Зб. докум. і матер. у 2-х част. — К., 1996. — Ч. II. — 247 с.
8. Попович М. В. Нариси історії культури України. — Крим-Артек, 1998. — 728 с.
9. Рубльов О. С. , Юркова О. В. Інститут історії України НАН України: віхи історії (1936-2006 рр). // Український історичний журнал. — 2006. — № 6. — С. 9-33.
10. Рилєєв В. П., Богун В. В., Вірлич А.Є. та інш. Останій сталінський удар // Нариси спогади оповідання. — Херсон, 1997. — 263 с.
11. Терещенко Р. К., Іваненко В. В., Прокопенко Л. Л. Минуле з гірким присмаком. Репресії в історичній репреспективі радянського суспільства // Реабілітовані історією. — Дніпропетровськ, 2002. — 237 с.
12. Шитюк М. М. Останній сталінський удар: післявоєнні репресії на півдні України // Проблеми історії України: факти, судження, пошуки: Між від. зб. наук. праць. — К.: Інститут історії України НАН України, 2002. — Вип. 6. — 567 с.
13. Юрчук В. І. Боротьба Комуністичної партії України за відбудову і розвиток народного господарства (1945-1952 рр.). — К.: Політвидавництво України, 1965. — 255 с.
14. Центральний державний архів громадських організацій України. — Ф. 263. — Спр. 66 677. — Т. 4.
15. Так само. — Ф. 1. — Оп. 75. — Спр. 119.
16. Так само. — Ф. 1. — Оп. 23. — Спр. 2950.
17. Так само. — Ф. 1. — Оп. 70. — Спр. 459.

18. Державний архів Служби Безпеки України — Ф. 6. — Спр. 17367.
19. Так само. — Ф. 42. — Спр. 65. — Т. 1.
20. Так само. — Ф. 42. — Спр. 78. — Т. 1.
21. Так само. — Ф. 42. — Спр. 90.
22. Державний архів Дніпропетровської області — Ф. 19. — Оп. 5.
23. Так само. — Спр. 2021. — Оп. 1. — Спр. 8.

### *Резюме*

Статья посвящена теме репрессий против представителей интеллигенции в послевоенный период (1944-1953 гг.). На основе ранее опубликованных, а также впервые введенных в научный оборот источников и архивных данных отображаются разные формы и методы политического преследования науки, писателей, художников, преподавателей и студентов и других представителей интеллигенции.

*Рецензент канд. истор. наук А. М. Бахтин*

УДК 808.5:612.761

*Л. В. Богданчик, Н. В. Чугунова*

### ЩОДО ШВИДКОГО ЧИТАННЯ

Пошук таємниці швидкого читання призвело до несподіваного результату: виявляється, що головне не око, а мозок.

В останні роки кількість журналів та книг, якими закидують нас видавництва з усього світу, стало прямо-таки неуявним. Крім того винаходження комп'ютера та факсу обрушило на багатьох людей буквально кілометри додаткового матеріалу, який вони зобов'язані прочитати.

Якщо декілька десятиліть тому середня людина була в змозі без будь-яких проблем орієнтуватися у потоці інформації; тепер, цей потік перетворився на бурну, повноводну річку, яка погрожує затягнути у свою водоверть.

Придивимось уважніше до тих способів, якими нас навчали читати, до історичного розвитку швидкого читання: нас навчали методом “дивись та говори” у сполученні із звуковим методом. Причому звуковий метод має основним те, що спочатку знайомлять з алфавітом, а потім кожній літері присвоюють відповідний звук. Можна сказати, що, коли люди читають, вони усвідомлюють звучання кожного слова. Таке явище називається беззвучним проговорюванням.

Метод “дивись та говори” також спирається на словесний (вербальна відповідь).

Швидке читання виникло на початку ХХ століття, коли видавницький бум обрушив на читачів таку велику кількість публікацій, що людина, яка читає у нормальному темпі, оказалась просто неспроможна здолати їх. Спеціалісти почали шукати рішення даної проблеми. Вони винайшли пристрій під назвою тахістоскоп, який проєцирував на великому екрані зображення з різним незмінно коротким інтервалом та на різний час. Час поступово скорочували, водночас зменшуючи розміри об'єктів та змінюючи кут спостереження за ними. Дослідники виявили, що завдяки такому тренінгу середня людина була спроможна фіксувати об'єкти з такою неправдоподібною швидкістю, то, на-

певно, можна значно збільшити й швидкість читання. Протягом п'яти секунд на екрані висвічували одне слово, яке було набране крупним шрифтом; потім поступово зменшували розмір літер та скорочували час проекції. Зрештою на екран протягом однієї п'ятисотої долі секунди одночасно проєцирували чотири слова, а спостерігачі як і до того були в змозі прочитати їх.

Тільки нещодавно фахівці зрозуміли, що нормальний діапазон здібностей до читання складає від 200 до 400 слів за хвилину та що більшість людей ближче нижньої межі цього діапазону. Покращення здібностей читати, після проходження курсів із застосуванням тахістоскопа, не мало нічого спільного з тренінгом, а викликано скоріш підвищеною мотивацією учасників; саме цей настрій й призводив до того, що вони були в змозі досягти вершини свого нормального діапазону.

Хоча поступово виростало розуміння того, що тахістоскоп не є вичерпним та всебічним рішенням проблеми швидкого читання, даний метод став корисним як частина основного комплексу вправ.

З'явилось, зокрема, фотографічне читання, яке робило основний напір на здібність ока "фотографувати" більш численні ділянки друкованого тексту.

Вступ у XXI століття приніс революційне наукове знання того, що органом, який відповідає за процес читання, є не око, але мозок. Мозкове читання є фундаментом цілком нового підходу до питання швидкого читання.

Щоб охопити увесь діапазон того, чим є читання, швидке читання спирається на нове визначення, яке дозволяє розвивати та удосконалювати усі ті навички та вміння, з яких складається читання.

Читання — багатостадійний процес, який складається з семи етапів:

- читач знає та розпізнає символи алфавіту. Цей етап має місце безпосередньо перед тим, як починається фізичний акт читання;
- фізичний процес, в ході якого світло відбивається від написаного слова, сприймається оком та пересилається у мозок;
- усі частини читаємої інформації зв'язуються з іншими частинами, які були прочитані раніше;
- процес, який пов'язує давніші знання читача з тим, що він читає в дану мить, створюючи зв'язки, аналізуючи, критикуючи, оцінюючи, відбираючи та відкидаючи здобуті відомості;



- головний етап “складування” інформації. Але одного “складування” не достатньо, його повинні супроводжувати прочність пам’яті та готовність до пригадування.
- здібність витягти зі “складу” те, що нам потрібно, причому краще саме тоді, коли ми цього потребуємо;
- негайне або більш пізніше використання отриманої інформації. Комунікація має письмові та усні форми, а також характеризується різними методами творчої експресії. Своє місце у комунікації займає найважливіша риса людського розуму — мислення. Воно являє собою безперервний процес зовнішньої інтеграції.

Щоб стати ефективним читачем, слід розвивати навички та вміння, які відносяться до кожного з цих рівнів.

Усі проблеми читання й труднощі навчання можна подолати, причому ситуація в цьому питанні постійно покращується. Поряд з малою швидкістю у переліку головних проблем читання, з якими зустрічаються люди з усього світу, регулярно присутній недолік концентрації та розуміння.

Більшість з великих умів світу стверджують, що основоположним фактором досягнутого ними успіху було вміння підтримувати високу концентрацію уваги. Коли ви оволодієте цим вмінням, ваша система “око/ мозок” своєю здібністю фокусуватися та поглинати інформацію почне нагадувати лазер. Якщо вірити вченим, які займаються цією проблемою, ваші здібності в цій галузі безмежні.

У ряді багаточисленних причин відсутності або нестачі концентрації під час читання фігурує низький словниковий запас, складність матеріалу для розуміння, непідходяща швидкість читання, неправильне психологічне устанавлення, погана організація, відсутність інтересу та відсутність мотивації.

### *Література*

1. Buzan T. The Speed Reading Book. — 235 p.

### *Резюме*

Дана доповідь торкається проблеми подолання труднощів, пов’язаних із розвитком навичок швидкого читання при викладанні англійської мови як іноземної.

*Рецензент канд. філолог. наук, доцент Мойсеєнко Н. Г.*

## БІБЛІОГРАФІЯ

---

---

### СТРАНИЦЫ ИСТОРИИ: УКРАИНСКИЙ НАЦИОНАЛИЗМ

Национальные вопросы занимают значительное место в отечественной и зарубежной историографии. Многогранность указанной проблемы диктует множество подходов, оценок, определений, позиций и проч., касающихся национальных интересов, национального самосознания, национального согласия, национальных интересов и т. д. В этом огромном перечне направлений определенное место занимает изучение феномена определенного как национализм. Он практикуется как собирательное понятие, связанное идеологией, психологией, конкретной социальной практикой, мировоззрением. Сюда же относится и рецидив национальной исключительности, связанной, с одной стороны, консолидацией нации, а с другой — проявлен в форме шовинизма, расизма, фашизма. Национализм проявляется в различных исторических условиях, культур, экономического, политического, религиозного и иного образа жизни.

Немало работ было посвящено национализму (в том числе украинскому), имевшему самые многозначные формы проявления. Одна из таких работ принадлежит перу известного американского советолога и украинолога Джону Армстронгу\*. Эта достаточно емкое исследование проблемы, само название книги говорит о том, что автор на значительном практическом материале, многочисленных и мало известных источниках: архивных материалов, мемуарах, документах. Это позволило Дж. Армстронгу углубленно проанализировать природу украинского национализма, пути его распространения, особенности проявления, в частности, в годы Второй мировой войны и после ее завершения.

Книга состоит из 13 глав, в каждой из которых рассматривается отдельная конкретная проблема. Первую главу (“возникновение национализма”) можно назвать прологом к остальному тексту, здесь в определённой степени отразились позиции автора относительно изучаемого им материала. “Современный национа-

---

\* Армстронг Дж. Украинский национализм. Факты и исследования / Пер. с англ. П. В. Бехтина. — М.: ЗАО Центрополиграф, 2008. — 368 с.

лизм, — пишет Дж. Армстронг, — доктрина о том, что люди чётко выраженной другой культуры должны создать самостоятельное государство” (с. 5). Вместе с тем, продолжает автор книги, украинский национализм “никогда не достигал своей главной цели — создания по-настоящему независимого государства” (с. 6) [*будем считать, что это личное мнение Дж. Армстронга — авт.*]. Однако он поставил задачу изучения именно такой проблемы, посвятив ей свой труд, где представлены детальные элементы и последовательность действий украинских националистов в годы Второй мировой войны, не считая краткого исторического экскурса и анализа послевоенной ситуации. В этом смысле книга носит политический характер и рассматривает действия украинских националистов в условиях вооруженной борьбы.

Основная часть книги посвящена деятельности украинских националистов в годы войны. Взаимосвязь их организаций с различными кругами Германии известна. Автор, в частности, пишет, что “многие годы Германская политика влияла на ОУН. Эта связь была подкреплена полуфашистской по природе идеологией ОУН, и, независимость от немцев вела к усилению фашистской тенденции в организации. Анализ соотношения сил привел ОУН к поиску Германской помощи...” (с. 46-47). Такая помощь была оказана, но лишь в той степени, насколько она устраивала Германию. Попытки каким-либо образом определить свою государственность оканчивалась для украинских националистов печально, если не сказать трагически. Достаточно вспомнить судьбу активистов ОУН во главе со Я. Стецко, который провозгласил 30 июня 1941 года во Львове создание “суверенного украинского государства”. Тогда же немцами были арестованы лидер ОУН С. Бандера, Гаврусевич, В. Стахив и другие (с. 93).

Достаточно подробно в книге описан процесс размежевания (раскола) внутри ОУН, что, с одной стороны, значительно ослабило движение в целом, а с другой — дало возможность оккупационным немецким войскам маневрировать в своей политике по отношению к украинским националистам. Используя существовавшие среди украинского населения националистические и антикоммунистические (антисоветские) течения, немцы сумели вовлечь более 230 тысяч украинцев (по свидетельству О. Субтельного — см.: *Історія України. Львів: Світ, 1998. — С. 306*)

во ряды коллаборационалистических формирований. Эту же цифру указывает и Дж. Армстронг (с. 222).

Попытки реализации своих идей украинские националисты связывали с укреплением собственной структуры, в том числе военной. Таковой стала Украинская повстанческая армия (УПА), представлявшая националистические партизанские отряды, действовавшие с 1942 по 1952 годы. Правда, автор книги пишет, что “крайне трудно установить какие действия предпринимала УПА в течение 1942 года... Не вызывает сомнений, что весной и зимой она спорадически вступала в столкновение с малыми отрядами красных (советских) партизан”. Деятельность УПА изложено в нескольких главах книги. Делаются автором и выводы, определяющие длительность вооруженного сопротивления УПА советской власти: благоприятный ландшафт западных районов Украины, частичная поддержка сельского населения и католической церкви, мощная националистическая идеология, организационная структура, послевоенное наличие оружие и др. (с. 346-347). Однако, как пишет Дж. Армстронг, “реальная судьба националистической деятельности на Украине решалась... в Берлине.” (с.119). А после окончания войны — в столице других западных государств.

Немало страниц книги посвящено созданию военных формирований (“Роланд”, “Нахтигаль”, “Галичина”), создаваемых немецким командованием с помощью националистов. Судьба этих формирований известна. Но в процессе создания, в частности, в дивизии “Галичина” проявилось разногласие в рядах ОУН. В частности, сторонники С. Бендеры, как подчеркивается в книге, “с самого начала войны... всегда утверждали, что они против такого рода сотрудничества с немцами и осудили другие националистические группы за поддержку этого начинания” (с. 197). Вместе с тем, неприятие советской власти и коммунистической идеологии толкали украинских националистов на союз с фашистской Германией.

Внимательно читая книгу Дж. Армстронга можно сделать такие выводы. Авторская позиция не всегда подтверждают общеизвестные факты и в определенной степени чувствуется субъективизм в изложении. Книга не написана с антисоветских позиций, но некоторая предвзятость все равно ощущается. Вместе с тем рецензируемая книга действительно достаточно глубокое ана-

литическое исследование, которое в немалой степени освещает малоизученные страницы украинского национализма, а значит — истории Украины. Во-вторых, книга свободна от глубокой идеологической зашоренности, что имеет место во многих исследованиях на указанную тему. В-третьих, обилие фактического материала дает возможность увидеть многие события достаточно подробно, свершившееся подтверждается из различных источников. 813 пояснений и список присутствуют в книге, приведены также таблицы и схемы, что делает работу информацию насыщенной.

Наконец, прошедшие исторические события, безусловно, переключаются с днем сегодняшним. Ведь именно расхождения в оценках прошедших событий повлияли в немалой степени на политический климат в Украине. Неоднозначность восприятия прошедшего способствует противостоянию в общественности страны в наше время.

Книга Дж. Армстронга читается с интересом, она может быть полезна не только специалистам, но и всем, кто интересуется историей вообще, историей Украины в частности.

*Соколов В. Н., доцент исторических наук, профессор*

## НАШІ АВТОРИ

---

---

- Богданчик Людмила, старш. преподаватель каф. иностр. языков ОГЭУ (Одесса)
- Василенко Сергей, старш. преподаватель каф. военной подготовки Гос. ун-та им. В. О. Сухомлинского (Николаев)
- Голя Елена, аспирант каф. финансов ОГЭУ (Одесса)
- Драгиева Людмила, преподаватель каф. экономики предприятий Гос. гуманитар. ун-та (Измаил)
- Захарчук Валентина, канд. техн. наук, доцент каф. экспертизы товаров и услуг ОГЭУ (Одесса)
- Звягинцева Ольга, канд. эконом. наук, доцент каф. маркетинга и логистики Нац. академии пищевых технологий им. М. В. Ломоносова
- Лукьянова Валентина, доктор эконом. наук, доцент каф. экономики и предпринимательства Нац. ун-та (Хмельницкий)
- Масленников Евгений, канд. эконом. наук, доцент каф. анализа и аудита Нац. ун-та им. И. И. Мечникова (Одесса)
- Нездойминов Сергей, старш. преподаватель каф. экономики и управления туризмом ОГУЭ (Одесса)
- Непомнящий Сергей, старш. преподаватель каф. банковского дела ОГЭУ (Одесса)
- Нянчук Наталья, канд. эконом. наук, доцент каф. банковского дела ОГЭУ (Одесса)
- Павлов Александр, канд. истор. наук, доцент каф. философских и соц.-полит. наук Регионального ин-та гос. упр. Нац. академии гос. упр. при Президенте Украины (Одесса)
- Павлюк Оксана, соискатель каф. политологии и гос. управления Нац. ун-та им. Ю. Федьковича (Черновцы)
- Петриченко Павел, доцент каф. политологии и каф. экономики и управления туризмом ОГУЭ (Одесса)
- Пех Елена, студент ОГЭУ (Одесса)
- Побережец Ольга, канд. эконом. наук, доцент каф. бух. учета, анализа и аудита Нац. ун-та им. И. И. Мечникова (Одесса)

- Попова Ю., Нац. техн. ун-т им. Ю. Кондратюка (Полтава)
- Поташев Роман, аспирант каф. общей эконом. теории ОГЭУ (Одесса)
- Руденко Владимир, доктор педагог. наук, профессор каф. международной информации Ин-та славяноведения (Ровно)
- Соколов Вячеслав, доктор истор. наук, профессор каф. политологии ОГЭУ (Одесса)
- Сороченко Денис, соискатель каф. банковского дела ОГЭУ (Одесса)
- Степаненко Л., Нац. техн. ун-т им. Ю. Кондратюка (Полтава)
- Сурай Юрий, канд. истор. наук, профессор каф. истории Украины Нац. ун-та им. И. И. Мечникова (Одесса)
- Тлущак Александр, соискатель каф. полит. наук и социологии Таврического Нац. ун-та им. В. И. Вернадского (Симферополь)
- Чугунова Нелля, доцент каф. иностранных языков Нац. академии связи им. А. С. Попова (Одесса)
- Шевчук Инна, студент ОГЭУ (Одесса)
- Филиппова Татьяна, аспирант каф. общей эконом. теории ОГЭУ (Одесса)
- Юськив Богдан, канд. эконом. наук, профессор каф. междуна. информации Ин-та славяноведения (Ровно)

## **ЗМІСТ**

### **ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

**О. Б. Звягінцева**

Необхідність диференційованого підходу до маркетингового  
об'єкту на прикладі послуг ..... **3**

**Ю. М. Попова, Л. С. Степаненко**

Мировые тенденции использования генетически  
модифицированных организмов ..... **14**

**С. М. Непомяцій**

Удосконалення механізму рефінансування банків в Україні  
в період світової фінансової кризи ..... **27**

**О. В. Побережец, Е. И. Масленников**

Структура методологии управления текущей ликвидностью  
предприятия ..... **37**

**Р. Е. Поташев**

Ценообразование на рынке жилья ..... **42**

**С. Г. Нездоймінов**

Кластерні об'єднання підприємців як територіально-виробнича  
форма оптимізації туристично-рекреаційного господарства  
одеського регіону ..... **53**

**В. В. Лук'янова**

Шляхи вдосконалення фінансової діяльності українських  
корпорацій ..... **65**

**О. В. Пєх, В. Г. Захарчук**

Товарознавчі та маркетингові аспекти дослідження ринку  
взуттєвих товарів ..... **77**

**Е. А. Голя**

Оффшоры — легитимный геоэкономический инструмент  
налоговой конкуренции ..... **89**

**І. В. Шевчук, В. Г. Захарчук**

Сучасні тенденції ринку парфумерних товарів ..... **98**



<b>О. І. Павлов</b>	
Сільські території як наукова категорія .....	<b>110</b>
<b>С. А. Нізяєва</b>	
Аналіз фінансово-господарської діяльності виноробних підприємств .....	<b>119</b>
<b>П. А. Петриченко</b>	
Впровадження програм лояльності клієнтів у сферу санаторно-курортних послуг .....	<b>126</b>
<b>Н. Ю. Няньчук, Д. С. Сороченко</b>	
Сутність та необхідність стрес-тестування як метода оцінки банківських ризиків .....	<b>133</b>
<b>Л. В. Драгієва</b>	
Досвід регіональної інтеграції країн центральної Європи на прикладі Вишеградської групи .....	<b>140</b>
<b>Т. В. Філіппова</b>	
Особливості функціонування підприємств машинобудівельної галузі в умовах світової кризи .....	<b>152</b>
<b>ПОЛІТИЧНІ НАУКИ</b>	
<b>Б. М. Юськів</b>	
Проблеми зв'язку міжнародної трудової міграції і глобалізації .....	<b>163</b>
<b>О. В. Павлюк</b>	
Проблеми становлення моделі коаліційної політики в Україні (на прикладі поствиборчих процесів 2006, 2007 рр.) .....	<b>172</b>
<b>А. Ю. Тлуццак</b>	
Внешнеэкономическая политика Украины и Российской Федерации: общее и особенное .....	<b>183</b>
<b>В. М. Руденко</b>	
Математична складова підготовки аналітиків з міжнародної інформації .....	<b>192</b>
<b>ІСТОРИЧНІ НАУКИ</b>	
<b>Ю. І. Сурай</b>	
Преса російських політичних партій про національно-визвольний рух в Україні (1917 рік) .....	<b>202</b>

<i>С. М. Василенко</i>	
Українська інтелігенція й сталінізм у повоєнні роки .....	<b>216</b>
<b>НОТАТКИ</b>	
<i>Л. В. Богданчик, Н. В. Чугунова</i>	
Щодо швидкого читання .....	<b>231</b>
<b>БІБЛІОГРАФІЯ</b>	
Страницы истории: украинский национализм .....	<b>234</b>
<b>НАШІ АВТОРИ</b> .....	<b>238</b>



Матеріали номера друкуються мовою оригіналу

***Науковий вісник***  
**Збірник наукових праць**

**Наукове видання**

Видання збірника здійснено за рахунок авторів

За достовірність викладених фактів, цитат та інших відомостей відповідає автор

Підписано до друку \_\_\_\_\_

Формат 60 × 84 1/16

Папір офсетний. Друк офсетний.

Ол. друк. арк. 17.8

Віддруковано з оригінал-макету в друкарні ТОВ “Лерадрук”  
67400, м. Роздільна Одеської обл.,  
вул. Леніна, 44.