

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний
університет
Білоруський державний економічний університет
Будапештський економічний університет
Краківський економічний університет
Молдавська економічна академія**

**GLOBAL CHALLENGES OF NATIONAL ECONOMIES
DEVELOPMENT**

**CONFERENCE PROCEEDINGS
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

Kyiv, 19 October, 2016

Part III

**ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК**

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 19 жовтня 2016 року)

Частина III

Київ 2016

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

УДК 339.9
ББК У58
Г52

Global Challenges of National Economies Development =
Г52 Глобалізаційні виклики розвитку національних економік :
матеріали. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 жовт. 2016 р.)
Ч. 3 / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-
екон. ун-т, 2016. – 1190 с. – Укр., рос. та англ. мовами.
ISBN 978-966-629-794-8 (загальний)
ISBN 978-966-629-797-9 (Ч. 3)

У збірнику матеріалів конференції розглянуто актуальні питання розвитку зовнішньої торгівлі, національної інвестиційної системи, формування та реалізації промислової та аграрної політики, захисту економічної конкуренції, реформування суспільного сектора національної економіки, розвитку внутрішнього ринку, формування та забезпечення ефективності механізмів та інститутів розвитку національної економіки в умовах глобальних ринкових трансформацій. Висвітлено актуальні питання захисту національних економічних інтересів, забезпечення стійкості національної економіки до загроз економічній безпеці в умовах поглиблення міжнародної економічної інтеграції. Практична імплементація сформульованих нових підходів до державного регулювання економіки сприятиме підвищенню рівня економічної безпеки та зміцненню економічного суверенітету України.

Фахівці різних галузей економіки, державні службовці, представники бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій, викладачі та студенти знайдуть у збірнику корисну інформацію для подальших наукових досліджень, практичні рекомендації щодо розвитку національних економік в умовах глобалізаційних викликів.

Матеріали друкуються в авторській редакції.

УДК 339.9
ББК У58

Редакційна колегія: А.А. Мазаракі, відп. ред., д-р екон. наук, проф.; Н.В. Притульська, д-р техн. наук, проф.; С.В. Мельниченко, д-р екон. наук, проф.; В.М. Сай, канд. екон. наук, доц.; Н.М. Гуляєва, канд. екон. наук, проф.; О.А. Харченко, канд. техн. наук, доц.; Н.І. Ведмідь, д-р екон. наук, проф.; В.А. Осика, канд. техн. наук, доц.; Т.В. Канєва, канд. екон. наук, доц.; К.І. Ладиченко, канд. екон. наук, доц.

ISBN 978-966-629-794-8 (загальний)
ISBN 978-966-629-797-9 (Ч. 3)

© Київський національний торговельно-
економічний університет, 2016

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	14
------------------------	-----------

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

<i>Мазаракі А.А., Нагорнюк О.В., Стасюк Л.Л.</i> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.....	15
--	----

<i>M. Bogusz</i> SELECTED PROBLEMS OF ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY	27
--	----

<i>Wojciech Misterek, Ireneusz Samodulski</i> ESTIMATION OF POTENTIAL DEVELOPMENT FOR ENTREPRENEURIAL INNOVATION THROUGH INVOLVEMENT OF ENTITIES OF LOCAL GOVERNMENTS.....	39
---	----

<i>Бегларашвілі О.П.</i> РОЗВИТОК МАГАЗИНІВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	52
--	----

<i>Белінська С.О., Каменєва Н.В., Левицька С.О.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ПЛОДІВ ТА ОВОЧІВ В УКРАЇНІ	61
---	----

<i>Божко Т.В.</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ДЕСЕРТНИХ ЕМУЛЬСІЙНИХ КРЕМ-ЛІКЕРІВ.....	71
--	----

<i>Бойко А.В.</i> ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ МЕДУ.....	81
---	----

<i>Бондаренко Є.В., Міклашевська Ю.Б., Хробатенко О.В.</i> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ СПОРТСМЕНІВ	90
---	----

<i>Бондарчук М.Ю.</i> МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА МАЛОГО БІЗНЕСУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ	100
--	-----

<i>Войціцька І.В.</i> РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ У 1917–1920 РР.....	111
<i>Гончаренко О.М.</i> МІЖНАРОДНИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ ДОГОВІР (КОНТРАКТ) ЯК ЗАСІБ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	126
<i>Губицький Л.В., Мельник Г.М.</i> УКРАЇНСЬКА МЕРЕЖА ДЕРЖАВНОЇ ВИЩОЇ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ОСВІТИ 1946–1953 РОКІВ	137
<i>Донченко О.О., Кам'янецька О.В.</i> ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ ЗБРОЇ.....	149
<i>Зіміна А.І.</i> НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ В ФОРМУВАННІ СУЧАСНИХ ІНТЕГРОВАНИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ВАНТАЖІВ	158
<i>Льченко Г.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	171
<i>Індутний В.В., Черняк Л.В., Пірковіч К.А.</i> ІДЕНТИФІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ І ВАРТІСТЬ ЮВЕЛІРНИХ ПРИКРАС В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ РИНКУ	182
<i>Кизименко І. О.</i> ТОРГІВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ОСВІТА В УКРАЇНІ (1965–1991 РР).....	194
<i>Комаха В.О., Свідерський В. А.</i> ВПЛИВ ОСНОВНИХ КОМПОНЕНТІВ НА ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ВОДНО-ДИСПЕРСІЙНИХ ФАРБ.....	205
<i>Кудлай В. С., Бородавка Т.Л., Горбаченко А. А.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВАМИ РИНКУ СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ	220

<i>Кучаковська Н.О.</i> ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	230
<i>Лебська Т.К., Менчинська А.А., Очколяс О.М.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ З ГІДРОБІОНТІВ	242
<i>Лиса С.С.</i> РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: КЛАСИФІКАЦІЯ ФОРМАТІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ	258
<i>Мережко Н.В., Золотарьова О.Г., Шульга О.С.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПРИРОДНИХ КАМ'ЯНИХ МАТЕРІАЛІВ	268
<i>Миколайчук І. П.</i> СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ	282
<i>Нескороджена Л. Л.</i> ПРАВОВИЙ РЕЖИМ МАЙНА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	296
<i>Осика В. А., Коптюх Л.А., Мостика К.В.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПАКОВАННЯ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	304
<i>Осієвська В. В., Михайлова Г. М., Галько С. В.</i> СТАНДАРТИ ISO СЕРІЇ 9000 – НОВІ РЕАЛІЇ	314
<i>Пальчук П.М.</i> ДЖЕРЕЛА КОРПОРАТИВНОГО ПРАВА ТА ЇХ СИСТЕМА В ПРАВІ УКРАЇНИ	325
<i>Konstantin N. Pilkov</i> ARBITRABILITY OF COMMERCIAL DISPUTES IN UKRAINE.....	337
<i>Постова В.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	343

<i>Прима В.В.</i> ТЕРМІН «ТУРИЗМ» ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	359
<i>Пурденко О.А.</i> ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД АСЕКУРАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ	368
<i>Регурецька О.В.</i> ДОГОВІР КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ЧАСТКИ ТА ЗАЯВА ПРО ВИХІД З ТОВАРИСТВА ЯК ПІДСТАВИ ЗМІНИ У СКЛАДІ УЧАСНИКІВ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	379
<i>Рудавська Г.Б., Бузіян М.І.</i> «ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА ДЛЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФІЗІОЛОГІЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ»	386
<i>Рудавська Г.Б., Вежлівцева С.П., Бузіян М.І.</i> ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА ДЛЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФІЗІОЛОГІЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	401
<i>Рудавська Г.Б., Хахалєва І. В.</i> ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ КАВОВИХ НАПОЇВ З ЦИКОРІЄМ.....	413
<i>Сидоренко О.В. Романенко О.В., Коротецький В.П.</i> ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	422
<i>Сім'ячко О. І.</i> КУХОННИЙ ПОСУД НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	431
<i>Стретович С.С., Глушкова Т.Г., Андрієвська Л.В., Коптюх Л.А.</i> ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ ПАПЕРУ ПІД ЧАС ЙОГО ВИГОТОВЛЕННЯ	446
<i>Сундук А. М., Рижова К. І.</i> ВОДНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	456
<i>Тищенко Ю.В.</i> ДО ПИТАННЯ ЩОДО ДЖЕРЕЛ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРАВА.....	466

<i>Торопков В.М., Сиваненко Г.П.</i> ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМНИЦТВА: РЕАЛІЇ УКРАЇНИ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД	475
<i>Удод Н.М.</i> ПРОЯВИ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ ПРИЙМАЮЧИХ КРАЇН.....	484
<i>Фреюк О.В.</i> ЕЛЕКТРОННА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	493
<i>Хмурова В.В.</i> СОЦІАЛЬНІ ЗМІНИ ШЛЯХ ДО СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	503
<i>Чайка В. О.</i> СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКАХ ОВОЧІВ ЗАКРИТОГО ҐРУНТУ	515
<i>Чаюн І.О., Молодоженя М.С.</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	529
<i>Чернявська М.К.</i> СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	538
<i>Шип Н.А.</i> УКРАЇНА У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ (ІХ–ХVІІІ СТОЛІТТЯ)....	552
<i>Яцишина К.В.</i> ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТОРГІВЛІ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	567

**ТУРИСТИЧНИЙ, ГОТЕЛЬНИЙ І РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС:
ТРАДИЦІЇ ТА МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

<i>Мазаракі А.А., Завідна Л.Д.</i> РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У СВІТЛІ ПРОБЛЕМ СЬОГОДЕННЯ	577
<i>Seweryn R.</i> TOURIST ACTIVITY OF FOUR GENERATIONS OF CONTEMPORARY EUROPEANS	587
<i>Антонюк І.Ю., Корзун В.Н., Медведєва А.О.</i> СУЧАСНІ НАПРЯМИ АЛІМЕНТАРНОЇ ПРОФІЛАКТИКИ ЙОДДЕФІЦИТНИХ СТАНІВ У НАСЕЛЕННЯ.....	600
<i>Білявська Ю.В.</i> ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ БЕНЧМАРКІНГУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ОПЕРАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ	611
<i>Бойко М.Г., Охріменко А.Г.</i> КОМУНІКАТИВНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ТУРИСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ	621
<i>Бородинець А.Г., Грабарчук В.С., Дехтяр Н.А.</i> ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ У ГАЛУЗІ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ	630
<i>Босовська М. В., Ведмідь Н.І., Науменко М.В.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КЛАСТЕРНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	643
<i>Гопкало Л.М.</i> ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІ ГОТЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ПЕРЕХРЕСТНО-СОТОВИМ МЕТОДОМ	661
<i>Гніщевич В.А., Юдіна Т.І.</i> АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БІЛКОВО- ВУГЛЕВОДНОЇ МОЛОЧНОЇ СИРОВИНИ В УКРАЇНІ	672

<i>Дупляк Т.П.</i> ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ: НАЦІОНАЛЬНІ РЕАЛІЇ ТА ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ.....	683
<i>Іваніщева О.А.</i> АНАЛІЗ ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КОНДИТЕР- СЬКИХ ВИРОБІВ ЛІКУВАЛЬНО-ПРОФІЛАКТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	693
<i>Іванова О.М.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	703
<i>Красільнікова О.В.</i> ПАЛОМНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	714
<i>Криворук В.М.</i> ВИКОРИСТАННЯ ШРОТУ ІЗ ПЛОДІВ РОЗТОРОПШІ ПЛЯМИСТОЇ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ПИРОГІВ ПОНИЖЕНОЇ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ЦІННОСТІ.....	726
<i>Кублінська І.А., Буняк Н.А.</i> НАУКОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ГРИБНИХ ПОРОШКІВ В ТЕХНОЛОГІЇ СОУСНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	734
<i>Левандовський Л.В., Пащинська М.С., Мельник І.В.</i> ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ	743
<i>Матвієнко Л.А., Борисова О.М.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ	753
<i>Свідло К.В., Бугайова О.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ	766
<i>Тимрієнко А.В.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	771

ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

<i>Dr. Éva SANDOR-KRISZT</i> THE VALUE OF EDUCATION IN THE GLOBAL ECONOMIC SPACE: A CASE OF HUNGARY	781
<i>M. Vongrej</i> SELECTED HISTORICAL AND THEORETICAL VIEW OF THE SIGNIFICANCE OF PRIVATE PROPERTY	793
<i>Ryszard Borowiecki, Barbara Siuta-Tokarska</i> PROBLEMS AND CHALLENGES IN THE DEVELOPMENT OF NATIONAL STATES IN THE GLOBALISATION ERA.....	803
<i>Білозор Д.В.</i> ЗМІНА СВІТОГЛЯДУ ОСОБИСТОСТІ В ПЕРЕХІДНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПЕРІОД.....	818
<i>Білоус Н.П., Чала Н.М.</i> ПІДГОТОВКА ПЕРЕКЛАДАЧІВ ДЛЯ РОБОТИ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ	833
<i>Бондаренко Н.О</i> КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС ОСОБИ: ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ.....	842
<i>Бохан А.В.</i> АКТИВАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В ДРАЙВЕРАХ РИНКОВИХ ЦІННОСТЕЙ	850
<i>Грубов В.М.</i> НА ЯКУ УКРАЇНУ ЧЕКАЮТЬ В ЄС: ДО ПИТАННЯ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ТЕХНІЧНОГО РЕГЛАМЕНТУ	860
<i>Гудков С.О.</i> ОСВІТА В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ НОРМИ І ЦІННОСТІ	873
<i>Гуща Г.В.</i> КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО ІНШОМОВНОЇ ОСВІТИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ЕКОНОМІЧНОГО НАПРЯМУ	880

<i>Давиденко В.С.</i> КРИМІНАЛЬНА СУБКУЛЬТУРА ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗЛОЧИННОСТІ СЕРЕД ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ.....	891
<i>Давидюк Л.П.</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗАСАД РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПРАЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	899
<i>Дорохіна Ю.А.</i> МЕТАФІЗИКА ВЛАСНОСТІ.....	913
<i>Дроздова Ю.В., Дубініна О.В., Колот Л.А.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	923
<i>Залізняк В. А.</i> МЕДІАЦІЯ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ СПОРІВ.....	932
<i>Корольчук В.М., Чернега Н.С.</i> НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ЗМІСТУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ	941
<i>Корольчук М.С., Жовнер В. Ю.</i> ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ.....	950
<i>Корольчук М.С., Пасічна В.Г.</i> ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ ДЕТЕРМІНАНТ І НАСЛІДКІВ ВПЛИВУ БЕЗРОБІТТЯ НА ОСОБИСТІСТЬ	959
<i>Кравченко А.А.</i> ЛОГІКА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В СИСТЕМІ СУБ'ЄКТНО-ОБ'ЄКТНИХ ВІДНОСИН	970
<i>Крегул Ю.І.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	980
<i>Лозовська Н.І., Віниковоцька Ж.С.</i> ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР	986

<i>Latygina N., Latygina A.</i> RATIONAL CHOICE THEORY IN THE CONTEXT OF VALUES OF GLOBAL ECONOMIC ENVIRONMENT.....	1000
<i>Ліпін М.В.</i> ЦІННОСТІ В ПАРАМЕТРАХ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ	1010
<i>Лосіцька Т.І., Стукач Т.М.</i> УКРАЇНА – ЄС: ПРІОРИТЕТИ НАЦІОНАЛЬНОГО АПК.....	1023
<i>Микитенко Л.А.</i> ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	1038
<i>Миронець С.М.</i> ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ГУМАНІТАРНИХ МІСІЙ В КОНТЕКСТІ ТРАНСКОРДОННОЇ БЕЗПЕКИ.....	1049
<i>Морозов А.Ю.</i> ЦІННІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В ЕПОХУ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ДО ПРОБЛЕМИ УНІВЕРСАЛЬНОГО ДОСВІДУ СУБ'ЄКТНОСТІ.....	1058
<i>Мушенко В.В</i> ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД В ПОДАТКОВІЙ ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ	1068
<i>Осецький В.Л., Гірник Є.В.</i> СУСПІЛЬНИЙ СЕКТОР ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ДОБРОБУТУ: КОНТЕКСТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ...	1075
<i>Панфілов О. Ю., Соболева С. М.</i> УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ	1087
<i>Попіль В.І.</i> ДЕЯКІ ПИТАННЯ «НАСИЛЬСТВА» В НАУЦІ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВА УКРАЇНИ.....	1101

<i>Примак В.Д.</i> ВІДШКОДУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ ЯК СПОСІБ ЗАХИСТУ ПРАВ ТА ІНТЕРЕСІВ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ – СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	1110
<i>Радченко С.Г., Радченко М.В.</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ПРОДУКТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ В АСПЕКТІ ЛЕГІТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ У СУСПІЛЬСТВІ	1122
<i>Романенко О.А.</i> АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОВЕДІНКОВИХ ФАКТОРІВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН.....	1134
<i>Сошко О.Г., Іваненко Г.П.</i> ДО ПИТАННЯ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	1147
<i>Хоружий Г.Ф.</i> ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЦІННІСТЬ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ.	1157
<i>Хромей В.В.</i> ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ КОНСТИТУЦІЙНОГО ПРАВА НА ПРАЦЮ В УКРАЇНІ	1169
<i>Шарабурина О.О.</i> ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	1178
<i>Шестопалова Л. М.</i> ДИХОТОМІЧНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ЕКОНОМІКИ.....	1184

ПЕРЕДМОВА

Глобалізація сприяє проявленню цілком нових закономірностей у розвитку світової економіки, яка відчутно проявляється у сфері торгівлі та послуг. Під впливом інтенсифікації діяльності та розвитку сучасних підходів європейських країн до функціонування підприємств торгівлі та сфери послуг виникає потреба впровадження нової філософії формування стратегії розвитку підприємницької діяльності. Тому, ефективність функціонування торгівлі та сфери послуг, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі та завдання концептуально не вирішені, що обумовлює актуальність досліджень провідних науковців.


У збірнику матеріалів знайшли відображення проблемні питання розвитку малого та середнього бізнесу в національній сфері торгівлі та послуг. Науковий і практичний інтерес становлять запропоновані авторами підходи до удосконалення структури державного регулювання та підтримки малого та середнього бізнесу в Україні, підвищення результативності функціонування підприємств у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Значну увагу приділено розвитку інноваційних процесів, що впроваджують підприємства торгівлі, використовуючи досвід європейських країн відповідно до вимог глобального середовища. Висвітлено актуальні питання розвитку фінансового потенціалу в системі формування вартості підприємств торгівлі.

Заслужують на увагу підходи науковців щодо товарознавчих аспектів дослідження ринку, якості та безпечності товарів, застосування сучасних методів до стандартизації товарів та послуг.

Тематика доповідей відображає напрями розвитку наукової та інноваційної діяльності в університетах, що є визначальним чинником професійного, інтелектуального та духовного зростання викладачів і студентів. Саме вплив університетів на суспільство через освіту і науку, посилення їх ролі у поширенні національних і європейських культурних цінностей, спрямовані на інтеграцію наукових досліджень і освітньої діяльності.

Впевнений, що у ході дискусій спільне обговорення проблемних питань провідними вітчизняними та іноземними науковцями сприятиме впровадженню у освітній процес новітніх підходів та технологій, а запропоновані рекомендації під час обговорення дозволять покращити підприємницьку діяльність в Україні.

Ректор, д-р екон. наук, професор,
академік НАПН України,

заслужений діяч науки і техніки України  А.А. Мазаракі

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

Мазаракі А.А., професор, д.е.н.,
ректор Київського національного торговельно-
економічного університету

Нагорнюк О.В., доцент, к.е.н.,
доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,
Київський національний торговельно-економічний університет

Стасюк Л.Л., доцент, к.е.н.,
доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,
Київський національний торговельно-економічний університет

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ВАРТІСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Вступ. Відповідно до сучасної парадигми фінансового менеджменту ключовою стратегічною метою діяльності підприємства є максимізація його ринкової вартості. Орієнтуючись на забезпечення реалізації названої цільової функції, науковці та практики пропонують переорієнтувати управлінську діяльність, в першу чергу на стратегічному рівні, на реалізацію ключових постулатів концепції управління вартістю компанії (Value-Based Management, VBM). Відповідно до цієї концепції зростання вартості підприємства як інтегрального стратегічного показника забезпечується в процесі впливу на ключові важелі її формування. Одним із таких ключових важелів, на думку авторів статті, є фінансовий потенціал підприємства.

Підвищенням рівня актуалізації даної проблеми характеризується сучасний етап господарської діяльності підприємств торгівлі в силу її збитковості та втрати власного капіталу. За таких умов не лише втрачені можливості фінансувати їхню діяльність за рахунок власних джерел, але і постійно знижується ринкова вартість підприємств та можливості відновлення власного капіталу.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Дослідженням економічного змісту понять «потенціал», «фінансовий потенціал» займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як Н.С. Краснокутська, Г.Я. Гольдштейн, І.Ю. Мерзлов, П.Р. Нівен, Р. Нортон, О.С. Федонін, Б.Є. Бачевський. Безпосередньо методикам аналізу й оцінки фінансового потенціалу присвячені праці В.О. Кунцевича, В.Г. Бикова, Р.В. Рудої, К.Льїної та інших.

Найбільш вагомий внесок в розвиток теорії управління вартістю підприємства здійснено такими іноземними вченими: Дж. Андерсоном, В. Андреффом, С. Валдайцевим, Д. Волковим, В. Григор'євим, А. Грязноюю,

А. Дамодараном, П. Дойлем, Г. Ешоуртом, І. Єгеревим, І. Івашківською, Ю. Козирем, Т. Коллером, Т. Коуплендом, А. Маршалом, Дж. Муріном, А. Раппапортом, Дж. Рошем, М. Скотом, Дж. Стюартом, К. Уолшем, М. Федотовою, Дж. Хітчером, У. Шарпом та ін.

Проблеми управління вартістю підприємствами в цілому та окремі його аспекти висвітлюються в працях вітчизняних вчених: О. Ареф'євої, М. Бойко, Н. Брюховецької, І. Булеєва, В. Галасюка, А. Головача, І. Івасіва, М. Кадничанського, М. Козоріз, О. Лобанова, О. Мендрула, Т. Момот, Г. Островської, Н. Рудь, М. Стецька, О. Терещенка, Г. Швиданенко, М. Чумаченко та ін.

В роботах наведених науковців розкриваються різні аспекти управління та оцінки вартості або фінансового потенціалу підприємства. Але жодне дослідження на сьогоднішній день не розкриває в повній мірі взаємозалежностей наведених категорій.

Метою написання статті є обґрунтування доцільності розгляду фінансового потенціалу підприємства як ключового чинника формування вартості підприємства торгівлі та оцінка забезпеченості діяльності підприємств торгівлі України фінансовими ресурсами з позицій можливостей формування їх фінансового потенціалу та вартості.

В контексті забезпечення інвестиційної привабливості підприємства в стратегічній перспективі поняття «вартість» та «потенціал» розглядаються як дві невід'ємних економічних характеристики. Динаміка значень їхніх оціночних економічних показників виступає комплексними вимірниками успішності вибору та реалізації стратегії розвитку підприємства. Проте на сучасному етапі розвитку стратегічного менеджменту відсутній єдиний підхід до характеристики взаємозв'язку названих економічних понять.

В численних публікаціях з проблематики дослідження існує два ключових підходи до характеристики взаємозв'язку вартості та потенціалу підприємства: з позицій ресурсної концепції трактування сутності поняття потенціалу підприємства, вартість виступає комплексним оціночним показником його потенціалу; з позицій компетентнісного та результативного підходів: потенціал необхідна детермінанта формування та зростання вартості.

Вартість підприємства є порівняно новою економічною характеристикою, яка активно почала використовуватися в практичній діяльності та в межах дослідження підприємства як об'єкта інвестування у 80-ті роки ХХ ст. у США. В названий період в межах консалтингової діяльності сформовано концепцію VBM (ціннісно-орієнтованого управління) в першу чергу як механізму протидії корпоративному рейдерству.

Економічним базисом останнього слугувало перевищення внутрішньою вартістю підприємства його ринкової вартості (ринкової капіталізації). Що забезпечувало придбання підприємства з високим потенціалом розвитку за його нижчою вартісною оцінкою. Генезис розвитку VBM підтверджує необхідність поглиблення дослідження взаємозв'язку понять вартість та потенціал підприємства. З урахуванням того, що вартість підприємства є стратегічним фінансовим показником, доцільно спрямувати дослідження в першу чергу на характеристику її взаємозв'язку з фінансовим потенціалом.

Вартість – еквівалент цінності об'єкта оцінки, виражений у ймовірній сумі грошей [1]. Оцінювання вартості підприємства виконується із застосуванням методів доходного, витратного та порівняльного (ринкового) підходів. Врахування потенціалу розвитку підприємства передбачено в межах доходного підходу, зокрема методу дисконтування чистих грошових потоків. Основними детермінантами формування вартості підприємства в його межах визначають: чисті грошові потоки, які очікуються від діяльності підприємства; ризик інвестицій та обумовлена ним вартість залучення і обслуговування капіталу; потенціал зростання (розширення) бізнесу; можливості виникнення чи наявності сприятливих можливостей розвитку у майбутньому. Тобто, про формування вартості підприємства торгівлі свідчить зростання його майбутніх чистих грошових потоків при визначеному рівні ризику. Грунтуючись на наведений перелік детермінант, можна твердити, що, перші дві одночасно є також ключовими характеристиками фінансового потенціалу підприємства.

Необхідним підґрунтям характеристики взаємозв'язку вартості підприємства та його фінансового потенціалу є розуміння сутності останнього.

Фінансовий потенціал можна охарактеризувати як відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату з умови:

- можливості залучення капіталу в обсязі, необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів;
- наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності та фінансової стійкості;
- рентабельності вкладеного капіталу;
- наявності ефективної системи управління фінансами, що забезпечує прозорість поточного та майбутнього фінансового стану [2].

Фінансовий потенціал – це можливості підприємства одержувати і використовувати фінансові ресурси. Це сукупність можливостей ефективного залучення та витрачання коштів [3, стор. 256].

Науковці розглядають сутність фінансового потенціалу підприємства переважно з точки зору ресурсної концепції – як сукупність фінансових ресурсів, яку може залучити підприємство для реалізації своїх стратегічних і тактичних завдань. Разом із тим, в останні роки набув популярності компетентністний підхід до визначення сутності потенціалу підприємства. Ключові компетенції, за визначенням К. Прахалада і Г. Хамела, це «ядро фірми» у вигляді некодифікованого (організаційно-специфічного) знання, що не може бути ретрансльовано іншій фірмі [3, стор. 79].

Безперечно, що фінансовий потенціал підприємства ґрунтується на цілком об'єктивних передумовах – наявності та можливостях залучення фінансових ресурсів.

На думку К. Ільїної фінансовий потенціал підприємства включає три аспекти: фінансовий потенціал стійкості, фінансовий потенціал забезпечення та фінансовий потенціал розвитку [2, с. 258]. Автор вважає, що для оцінки фінансового потенціалу стійкості та фінансового потенціалу забезпечення можна скористатися відомими методиками фінансового аналізу, найбільш поширеним серед яких є коефіцієнтний метод. Для оцінки фінансового потенціалу стійкості потрібно обрахувати коефіцієнти фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності; для оцінки фінансового потенціалу забезпечення – показники ділової активності, показники рентабельності, показники кредитоспроможності. Що ж до фінансового потенціалу розвитку, то для його оцінки необхідно застосовувати систему показників оцінки інвестиційних проектів підприємства, сукупність яких і створює передумови розвитку діяльності підприємства.

З позицій управління вартістю підприємство розглядається в цілому як об'єкт інвестування, або сукупність інвестиційних проектів. Формування вартості підприємства, в свою чергу, забезпечується ефективною реалізацією таких інвестиційних проектів. Вартість підприємства, як оціночна величина, визнана альтернативою чистої приведенної вартості (NPV). Остання, в свою чергу, входить в групу ключових показників оцінки ефективності інвестиційних проектів. З урахуванням сказаного, доцільно зазначити, що вартість підприємства як оціночний показник з позицій ресурсного підходу відображає фінансовий потенціал його розвитку.

В поточній перспективі індикаторами формування вартості підприємства є класичні фінансові показники рентабельності: рентабельність власного (ROE) та інвестованого капіталу (ROIC), рентабельності активів (ROA), економічна додана вартість (EVA) та ін. Динаміка значень названих показників відображає, ефективність використання інвестованого капіталу підприємства та його структури, визначає потенційні можливості залучення фінансових в наступних періодах та в цілому є параметрами фінансового потенціалу стійкості та забезпечення відповідно до концепції К. Ільїної.

Наступна частина нашого дослідження буде присвячена оцінюванню формування вартості підприємств торгівлі за ключовими індикаторами фінансового потенціалу стійкості та забезпечення.

Перш за все, проаналізуємо динаміку розвитку галузі за останні роки за основними показниками. На жаль, на момент підготовки статті не всі статистичні дані за 2015 рік опубліковані на офіційному сайті Державної служби статистики України. Тому аналітичний період по деяких показниках обмежується лише 2014 роком.

Роль торгівлі у економічному розвитку України можна охарактеризувати за допомогою даних табл. 1. Наведені дані свідчать про поступове зростання обсягу ВВП України у фактичних цінах, яке спостерігалося протягом 2010–2015 рр. Обсяг ВВП по торгівлі також зростав впродовж всього досліджуваного періоду, крім 2014 року. Частка торгівлі у сукупному ВВП протягом 2010–2013 рр. поступово збільшувалася (з 15,2% до 15,7%), після чого в 2014–2015 рр. відбулося деяке її зменшення в порівнянні із 2013 та базовим роками (до 14,2% та 14,6%, відповідно). Протягом всього досліджуваного періоду торгівля посідала найбільшу частку у формуванні сукупного ВВП країни. Для порівняння, друге місце за часткою у сукупному ВВП (близько 11%) посідає переробна промисловість.

Аналізуючи дані таблиці 1, можна побачити, що в 2014 році кількість суб'єктів господарювання в Україні зменшилася в порівнянні з базовим 2010 роком, але збільшилася в порівнянні із 2011–2013 рр. Така динаміка характерна і для суб'єктів господарювання в торгівлі, частка яких перевищує 50% від загальної кількості суб'єктів господарювання в економіці України.

Суб'єкти господарювання поділяються на підприємства та фізичні особи-підприємці, частка яких у кількості суб'єктів господарювання розподілена близько 20% : 80% відповідно. В загальній кількості підприємств України частка торговельних підприємств складає близько 30%, тоді як в загальній кількості фізичних осіб-підприємців цей показник в два рази більший.

Таблиця 1

Основні показники розвитку торгівлі України за 2010–2015 рр. [4]

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Валовий внутрішній продукт (млрд. грн)	1082,6	1302,1	1411,2	1454,9	1566,7	1979,5
– в т.ч. торгівля	164,8	203,8	216,7	229,1	222,7	288,1
– у% до загального обсягу	15,2	15,6	15,4	15,7	14,2	14,6
Кількість суб'єктів господарювання, всього (тис. од.)	2183,9	1701,6	1600,1	1722,1	1932,2	x
– в т.ч. торгівля	x	x	843,1	890,7	988,7	x
– у% до загальної кількості	x	x	52,7	51,7	51,2	x
Кількість підприємств (тис. од.)	378,8	375,7	364,9	393,3	341,0	343,4
– в т.ч. торгівля	110,2	111,6	103,8	110,4	94,0	93,8
– у% до загальної кількості	29,1	29,7	28,4	28,1	27,6	27,3
Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (млрд.грн.)	3596,7	4202,5	4459,8	4334,6	4170,7	4973,4
– у т.ч. торгівля	x	1725,9	1783,7	1782,4	1629,7	1831,1
– у% до загального обсягу	x	41,1	40,0	41,1	39,1	36,8

Значною є і питома вага обсягу реалізації продукції в торговельній галузі, яка в останні роки складала 40–41% у загальному обсязі реалізації продукції в Україні. Хоча останні два роки цей показник характеризувався тенденцією до зменшення і в 2015 році склав 36,8%.

Ключовим показником, динаміка значення якого у грошовому вимірі визначає спроможність підприємств формувати власні фінансові ресурси, доходи власників та вартість підприємства в цілому, є чистий прибуток. Далі проаналізуємо динаміку фінансових результатів діяльності підприємств торгівлі України та порівняємо їх з аналогічними показниками по економіці країни в цілому.

На рис.1 продемонстровано динаміку загального обсягу чистих доходів, обсягу витрат та чистого прибутку підприємств торгівлі.

З рисунку видно, обсяг витрат майже співпадав з обсягом доходів, що спричиняло утворення незначного за обсягом чистого при-

бутку підприємств торгівлі. Значення цього показника досягло свого максимуму у 2011 році, після чого відбулося його різке скорочення. В 2013–2014 рр. за результатами діяльності в торговельній галузі утворився збиток в обсязі більш, ніж 13 млрд. грн. В 2015 р. обсяг чистого збитку зменшився до 9,4 млрд. грн., але все ж таки діяльність підприємств торгівлі, так як і по економіці України в цілому, залишається збитковою. Можна лише відмітити той факт, що обсяг збитку по підприємствах торгівлі в 2013-2014 рр. був майже однаковим, тоді як по економіці в цілому обсяг збитку за наведений період зріс в 25 разів.

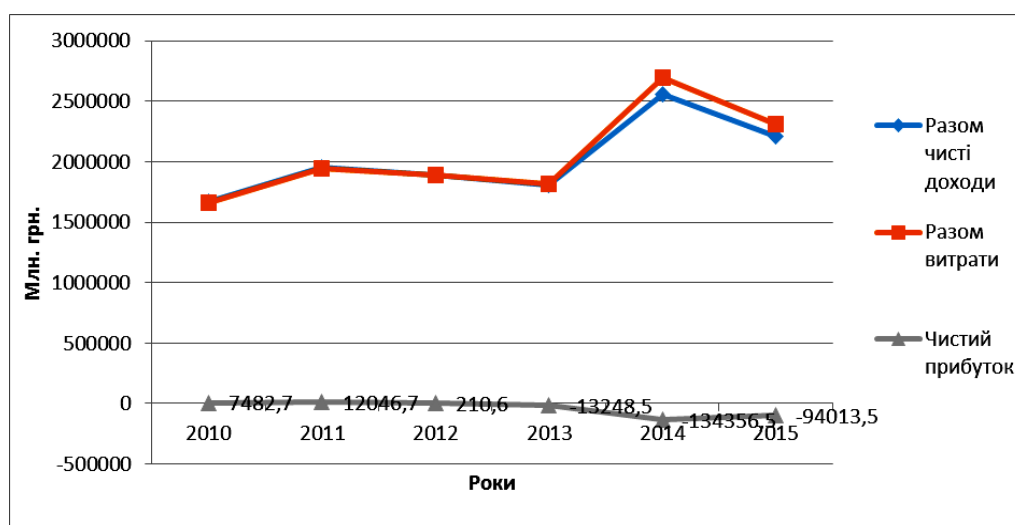


Рис. 1. Динаміка основних показників фінансових результатів підприємств торгівлі України в 2010–2015 рр. [4]

З огляду на те, що основою формування фінансового потенціалу є ступінь забезпеченості фінансовими ресурсами, проаналізуємо динаміку обсягу та складу капіталу підприємств торгівлі України за 2010–2015 рр. (рис. 2, рис. 3). З позицій формування вартості підприємства структура капіталу має безпосередній вплив на вартість його залучення, ризик інвестування в підприємство та мінімальний рівень доходності інвестування.

З рисунку 2 видно, що обсяг капіталу підприємств торгівлі України мав тенденцію до збільшення протягом 2010–2014 рр. Але темп приросту капіталу був помітно повільніший, ніж по економіці України в цілому (28% та 44%, відповідно).

Це свідчить про збільшення можливостей галузі щодо фінансування діяльності за рахунок як власних, так і позикових джерел. Але

якщо темп зростання загального обсягу капіталу склав 28%, то обсяг власного капіталу підприємств торгівлі зазнав зменшення за досліджуваний період на 53%. Тут необхідно приділити увагу саме останньому року аналітичного періоду: якщо в 2013 році в порівнянні з 2010 роком обсяг власного капіталу підприємств торгівлі повільно зростає, то в 2014 році ми спостерігаємо зменшення його обсягу більше, ніж в 2 рази. Якщо на початок 2014 року обсяг власного капіталу підприємств торгівлі складав 100 млрд. грн., то на кінець року його обсяг зафіксований на рівні – 24 млрд. грн. Така тенденція є дуже загрозливою для перспектив розвитку не тільки галузі, а й економіки країни в цілому. Також з рисунку видно, що частка власного капіталу у фінансуванні діяльності підприємств торгівлі України зовсім незначна. Детальніше ця проблема буде вивчена далі.

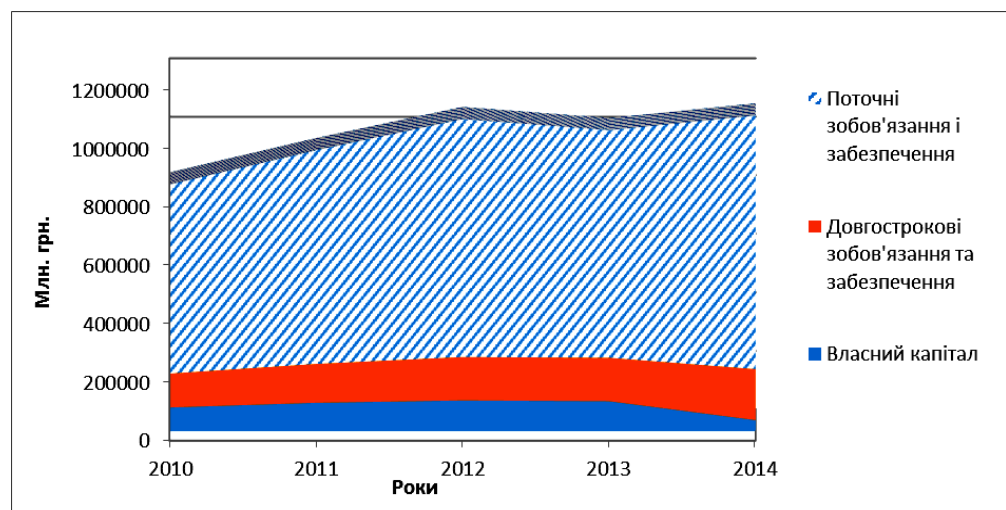


Рис. 2. Динаміка обсягу та складу капіталу підприємств торгівлі України в 2010–2014 рр. [4]

В цілому по економіці України ситуація дещо краща, але дефіцит власних джерел фінансування діяльності є значним. Так, питома вага власного капіталу в загальному обсязі капіталу, як видно з рис. 3, складає близько 30%. При цьому темп зростання власних джерел фінансування за досліджуваний період виявився в 2 рази нижчим за темп зростання позикового капіталу. Причому ситуація погіршилася саме за останній аналітичний рік.

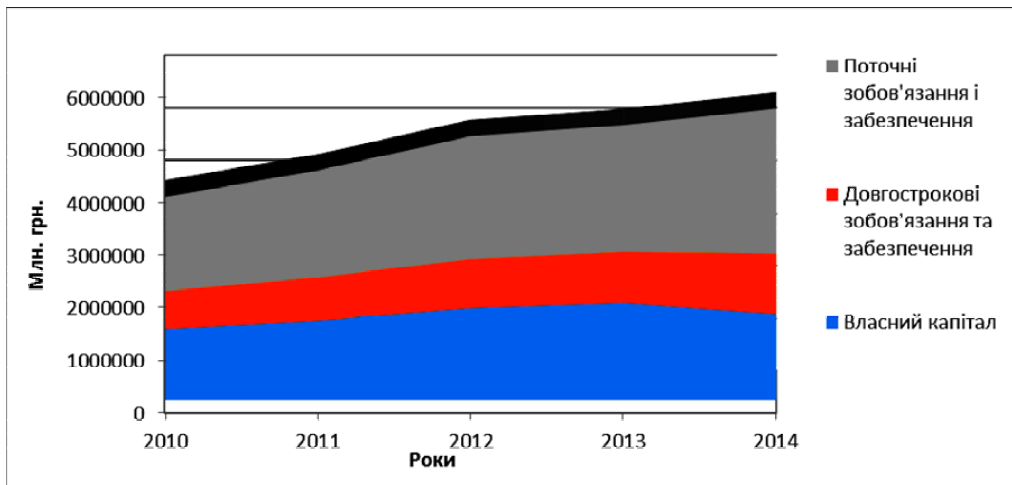


Рис. 3. Динаміка обсягу та складу капіталу суб'єктів господарювання в Україні в 2010–2014 рр. [4]

Слід також акцентувати увагу на досить незначній частці довгострокового позикового капіталу у фінансуванні діяльності підприємств як в цілому по економіці України, так і по підприємствах торгівлі. В першому випадку вона складає близько 21%, а в другому – дещо більше 16%. Таким чином, особливістю фінансування діяльності не тільки вітчизняних підприємств торгівлі, але і діяльності суб'єктів господарювання України в цілому, є суттєво переважаюча питома вага поточних зобов'язань, тобто різних форм позикових фінансових ресурсів, що залучаються на період до 1 року. Для фінансування операційної діяльності підприємств з нетривалим операційним циклом це цілком прийнятно, але якщо мова йде про підприємства з тривалим операційним циклом, або про інвестиційну діяльність будь-якого підприємства, таке джерело фінансування може використовуватися лише в обмежених обсягах.

Наочно ситуацію із структурою джерел фінансування діяльності підприємств України в цілому та підприємств торгівлі, зокрема, можна представити за допомогою рисунків 4, 5 і 6. На рис. 4 зображено динаміку коефіцієнта концентрації власного капіталу (коефіцієнта автономії), який для фінансово стійкого підприємства має становити не менше ніж 0,5.

З рисунку видно, що протягом останніх п'яти років спостерігається суттєве скорочення коефіцієнта концентрації власного капіталу по інших видах діяльності, що не включають торговельну діяльність. Так, якщо в 2010 році його значення хоч і не досягало рекомендованого,

але наближалось до нього, то в 2014 році значення показника скоротилося до 0,29. По підприємствах торгівлі тільки 3,5% від загального обсягу джерел фінансування складають власні джерела. І в 2014 році значення показника набуло свого мінімуму за останні 5 років, скоротившись на 65% (більше, ніж в 2 рази) в порівнянні із 2013 роком.

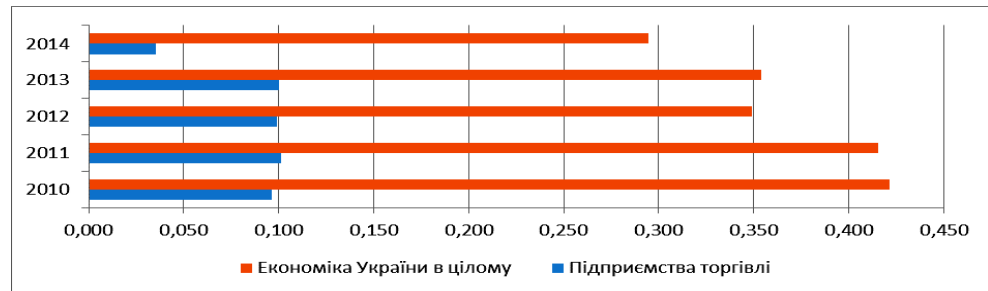


Рис. 4. Порівняльна динаміка коефіцієнта концентрації власного капіталу за 2010–2014 рр. [4]

На рис. 5 продемонстровано порівняльну динаміку коефіцієнта структури довгострокових вкладень для підприємств торгівлі та підприємств інших видів економічної діяльності.

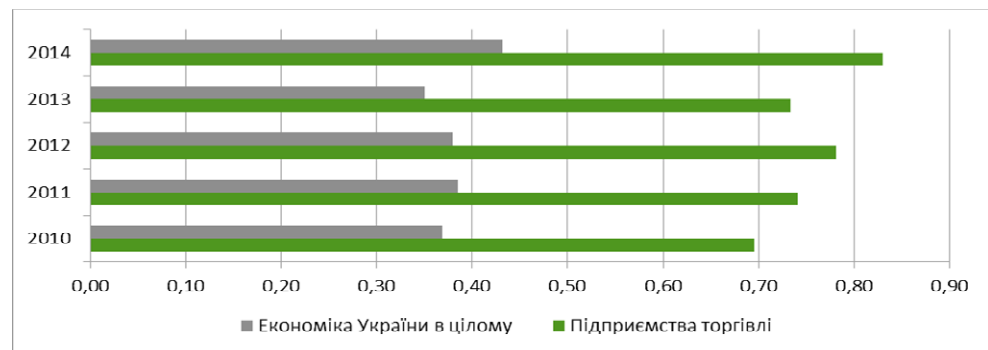


Рис. 5. Порівняльна динаміка коефіцієнта структури довгострокових вкладень в 2010–2014 рр.

Коефіцієнт структури довгострокових вкладень характеризує частку, яку посідає довгостроковий позиковий капітал в обсязі необоротних активів. Низьке його значення може свідчити про неможливість залучення довгострокових кредитів, а надто високе або про можливість надання надійних застав чи поручительств, або про високий ступінь

залежності від сторонніх інвесторів. З огляду на невисоку частку необоротних активів в загальному обсязі активів підприємств торгівлі та доволі значні обсяги довгострокового позикового капіталу, цей показник більше, ніж в 2 рази перевищує аналогічний показник по підприємствах інших видів економічної діяльності, що підтверджує високий ступінь залежності діяльності підприємств торгівлі від кредиторів.

Коефіцієнт довгострокового залучення позикового капіталу, який по підприємствах торгівлі є в 2 рази більшим за аналогічний показник інших підприємств (рис. 6), свідчить про те, що в торгівлі близько 60% довгострокових джерел фінансування діяльності припадає саме на довгостроковий позиковий капітал, тоді як на підприємствах інших видів економічної діяльності на довгострокові кредити припадає 30%, а решта – власний капітал.

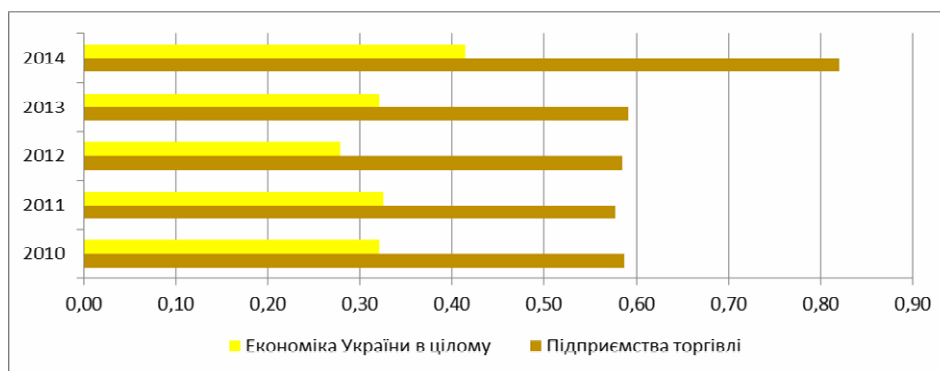


Рис. 6. Порівняльна динаміка коефіцієнта довгострокового залучення позикових коштів у 2010-2014 рр.

В той же час в структурі позикового капіталу підприємств торгівлі тільки 15% припадає на довгостроковий позиковий капітал, тоді як по підприємствах інших видів економічної діяльності цей показник складає 30%.

Висновки. Отже, в контексті забезпечення інвестиційної привабливості підприємства в стратегічній перспективі поняття «вартість» та «потенціал» слід розглядати як дві невід’ємні економічні характеристики. Динаміка значень їхніх оціночних економічних показників виступає комплексними вимірниками успішності вибору та реалізації стратегії розвитку підприємства. Проте в науковій літературі на сьогодні не представлено повної характеристики взаємозв’язку цих економічних параметрів.

Фінансовий потенціал виступає важелем формування вартості

підприємства. Всі аспекти фінансування діяльності підприємства в поточному періоді та стратегічній перспективі мають безпосередній взаємозв'язок з ключовими детермінантами вартості підприємства: чистими грошовими потоками, вартістю капіталу, економічною доданою вартістю.

Можливості формування та використання фінансового потенціалу і вартості підприємства в загальному досліджено за даними Державної служби статистики України.

В період з 2013 по 2015 рік спостерігається погіршення характеристик фінансового потенціалу підприємств торгівлі та можливостей формування їх вартості. В першу чергу, в результаті збитковості діяльності.

Аналіз забезпеченості діяльності підприємств торгівлі фінансовими ресурсами як основної складової фінансового потенціалу продемонстрував критичну ситуацію із структурою джерел фінансування даного виду діяльності, ознаками чого є стрімке зменшення обсягу власного капіталу, який в 2015 році склав лише 3,5% від загального обсягу використовуваних фінансових ресурсів.

Подальші дослідження з проблем управління фінансовим потенціалом підприємства мають бути присвячені методологічним та методичним основам його комплексного оцінювання та взаємозв'язку з формуванням вартості підприємства, а також концептуальним основам його стратегічного розвитку.

Література

1. Національний стандарт №1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав». – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Мерзлов И.Ю. Управление финансовым потенциалом предприятия // [Електронний ресурс]: http://science-bsea.narod.ru/2008/ekonom_2008/merzlov_uprav.htm
3. Ільїна К. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку підприємства / Ільїна К. // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип 19. С. 256–261.
4. Prahalad, C. The Core Competence of the Corporation [Text] / C. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – № 3. – P. 79–91.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> .

Mikołaj Bogusz, PhD, prof. UEK
Department of Organizational Behaviors
Cracow University of Economics, Poland

SELECTED PROBLEMS OF ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

The article presents problems related to enterprise management which result from the conditions of the knowledge-based economy, and also occur in the restructuring process of firms which want to reach the level of knowledge-based organizations. The main attention is focused on the organizational model of a knowledge-based enterprise, knowledge management and managing people working for enterprises. It presents some examples of irregularities occurring in Polish firms.

Keywords: knowledge-based economy, knowledge-based organization, knowledge management, knowledge workers

Introduction. In the 20th century, the coming of the year 2000 for many theoreticians of economics and managers managing firms became a great challenge. They felt that the beginning of the 21st century would be a breakthrough for the economic theory and practice. Since the development of new technologies, especially with regard to computerization and the Internet, the development of new economic and management concepts, as well as the progressing political transformations creating market changes were an exceptional driving force behind economic successes of countries, numerous firms and individual investors, new economic and socio-political frameworks of the world were outlined. An idea of a new, global economy driven by the development of knowledge has emerged. It has a lot of advantages, but as the first experiences of the era of knowledge prove, it lacks many key solutions and also generates numerous problems with the implementation of adequate solutions adequate. And these issues are discussed in this article.

The evolution of the basic problems in managing organizations. The history of the contemporary economic activity and organization management starts at the beginning of the 19th century. A lot of inventions of the fundamental significance for industrial activity gradually create a technological base, remodel the way of working and living of societies, foster the development of firms which are treated as a wonderful «money-making machine» becoming a source of wealth for their owners. At the beginning of

the 20th century, the development of enterprises is faster and faster as a result of applying solutions formed within a scientific organization of labor which increased the efficiency of workforce. The application of production economies of scale leads, however, to surplus production and problems with selling goods, and competing by means of prices becomes an insufficient tool. Thus, the concept of marketing comes into existence, in consequence of which power in organizations is taken over from engineers by marketing department employees. Yet, they do not enjoy their dominance in firms for long because a new orientation in management appears, the global one, and organization management is taken over by managers generalists able to apply the systemic approach. They begin to use some values in practice, such as [1]: openness, comprehensiveness, orientation to the future, creativity, results orientation, cooperation. In mid-1990s, orientation to knowledge establishes and it is postulated that knowledge management should become the prevailing concept in organization management. A synthetic approach to the evolution of the basic orientations, problems, leading management mottos and concepts considering the type of the environment is presented in Table 1.

Table 1

A synthetic approach to the evolution of the basic orientations in enterprise management

Orientation	Type of the environment	Prevailing management concept	Period of prevalence (approximate dates)	Main problem	Main motto
Entrepreneurial	peaceful-accidental	management via experience and intuition	1820-1880	how to gain strength?	the stronger and more ruthless one wins
Production	peaceful-restructured	functional management	1880-1930	how to provide a cheap product?	the more efficient one wins
Market	transforming-influencing	marketing management	1930-1970	how to expand the market?	the more competitive one wins
Global	«turbulent field»	strategic management	1970 to mid-1990s	how to make human knowledge more	the wiser and faster one wins

Orientation	Type of the environment	Prevailing management concept	Period of prevalence (approximate dates)	Main problem	Main motto
				productive ?	
Knowledge-based	network turbulent	knowledge management and knowledge-based resource management	since the second half of 1990s – ?	how to manage knowledge resources efficiently?	the one able to generate distinguishing knowledge efficiently and use it wins

Source: own study based on [1], [2].

The new economy. The end of the 1990s resulted in the formation of new conditions of management. They are defined today by the term «knowledge-based economy». L. Zienkowski defines it «as an economy in which knowledge as such (outlays and the state of knowledge) becomes a more important factor determining the development rate and the level of the economic development than the outlays and the state (volume) of fixed assets» [3].

For many businesses the advent of the conditions of the knowledge-based economy has become a developmental opportunity, but also brought a lot of new challenges and threats. They primarily arise from the main advantages of the knowledge-based economy, namely [4]:

- recognizing knowledge as the fundamental factor of production being the base for the rational use of the remaining factors – labor, land and capital – resulted in the introduction of substantial changes in the manner of operations in many organizations. The changes consisted, among other things, in the purchase and use of state-of-the-art machinery stock, the use of specialist computer systems, the implementation of knowledge management systems, employment restructuring and a great number of organizational changes which have improved their functioning. However, creating knowledge-based organizations also poses threats, for example in the necessity to incur heavy investment expenditure, which with the lack of proper accurate decisions, the lack of own funds, the lack of proper fulfillment of obligations of economic partners, instability on financial markets may contribute to the loss of financial liquidity of the firm and its collapse;
- globalization – which opens new markets in the world, creating facilitations in the purchase of raw materials, materials or semi-finished

goods, as well as in selling own products, but at the same time it increases competition on firms' own markets, including local ones, creating conditions for new entries of foreign businesses;

- networking, being a consequence of the development of cooperation systems and the progressing globalization, which fosters a better use of own capacities of enterprises, the concentration of financial capitals, but through the formation of economically strong groups it threatens the existence of small and medium-sized business entities on which economies and labor markets are based, particularly in developing countries;
- turbulence creating the volatility of the future and chaos;
- broader and broader use of computer technique in business activities and many spheres of the life of societies, which brings a lot of benefits but also poses numerous threats, such as viruses inactivating systems, data thefts by hackers, malicious software (e.g. malware) gaining data from the Internet users' computers, etc.

Non-uniform development of electronic economy favors the occurrence of various types of phenomena of exclusions;

- changes in the expectations and lifestyle of societies, which creates demand for many new products and services, but also a great number of threats, such as a decrease in the birth rate level of societies, an increase in the number of divorces, isolation of individuals from communities, and establishing contacts only via modern means of communications, the growth of various addictions and the development of new social pathologies. etc.;

Therefore, enterprises become forced to compete in the conditions of: expanding globalization, increasing competition, developing cooperation systems of enterprises, fast technological changes, broader and broader use of the Internet and the development of e-business, greater and greater requirements of states and societies towards conducted activities, more and more demanding employees towards their employers. The speed of changes which are necessary to be made has increased the process of the European integration. Such conditionings put Polish firms and the firms of the former socialist block countries in a special position because they have not managed to generate experiences, new marketing skills, and flexible activities yet, and they already have to develop new skills of, among others, knowledge management and intellectual capital, as well as activities on the integrated European markets characterized by a high level of competition. The slowdown of the development of the world economy in consequence of the financial crisis of the first decade of the 21st century has given those firms a small chance to make up for the deficiencies in their competences. A lot, however, depends on the managers who have to realize a necessity to restructure enterprises and adapt them to the new conditions of activities [5].

The basic tendencies in economy and society have brought about the emergence of a new target type of organization and employees (Figure 1), as well as the management concepts focused on intangible resources. They are described below.

Changes in the enterprise organization model. Economic growth can be described on the macro level but from that level it cannot be explained. In order to understand economic growth, conducted analyses should be on the micro level, on which specific behaviors of people and enterprises appear and where new innovative solutions are created [6]. Therefore, in the first place, attention will be paid to the desired qualities of enterprises which want to be become successful in the conditions of the knowledge-based economy.

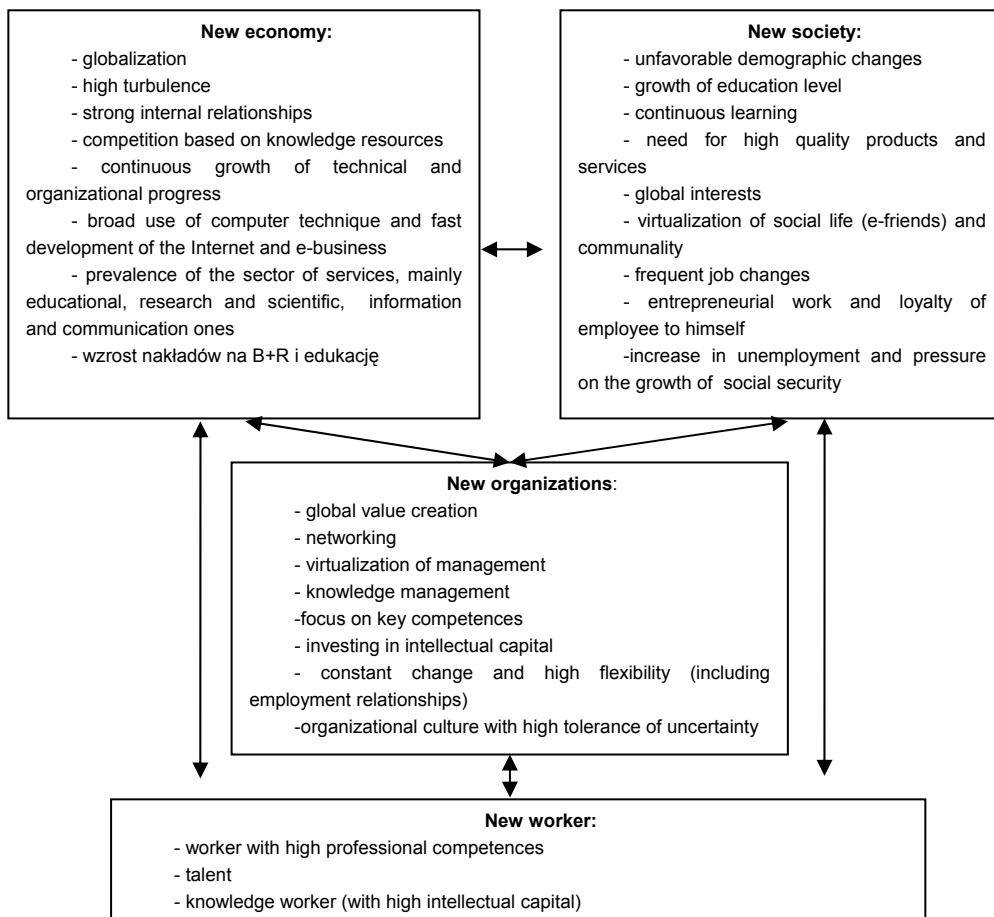


Figure 1. Basic tendencies in economy and society leading to the emergence of a new type of organization and worker

Source: own study.

Enterprises adapted to operate in the conditions of the knowledge-based economy are called knowledge-based organizations. An organization of this type is often associated with the models of a learning, intelligent, fractal, networking and virtual organization.

A knowledge-based organization can be defined as one whose activity is based on knowledge and knowledge is at the same time the fundamental source of value creation, but the value is oriented not only to the owner or a customer, but to all interacting entities, namely workers, society, partnership organizations, and other organizations, also competitive ones, through the fact of the possibility of coexistence and development. Knowledge-based organizations focus particularly on the processes of organizational learning and knowledge management, which are the base for their functioning, adaptation to changes in the environment, innovativeness, formation of creative networks (not only with partnership organizations but also with individuals) and the development of intellectual capital. Table 2 compares selected qualities of the industrial era organization and knowledge-based era organization.

Table 2

Industrial and knowledge-based model of enterprise

Distinguishing feature	Traditional, industrial enterprise	Knowledge-based enterprise
Goal	Making profit	Creating global value, for owners, customers, employees, cooperating firms, competitors, society, state and other stakeholders
Scope of activities	Regional, local	Global, multinational, supranational
Prevailing resource	Real and financial capital	Knowledge and intellectual capital
Directions of major investments	Tangible resources	Intangible resources
Organizational structure	Traditional, focused on functions of enterprise with the dominance of hierarchical relationships, a lot of pressure on control	Network, focused on relations, processes and cooperation of individuals
Power	Centralized. Source of power: location in organizational hierarchy	Decentralized. Decisions made in the place of the realization of tasks. Source of power: possessed professional competences (knowledge, abilities to act, adopted attitudes)

Distinguishing feature	Traditional, industrial enterprise	Knowledge-based enterprise
Production	Based on economies of scale, long production lines, rare changes in production, narrow assortment of production, unsophisticated product, use of specialized machines	Based on economies of scope, short production lines, frequent improvements in products and production, wide assortment, product rich in knowledge, flexible machines with easy assembly and its low cost
Marketing	Concentration on transactions – mass marketing principles prevail, e.g. focus on product qualities, selling one product to many customers, winning a continuous stream of new customers, customer surveys, economies of scale	Concentration on relationships – principles of customer relationship management prevail, e.g. focus on customer value, selling many products to one customer, winning a continuous stream of new orders from existing customers, share of wallet, economies of scope, customer knowledge management

Source: own study based on [7], [8], [9], [10], [11]

Knowledge management in enterprises. The World Bank considered the following basic pillars of the knowledge-based economy: innovation system, education system, institutional and business environment, regional factors, ICT systems, and knowledge management in an organization [12]. Recognizing knowledge management as one of the basic pillars of the knowledge-based economy should not be surprising as «the basic conditions for achieving a strong market position and a long-term competitive advantage are the continuous and holistic creation and application of knowledge in an enterprise.» [13]. It arises from the fact that knowledge resources have a unique capacity for structuring in technologies, procedures, organizational documentation, competences of people and databases, as well as the possibility to materialize in goods and services. Owing to that, knowledge can be a market product and as such it can be an object of purchase-sale transactions [14]. Meanwhile, in Poland firms have serious problems with the implementation and application of knowledge management. It is proven by the findings of numerous empirical research. For example, based on the opinion of an elite group of the Polish Quality Award winners from the years 1995–2010, there is little interest in the consideration of the problems of knowledge in the overall strategy of enterprises. From the conducted survey it results that 37% of respondents made an attempt to create and consider the KM strategy in the overall strategy, 34.8% did not make such an attempt, and

at the same time 28.2% of respondents, when giving a response, did not take a stand on this important issue. Among the reasons for ignoring the need to possess deep knowledge in the strategic decision-making process, the following were indicated: the complexity of knowledge (73.9%), its dispersion (69.5%), the lack of awareness of the importance of the knowledge-based economy (56.6%), the lack of awareness of the importance of knowledge as a significant tool of improving the effectiveness and efficiency of an organization (54.4%). At the same time, half of the respondents pointed out the lack of the awareness of the importance of knowledge as a significant tool of the competitiveness of enterprises [15].

The new theory of economic growth assumes development via education, learning through action and research [16]. To a great extent, the components of the organizational learning process are its equivalent, namely traditional learning (education), empirical (action in practice) and cybernetic learning (questioning valid assumptions and their change) [7]. The research conducted in Poland shows that in Poland the application of methods oriented to traditional and empirical learning prevails. The cybernetic learning methods are applied less frequently: searching for breakthroughs, an approach based on redundancy in generating ideas, questioning goals of an organization, planning implementation activities [17]. Therefore, the orientation to the implementation of new and innovative solutions is poor. Polish mining can be an example of failures in the adaptability of organizations to the functioning in the condition of the knowledge-based economy. Over the last few years, there was an information campaign talking about successes of the Polish mining within that scope. However, it turned out that a considerable part of it has such a large financial debt that there is a threat of bankruptcy. There is not enough money for the payment of liabilities and remunerations for employees. To date, a lot of changes have been made in the restructuring process of mines. The education and training system has been expanded, putting a lot of pressure on continuing learning. In terms of IT infrastructure, a lot of new IT systems have been implemented to improve the quality of work of mines, for greater effectiveness of work, to improve safety. In order to achieve adequate economic incentives and institutional conditions, mining development policy has been based on clusters. There has been an attempt to achieve the growth of innovative potential via the development of cooperation with research centers, universities, research centers, expert teams and forming public-private partnership. A lot has been invested in many new technologies. Yet, the Central Statistical Office data concerning the level of the innovativeness of Polish firms show that mining is characterized by the lowest level of innovativeness in the economy [18]. Ergo, has been forgotten about in the restructuring process? What arises from the invoked article is that

it is winning qualified staff (because training alone will not create high class specialists) and real knowledge management (namely, the fifth pillar of the knowledge-based economy) which have been forgotten about.

One can try to indicate a lot of causes of the described situation. For example, the blame can be put on the ignorance of managers, poor motivation of workers because of low pays, maximizing profits through minimizing costs, the lack of experience in knowledge management, but it seems that the problem lies deeper, in the Polish organizational culture [19].

Managing people working for enterprises. In firms operating in the conditions of knowledge-based management, a new structure of human resources has developed. Knowledge workers, personnel supporting them and partners participating in the value creation process (coming from external organizations and individual customers) prevail in it (Table 3). Thus, we should talk about people working for enterprises rather than about workers. In the countries reaching the knowledge-based economy, the structure is only forming.

People working for enterprises perform a central role in «anchoring» resources used in them:

- they are the owners of the key part of the knowledge resource used by the organization, that is personalized knowledge (sticking in their minds), which activates and steers the use of other intangible and tangible resources,
- they are a foothold for any relationships inside the organization and those coming out of it.

Table 3

Roles and tasks in the structure of human resources of a contemporary organization

Group of people working for an organization	Performed roles	Realized tasks	Examples
Knowledge workers	Imitative and creative	Searching for, transferring and using knowledge in creating new knowledge resources	Designers, constructors, top and middle management, technologists, public relations specialists
Personnel	Supporting	Collecting, making available and protecting information and knowledge	Secretarial services, accounts and HR department workers, production and transport equipment operation
Partners participating	1. Supporting	1. Searching for,	1. Scientists,

Group of people working for an organization	Performed roles	Realized tasks	Examples
in the value creation process: 1. External knowledge workers 2. Supporting partners	2. Imitative 3. Creative	transferring and using knowledge in creating new knowledge resources 2. Collecting, making available and protecting information and knowledge	architects, lawyers, financial advisers, 2. Leased personnel 3. Customers

Source: [20]

From the perspective of the knowledge-based economy, the indicated properties make people working for enterprises a particularly valuable asset because they acquire, create, transfer and apply a key economic resource, namely knowledge, and additionally form soft network relationships in an enterprise, to the regional and global scale. At present, no computer network will create business relationships unless people sit or stand in front of computers.

Fundamental roles in enterprises should be performed by knowledge workers. However, the way of influencing other groups of people working for the organization should also be well-thought-out and rational. The instruments which are proposed for application and which come to the fore are nowadays: human capital management, talent management, customer knowledge management.

Yet, the Polish economic practice is full of dysfunctions and pathologies with regard to human resources management. Motivating employees is an area with particular intensity of dysfunctions. Other areas, such as assessing, choosing and employing, onboarding, development and derecruitment, as research findings show, are also full of dysfunctions [21]. A lot of firms underplay the aspect of job satisfaction, focusing only on the final effect of work. Thus, the issues which are crucial for effective management, such as: effective communication between employees and their superiors, clearly defined goals and requirements, the use of feedback, improving qualifications via training and coaching, and effective motivation are ignored [22]. Such a situation obviously does not foster the development of knowledge-based organizations, creating innovations, the implementation of knowledge management, and thus reaching by the economy the level of the knowledge-based economy.

Conclusions. «In the twentieth century, mankind made a transition from a matter-based economy to one based on ideas – from an emphasis on natural resources to focusing on thought, design and organization» [23]. In the literature of the subject, there are dozens of such statements. But it is already the second decade of the 21st century, and in Poland, during a discussion on the economic growth, politicians and entrepreneurs in the first place use the industrial production volume indicators. The solution of economic problems and the acceleration of the development of enterprises requires a change in the mindset of managers and employees, as well as political elites. Outdated thinking patterns must be replaced with new ones, adequate for the contemporary times. It is necessary to create a new economic culture – a culture of the knowledge-based economy. And in enterprises it is necessary to implement organizational culture fostering intangible resource management, relying on the value of high employee competences and innovativeness. It can be only achieved via the development and continuous improvement in national innovation systems and national education systems, along with an increase in the access of all members of the societies of Europe to them.

References

1. *Wawrzyniak B.* Polityka strategiczna przedsiębiorstwa / B. Wawrzyniak – Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1989, pp. 17–24, 33–34.
2. *Wawrzyniak B.* Odnowianie przedsiębiorstwa. Na spotkanie XXI wieku / B. Wawrzyniak – Poltext, Warszawa, 1999, p. 33.
3. *Zienkowski L.* Gospodarka «oparta na wiedzy» – mit czy rzeczywistość? [in:] Wiedza a wzrost gospodarczy, edited by L. Zienkowski / L. Zienkowski – Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2003, p. 15.
4. *Stefaniuk T.*, Information security in organization in the Knowledge-based Economy, [in:] Organization in changing environment. Conditions, methods and management practices, edited by: B. Domańska-Szaruga, T. Stefaniuk / T. Stefaniuk, B. Mięka – Studio Emka, Warszawa 2014, p. 65.
5. *Mikuła B.* Zasoby ludzkie nowej generacji, [in:] Społeczne wymiary zarządzania nowoczesnymi przedsiębiorstwami. Ludzie – kultura organizacji – społeczna odpowiedzialność, edited by J. Stankiewicz / B. Mięka – University of Zielona Góra, Zielona Góra 2010, pp. 11–20.
6. *Kulkiński A.* Gospodarka oparta na wiedzy – społeczeństwo oparte na wiedzy – trajektoria regionalna / A. Kulkiński // Nauka i Szkolnictwo Wyższe. – 2003 – 2 (22), pp. 58–59.
7. *Mikuła B.* Organizacje oparte na wiedzy / B. Mięka – Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, pp. 37-39, 161–168.

8. *Bratnicki M.* Podstawy współczesnego myślenia o zarządzaniu / M. Bratnicki. – The University of Dąbrowa Górnicza, Dąbrowa Górnicza 2000, p. 53.
9. *Roberts J.* The modern firm. Organizational design for performance and growth / J. Roberts – Oxford University Press, Oxford 2004, pp. 48–49.
10. *Tiwana A.* Przewodnik po zarządzaniu wiedzą. E-biznes i zastosowania CRM / A. Tiwana – Placet, Warszawa 2003, p. 47.
11. *Leibold M.* *Strategic Management in the Knowledge Economy* / M. Leibold, G. Probst, M. Gibbert – Publicis KommunikationsAgentur GmbH, GWA, Erlanger 2002, p. 19.
12. *Pluta-Olearnik M.* Marketing of Knowledge Based Services / M. Pluta-Olearnik // Marketing of Scientific and Research Organizations. – 2013 – 3 (9), p. 6.
13. *Perechuda K.* Dyfuzja wiedzy w przedsiębiorstwie. Wizualizacja i kompozycja / K. Perechuda – Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2005, p. 32.
14. *Sopińska A.*, Zasoby wiedzy w organizacjach sieciowych / A. Sopińska // Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów, Zeszyt Naukowy – 2012 – 118, p. 22.
15. *Skrzypek A.* Zarządzanie wiedzą w ujęciu teoretyków oraz w opinii przedsiębiorstw – laureatów Polskiej Nagrody Jakości / A. Skrzypek // Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, Vol. 26, No. 1, June 2015, pp. 162–163.
16. *Conceição P.* Expectations for the university in the knowledge-based economy / P. Conceição, M. V. Heitor, P. M. Oliveira // Technological Forecasting and Social Change – 58.3 – 1998, pp. 203–214.
17. *Łukasik P.* Komunikacja i organizacyjne uczenie się w kontekście wspomaganie innowacji / P. Łukasik – Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2015, p. 49.
18. *Hader A.* Funkcjonowanie górnictwa węgla kamiennego w gospodarce opartej na wiedzy / A. Hader, M. Tkocz // Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego – 21 – 2013, pp. 78–92.
19. *Mikuła B.* Kulturowy kontekst funkcjonowania organizacji w Polsce, [in:] Kultura organizacyjna we współczesnych organizacjach, edited by: K. Szymańska / B. Mikuła – Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2014, pp. 19–28.
20. *Mikuła B.* Potencjał społeczny przedsiębiorstwa i podstawy jego rozwoju, [in:] Zachowania organizacyjne w kontekście zmian, edited by: M.

Jabłoński / B. Mięka – Department of Organizational Behaviours, Cracow University of Economics, Kraków 2015, pp. 13-14.

21. *Mięka B.* Dysfunkcje w zarządzaniu zasobami ludzkimi w MSP w Polsce, [in:] Zarządzanie kapitałem ludzkim w warunkach niestabilności otoczenia, edited by: J. Kardas / B. Mięka – Studio Emka, Warszawa 2014, pp. 238–250.
22. *Fiech M.* Pomijanie działań kształtujących poziom zadowolenia zawodowego pracowników jako przejaw dysfunkcji w procesie zarządzania zasobami ludzkim / M. Fiech, K. Mudyń // *Problemy Zarządzania.* – 9.4 (34) – 2011, pp. 158.
23. *Contractor F.J.* The growth of alliances in the knowledge-based economy / F. J. Contractor, P. Lorange // *International Business Review.* – 2000 – 11 (4), pp. 488.

Wojciech Misterek, Ph.D.

Department of Banking, Maria Curie Skłodowska University in Lublin

Ireneusz Samodulski, M.A.

Polish Academy of Sciences Foundation

ESTIMATION OF POTENTIAL DEVELOPMENT FOR ENTREPRENEURIAL INNOVATION THROUGH INVOLVEMENT OF ENTITIES OF LOCAL GOVERNMENTS

Introduction

In recent years innovations became one of the most important areas of research. They are discussed both in terms of economical entities creating advantages on market enabling them to keep one step ahead off the rest and to win new markets¹, as well as in context of economical development of given countries². It should be noticed though that the Polish pro-innovative policy implemented for many years still fails to deliver the expected results,

¹ W. P. Creamer, P. Amaria: The effect of business transformation and innovation economics on sustainable corporate competitive advantage, *Research in Business & Economics Journal.* Jul2012, Vol. 6, p 1–34.

² N. Jacknis, Government's Role In Facilitating An Innovative Economy. *International Journal of Innovation Science.* Sep2011, Vol. 3 Issue 3, p 107–116.

which is proved by lower than expected position of Poland and her regions in innovation rankings. The newest report of The European Innovation Scoreboard 2016 based on data from 2015 put Poland on the 23rd position among 28 European Union countries which is only higher than countries like Romania, Bulgaria, Croatia, Latvia and Lithuania. Importantly, the Summary Innovation Index (SII) (for Poland – 0.292) was almost two times smaller than the medium index for the entire European Union (0.521) and almost three times smaller than Sweden (0.704) that was the state with the highest index³. This means that in terms of innovation Poland was overtaken not only by the Western Europe countries, to which level she always tries to systematically reach, but also by the Central – East Europe. In here, especially interesting seem higher indices of states from the Visegrad Group, meaning Hungary, Czech Republic and Slovakia, for these are states which underwent transformations in similar time and dealt with difficulties corresponding to those of Poland. Furthermore, data analysis using Regional Innovation Scoreboard 2016⁴ showed that all the Polish regions were put in two lowest categories for innovation (Figure 1). As a result, inefficient development of innovation for the entire Polish economy is linked to a very low position of her given regions which strongly influences a limited ability of local governments to attract potential investors. In this respect it is worth emphasizing that key advantages in competition for obtaining big industrial investments that were used in recent years, meaning the large and receptive market, cheap and qualified workforce and low-cost investment areas, are gradually expiring and hence the search for new advantages is essential. Naturally, innovativeness can be one of them.

³ The European Innovation Scoreboard 2016, The European Commission, http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_pl, 28.09.2016

⁴ Regional Innovation Scoreboard 2016, The European Commission, http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en, 28.09.2016

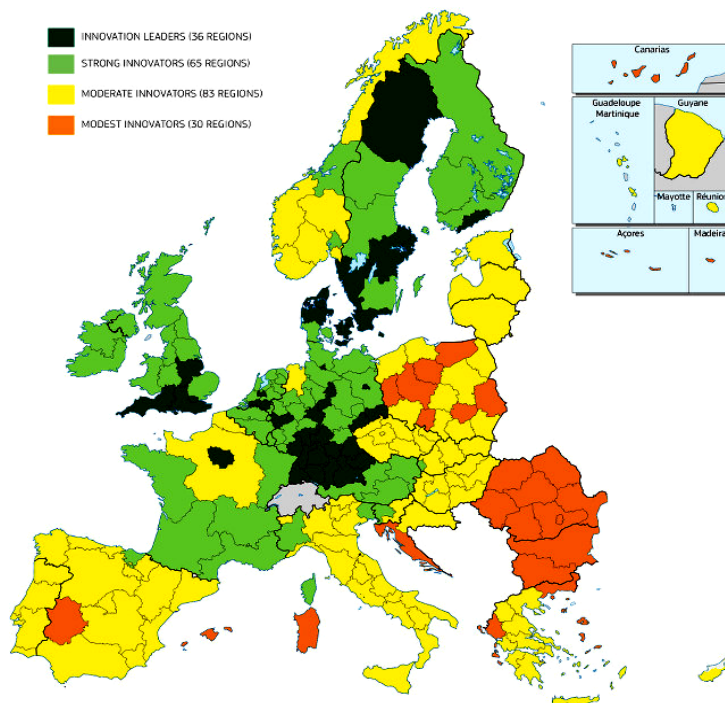


Figure 1. Regional innovativeness in the European Union

Source: Regional Innovation Scoreboard 2016, The European Commission, http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en, 28.09.2016

The abovementioned information cause to wonder in which areas innovative processes in both the country and her regions can be made more dynamic. It seems that one of them can be greater involvement of entities of local governments. This statement is supported by literature discussing creation of local innovation systems and bigger participation of local governments in this area.

These views change the past conception of a systemic innovation support which were initially focused on national systems and on building international institutional solutions. Those activities were supposed to mainly initiate an innovation demand in scientific area as well as increase engagement of the business in search for already existing technological solutions⁵. Those solutions, even though allowing for cumulating financial resources in chosen areas, did not generate an appropriate level of diffusion of innovation to entrepreneurs.

⁵ B.A. Lundvall, *National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, London 1992, Anthem Press, s.2–8.

Since the end of the 20th century, especially in the European Union, there were researches connected with supporting innovative enterprises on the regional level and using regional innovation systems (RIS). They are based on the theory of interactions between business environment institutions and business entities. Such construction enables regional institutions for encouraging business entities in direction of greater activity in terms of creating innovative projects and for exchanging experience within so-called innovation web.⁶

Only recently has been taken the subject of local innovation systems that would use a potential characteristic for every area. This solution offers greater possibilities of shaping the offer of particular services to the businessmen' expectations, as well as a greater effectiveness of transferring knowledge between entrepreneurship active in similar economical environment. However, it ought to be emphasized that research conducted in this area concerns mainly major urban areas.⁷

Studies conducted in this publication fit in the last research trend described. The aim of the publication is to analyze factors influencing the current limited engagement of municipalities in developing business innovation. The basis of this analysis was study conducted within the framework of activities of the Municipal Dialogue Centre operating at the Polish Academy of Sciences Foundation in Lublin. Municipals involved in the survey belong to the Lublin Voivodship.

1. The methodology and description of a research sample

Within the framework of activities of the Municipal Dialogue Centre, the Polish Academy of Sciences Foundation in Lublin conducted interview surveys in municipalities of the Lublin Voivodship. They were carried out from March to June 2016 using the CAWI technique. The subject of the survey was identification and qualification of how cities influenced municipalities in the Lublin Voivodship and one of the areas was analyzing municipal activity within the scope of supporting innovative enterprises. The survey was directed to all the 217 municipalities of the Lublin Voivodship, of which 170 are rural municipalities, 23 – urban-rural municipalities, 20 – urban municipalities and 4 county seats. Questions put in questionnaires were

⁶ P. Cooke, M. Uranga, G. Etxebarria, *Regional innovation systems: Institutional and organizational dimensions*, *Research Policy*, 26(4–5)/1997, s. 475–491,

⁷ A.Vazquez-Barquero, *Endogenous Development: Networking, Innovation, Institutions and Cities*, *Routledge Studies in Development Economics*, London 2002, Routledge, s. 18–26.

answered by the representatives of the municipal management chosen by the head of the local authority, the Mayor or the head of the district authority. The survey was answered by 175 units which consists of 80.6% of the research group. The biggest respondent group were rural municipalities – 141 which is almost 82.9% of rural municipalities from the Lublin Voivodship. The greatest rate of returning surveys occurred among urban-rural municipalities since all the 23 entities in this group effectively took part in the research. The smallest rate of returning surveys occurred among urban municipalities and county seats. Respectively, 9 entities of the former and 2 entities of the latter participated in the research which gives 45% of total urban municipalities in the Lublin Voivodship and 50% of its county seats.

Table 1

Respondent groups

Municipalities	Number in a voivodship	Number of surveyed entities	Share of surveyed entities,%
Rural	170	141	82.9
Urban – Rural	23	23	100
Urban	20	9	45
County seats	4	2	50
TOTAL	217	175	80.6

Source: compiled on the basis of the results of surveys.

2. Involvement of local government entities in supporting innovative enterprises

Analyzing of data from table 2 shows that municipal engagement in supporting innovative enterprises is on a very low level. Although the majority of entities, in their long-term development strategies, points at encouraging business entities to realize innovation projects as being essential, and part of them in the aforementioned documents even describe appropriate actions that should be taken⁸, the reality shows absolutely different situation. Among all of the surveyed municipalities only 4% of the respondents declared that they prefer innovative enterprises in their actions concerning development of entrepreneurship and the next 8% indicated that such

⁸ W. Misterek, Rola gmin we wspieraniu projektów innowacyjnych przedsiębiorstw, red. nauk. M. Dylewski, Przestrzeń w nowych realiach gospodarczych, Zeszyty naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu nr 5/2015, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2015, pp. 59–60.

preference rather occurs. This means that the mainstream of surveyed municipalities takes steps towards supporting business entities, however, in majority of cases those are steps towards entire market. As a result, innovative enterprises – which are outstandingly risk-bearing especially at the point of implementing innovations – cannot count on universal and direct support from the local authorities. This is particularly evident in the case of smallest entities with limited budgets. Not even 8% of rural municipalities and less than 9% of urban-rural municipalities indicated in the survey that they prefer or rather prefer innovative enterprises in their activities supporting entrepreneurship. Explanation for this situation can be that most often innovative enterprises search for their business location in big urban areas with the best technological infrastructure and with a very well prepared network of business environment institutions providing a broad range of supporting services in both the financial aspect and the very process of implementing innovations in the enterprise. Consequently, innovative enterprises rarely ask for help in rural and urban-rural municipalities and hence such preferences have very limited practicality.

The situation is much better in urban municipalities and county seats. In case of the former those preferences concerning innovative enterprises were indicated by 44.4% of municipalities surveyed and the next 33.3% declared that such preferences rather occur. As a result, the majority of entities from this group can see reasonability in different approach to innovative enterprises and essentiality of preparing for them special tools which would make business activities and development through innovations easier.

Amongst county seats a half of the surveyed entities declared having special preferences for innovative enterprises and another half indicated that they rather have no such preferences. Between tools supporting innovative enterprises, that were mentioned most often, are: special systems of preferential local tax rates, investment terrains that were specially prepared and dedicated to those enterprises and can also be made available on preferential conditions, numerous promotional activities both within the municipality and outside it, and in certain cases consulting either by specialized municipal entities (Investor Service Centre) or by institutions of business environment created with participation of municipalities.

Table 2

Universality of municipal engagement in supporting innovative enterprises, %

Municipality type	Does your municipality prefer innovative entities in its incentives for entrepreneurship?				
	No,	Rather no	Rather yes	Yes	I have no opinion
rural municipalities	24.1	53.9	6.4	1.4	14.2
urban-rural municipalities	13.0	65.2	8.7	0.0	13.0
urban municipalities	11.1	11.1	33.3	44.4	0.0
county seats	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
TOTAL	21.7	53.1	8.0	4.0	13.1

Source: compiled on the basis of the results of surveys.

The previous data displaying that appropriate systems of support are in actuality used only in big urban municipalities and in county seats are confirmed by opinion surveys, in which respondents were supposed to express their opinions on the view that effective system of supporting innovative enterprises can be created exclusively by big municipalities and among them mainly by county seats. As the data from the table 3 indicate, over 60% of surveyed municipalities hold it as true and among them 20% clearly indicated its accuracy, and over 40% stated that it is rather accurate. It is worth noticing that the distribution of answers is very close to all the types of studied entities of local governments. Only among smaller municipalities (rural and urban-rural ones) the percentage of indications clearly confirming the studied claim is much greater than in case of their neighboring municipalities with bigger budgets. In addition to this, only 1,1% of respondents clearly indicated that the studied claim is not true and they were only two rural municipalities (Sławatycze and Tuczna). However, it should be noticed that the greater percentage of county seats (50%) and urban municipalities (44.4%) indicated that the studied claim is rather not true, if compared to the smallest municipalities (around 10%) which can result from experience in supporting innovative entities and from knowledge that such actions can be carried out in all municipalities.

Table 3

Estimation of whether effective support of innovative enterprises by entities of local governments is possible,%

Municipality type	Can effective system of supporting innovative enterprises be created exclusively by big municipalities and among them mainly by county seats?				
	No	Rather no	Rather yes	Yes	I have no opinion
rural municipalities	1.4	11.3	43.3	20.6	23.4
urban-rural municipalities	0.0	8.7	39.1	21.7	30.4
urban municipalities	0.0	44.4	44.4	11.1	0.0
county seats	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
TOTAL	1.1	13.1	42.9	20.0	22.9

Source: compiled on the basis of the results of surveys.

3. Identification of factors causing limited municipal involvement in supporting innovative enterprises

The key factor that may explain the – previously proved – very limited municipal engagement within the scope of encouraging innovative enterprises can be very poor instruments which they possess for this purpose. This is confirmed by research results from table 4 which are clearly stating that over 70% of the surveyed entities pointed that municipalities have no sufficient instruments allowing them to actively support innovative enterprises. Importantly, this opinion was equally shared by small rural municipalities and urban-rural ones as well as entities operating with much bigger budgets, i.e. urban municipalities and county seats. It is also worth noticing that not even 15% of surveyed municipalities stated that the studied claim is not true and of them only 1.1% clearly rejected this view and the next 13.1% of the municipalities pointed that it is rather not true.

Table 4

Estimation of effectiveness of tools that municipalities have in order to support innovative enterprises,%

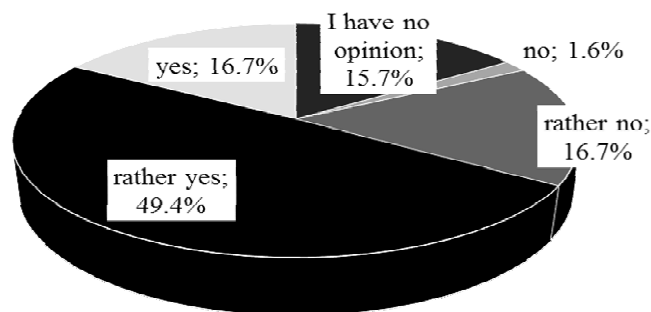
Municipality type	Municipalities have no tools enough to actively support innovative enterprises				
	no	rather no	rather yes	yes	I have no opinion
rural municipalities	1.4	9.9	44.7	27.7	16.3
urban-rural municipalities	0.0	13.0	47.8	30.4	8.7
urban municipalities	0.0	33.3	55.6	11.1	0.0
county seats	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
TOTAL	1.1	11.4	45.1	28.0	14.3

Source: compiled on the basis of the results of surveys.

This confirms existence of the problem, often emphasized in literature, that exclusively entities of national and regional level were equipped with the systems of supporting innovative enterprises which is also backed up by the data on chart 1. In the latter case it is a result of implementing the European Union policy which based the system of developing innovativeness in entrepreneurship on developing regional innovation systems (RIS) and their key element are well-developed systems of institutions of business environment. This situation seems crippled because the very entities of local government that are the closest to the business enterprises and that know the best about their needs – including those connected with implementing innovative projects – they possess no sufficient tools for effective support. Then it appears that this survey confirms the – increasingly often discussed in literature – claim that it is crucial to transfer resources for municipalities in order to increase effectiveness of their tools supposed to support development of innovativeness. It is particularly essential in case of supporting the smallest enterprises from the SME sector which cannot obtain aid from national and regional programs for R&D or for purchasing and implementing innovations

and they often aim for help to their nearest entities i.e. municipalities.

Chart 1. Opinions held by the respondent on the view that the policy of supporting innovative enterprises is implemented exclusively on a national level and by voivodship governments.



Source: compiled on the basis of the results of surveys.

As the data from the table 5 displays, the current instruments available for municipalities to support business entities allow them to act, however, their actions are directed to all the enterprises and not specifically to innovative enterprises. Accordingly, the majority of actions and resources which a municipality possesses are available for non-innovative businesses which dominate the market. Thus, the resources that are left for innovative enterprises are insufficient and very often hard to notice. This is supported by survey results in which the vast part of respondents (over 70%) agreed with the view that municipalities can influence development of entrepreneurships in given region, however, they do not decide whether those are innovative enterprises. It is interesting that for all of the surveyed groups the answers looked similar. About 20–30% of respondents clearly agreed with the aforementioned view and the next 40–50% claimed that it is rather true. With an exception of county seats, however, in this case the difference was rather caused by a small research sample.

The universality of the view discussed here is also proved by very small amount of respondents' answers contradicting it. This view was decidedly rejected only by two municipalities: one rural (Turobin) and one urban (Tomaszów Lubelski). Apart from them only 20 entities of local government rather disagrees with the view and they mostly consist of small rural

municipalities (17) and one urban-rural municipality, one urban municipality and one county seat.

Table 5

Estimation of possibility to direct municipal support towards innovative enterprises,%

Municipality type	Municipalities can influence development of business in a given region, however, they cannot decide if it will be innovative enterprises				
	No	Rather no	Rather yes	Yes	I have no opinion
rural municipalities	0.7	12.1	51.1	20.6	15.6
urban-rural municipalities	0.0	4.3	47.8	30.4	17.4
urban municipalities	11.1	11.1	44.4	33.3	0.0
county seats	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
TOTAL	1.1	11.4	49.7	22.9	14.9

Source: compiled on the basis of the results of surveys.

The last area within the scope of supporting innovative enterprises verified here is estimation of the opinion that actions directed to this business group are ineffective for municipal financial economy in the short-term perspective. Supposedly, this claim seems obvious and the majority of entities of local government should reject it. Nonetheless, as show survey results in table 6, very close respondent groups indicated both its veracity and its falsehood. Such a numerous group of representatives of municipal entities indicating veracity of the researched view may be effect of limitations in area of municipality's financial independence, especially in case of its income. For municipalities have very restricted abilities to influence the amount of their future income due to the very small meaning of their own income, including tax income, in their budgets. A very moderate facilitation in this respect is participation in income taxes (PIT and CIT), still, in this area a municipality has no instruments allowing to influence market and at the same time – the amount of budget revenues. Consequentially, looking solely from the perspective of budget and finances of a local government unit, it is unwise to invest resources into developing risk-loaded projects, i.e. innovative projects. More appropriate is supporting companies with big employment as it positively affects both budget revenues and solving many social problems of

local inhabitants. As a result, municipalities are not only unwilling to prefer in their actions innovative enterprises but sometimes they even prefer non-innovative entities which allow them to solve many problems crucial for a local community. Though, visible differences should be noticed in responses from small rural and urban-rural municipalities as opposed to more active and operating with bigger budgets urban municipalities and county seats. The latter ones more often disagreed with the researched view (22.2% of urban municipalities and 50% of county seats) which can result from their greater experience in supporting innovative enterprises and from much greater possibility to actually appreciate advantages they can obtain from engaging in such enterprises. Small units – that either have no innovative enterprises in their territory or those are so rare that do not attract any particular attention due to crucial expenses on their behalf which may be rewarded by future incomes.

Table 6

Estimation of how effective the support for innovative enterprises is for municipal financial management in a short-term perspective, %

Municipality type	Support for innovative enterprises is ineffective for municipal financial management in a short-term perspective				
	No	Rather no	Rather yes	Yes	I have no opinion
rural municipalities	8.5	24.8	27.0	5.0	34.8
urban-rural municipalities	0.0	43.5	34.8	0.0	21.7
urban municipalities	11.1	55.6	11.1	11.1	11.1
county seats	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
TOTAL	7.4	29.1	26.9	4.6	32.0

Source: compiled on the basis of the results of surveys.

Summary

Surveys cited in this publication indicate that current legal situation in Poland, and especially substantial restrictions within the scope of financial independence, heavily influence a very limited involvement of local government units in the process of supporting innovative enterprises on the local level. Municipalities, having very limited power over their incomes, are not interested in more visible engagement in supporting entrepreneurs realizing innovative projects. For it means very significant capital

participation which to a very limited degree will result in improving the entity's income situation. The municipality may obtain much better results engaging in helping big companies which – thanks to investments – will substantially increase employment and decrease the unit's social costs.

Additionally, municipalities do not possess appropriate instruments, mainly financial ones, to encourage greater activity of innovative enterprises and, consequently, they treat innovative enterprises the same as non-innovative entrepreneurs. This is confirmed by surveys in which surveyed entities admitted the claim that municipalities can influence business development on their territory, however, they have no power to decide whether they will be innovative enterprises.

Hence, it is worth thinking how to broaden municipal competence in order to strengthen their ability to support innovative enterprises. One of the crucial areas of this consideration should be making available for municipalities a part of resources currently distributed to regions that allow for development of local institutions of business environment. In addition to this, it should be considered to strengthen municipal financial independence for the current legal situation makes this entities only administrators for public resources and passive performers of their tasks. Greater flexibility of local governments' incomes would create space for direct influencing development of entrepreneurial investments through adequate taxing policy, and greater freedom in creating the debt, especially for county seats and urban municipalities would give greater possibilities to pursue long-term development policy – including the area of innovativeness.

References

1. Creamer W., Amaria P. The effect of business transformation and innovation economics on sustainable corporate competitive advantage, *Research in Business & Economics Journal*, 2012, Vol. 6, 34 p.
2. Jacknis N., Government's Role In Facilitating An Innovative Economy, *International Journal of Innovation Science*, 2011, Vol. 3, Issue 3, p. 107– 116.
3. The European Innovation Scoreboard 2016, The European Commission, http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_pl, [last 20.09.2016]
4. The Regional Innovation Scoreboard 2016, The European Commission, http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_en, [last 20.09.2016]
5. Lundvall B.A., *National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, London 1992, Anthem Press, 404 p.

6. Cooke P., Uranga M., Etxebarria G., Regional innovation systems: Institutional and organizational dimensions, *Research Policy*, 1997, no 26 (4–5), p. 475–491.
7. Vazquez-Barquero A., *Endogenous Development: Networking, Innovation, Institutions and Cities*, Routledge Studies in Development Economics, London 2002, Routledge, 244 p.
8. Misterek W., Rola gmin we wspieraniu projektów innowacyjnych przedsiębiorstw, red. nauk. M. Dylewski, *Przestrzeń w nowych realiach gospodarczych*, Zeszyty naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, no 5/2015, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2015, p. 57 – 66.

Бегларашвілі О.П.

к.е.н., доцент , кафедри торговельного підприємництва та логістики,

Київський національний торговельно-економічний університет

РОЗВИТОК МАГАЗИНІВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Роздрібна торгівля відіграє важливу роль у регіональному розвитку економіки країни. Окрім основних функцій, таких як доведення товарів від виробника до споживача та здійснення торговельного обслуговування покупців, виділяють також опосередковані, але не менш важливі – створення робочих місць, надходження податкових платежів до бюджету, розвиток торговельних та виробничих відносин у регіоні та країні.

«Сучасний етап розвитку торгівлі в Україні супроводжується змінами організаційно-структурного характеру внаслідок формування ринкових засад ведення бізнесу, вивчення та впровадження зарубіжного досвіду функціонування суб'єктами підприємництва. У результаті з'явилися та широко застосовуються позамагазинні форми роздрібного продажу товарів, активно розвиваються нові магазини, торговельні мережі, що функціонують на корпоративних засадах і за франчайзингом, торговельні й торговельно-розважальні центри. Здебільшого структурні зміни у торгівлі в Україні є результатом вивчення зарубіжного досвіду та впровадження прогресивних підходів до ведення підприємницької діяльності» [6, с. 54].

Однак, роздрібна торгівля має певні регіональні диспропорції, що вимагає державного регулювання щодо її структурно-територіальної організації. «Дисбаланс у соціально-економічному розвитку територій ускладнює, а часом робить зовсім неможливою реалізацію соціально-економічної політики держави. Україна взяла курс на створення належних умов для забезпечення збалансованого і динамічного розвитку регіонів та усунення існуючих міжрегіональних диспропорцій» [2, с. 195].

Дослідженням проблем розвитку роздрібно-торговельної мережі займаються зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібно-торгівлі, Г. П'ятницька досліджує переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібно-торгівлі продовольчими товарами [8], О. Голошубова працює над вивченням трансформації формату та структури роздрібно-торгівлі [3] та О. Кавун – особливостей функціонування торговельних мереж в Україні [6]. Однак залишається низка проблем розвитку роздрібно-торговельної мережі на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

Розвиток роздрібно-торгівлі у регіоні та країні значною мірою залежить від доходів та витрат населення, а також рівня інфляції. Так, наявний дохід у розрахунку на одну особу у Хмельницькій області у 2010 р. склав 15480,3 грн [10, с. 387], у 2014 р. цей показник відповідав 23545,0 грн [11, с. 374]. Незважаючи на зростання доходів протягом аналізованого періоду у 1,5 рази, варто враховувати рівень інфляції. «Важливість аналізу цінових тенденцій обумовлюється необхідністю дослідження доступності споживчих товарів у розрізі окремих регіонів. Інформаційною базою дослідження є дані Державної служби статистики України про індекси споживчих цін за регіонами України. Відповідні індекси цін доцільно називати регіональними індексами, що відображає специфіку сфери дослідження» [14, с. 48]. Індекси споживчих цін у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. представлено у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

**Індекси споживчих цін
у Хмельницькій області у 2010-2015 рр. [7, с. 68]**

(до попереднього року,%)

Показники	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Україна	109,4	99,8	100,5	124,9	143,3
Хмельницька обл.	109,6	99,6	100,0	124,7	142,5

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Хмельницькій області протягом 2010–2015 рр. відповідає середньому рівню по Україні за цей період. Проте, у 2013–2015 рр. у досліджуваному регіоні можна спостерігати ситуацію, коли індекс споживчих цін був нижчий за загальнонаціональний на 0,5–0,8%. Однак, у 2010–2012 рр. розрив даних показників був менш помітний.

На думку І. Височин, «одним з головних показників господарської діяльності підприємств торгівлі та важливим чинником забезпечення сталого економічного зростання країни в цілому є товарооборот. Його обсяги, структура і динаміка не лише виступають однією з головних характеристик стану внутрішньої торгівлі та індикатором необхідності змін, а й дозволяють оцінити результативність запланованих заходів з реалізації програми стратегічного розвитку торгівлі. [1, с. 34]»

Роздрібний товарооборот підприємств-юридичних осіб у Хмельницькій області у 2010-2015 рр. представлений у таблиці 2.

Таблиця 2

**Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі,
(крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним)
у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. [9, с. 24–25]**

(млн грн)

Товарооборот	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Товарооборот усього у тому числі, що торгують переважно	3024,7	5084,3	6145,2	6901,4	228
продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	1051,9	1572,4	1799,0	2198,5	209
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	11,0	107,8	109,2	125,9	1145
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	12,9	65,2	79,0	76,0	589
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	1943,8	3321,6	4142,6	4483,8	231
поза магазинами	5,1	17,2	15,4	17,2	337

Виходячи з даних таблиці 2 можна зробити висновок про зростання роздрібногo товарообороту підприємств роздрібної торгівлі, (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. у 2,3 рази. Товарооборот в магазинах, що торгують

переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах зріс на 109% – з 1051,9 млн грн у 2010 р. до 2198,5 млн грн у 2015 р. Значно зріс товарооборот у магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах – з 11,0 млн грн у 2010 р. до 125,9 млн грн у 2015 р.

Аналогічна тенденція спостерігається із показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно непродовольчими товарами. Так, у неспеціалізованих магазинах цей показник зріс майже 6 разі, а у спеціалізованих магазинах він зріс у 2,3 рази. Зазначимо, що товарооборот поза магазинами протягом аналізованого періоду збільшився на у 3,4 рази.

Важливим показником, що характеризує розвиток роздрібної торгівлі є стан товарних запасів (табл.3).

Таблиця 3

Товарні запаси у роздрібній мережі підприємств у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. [9, с. 66]

Товарні запаси	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р.,%
млн грн	558,3	866,0	1072,6	1263,8	226
у днях торгівлі	32	44	45	47	147

Показники таблиці 3 свідчать про суттєве збільшення вартості товарних запасів протягом досліджуваного періоду більше, ніж у два рази, а також про зростання товарних запасів у днях торгівлі в 1,5 рази, що негативно впливає на оборотні активи підприємств торгівлі.

Основним видом роздрібної торговельної мережі є магазин. Магазины роздрібної торговельної мережі підприємств-юридичних осіб у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. характеризують показники таблиці 4.

Таблиця 4

Магазини підприємств-юридичних осіб у Хмельницькій області у 2010-2015 рр. [9, с. 96-98, 105-104]

Показники	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р.,%
Кількість магазинів, од.	1501	1422	1427	1430	95
у міських поселеннях, од.	798	888	932	961	120
їх частка,%	53	62	65	67	+14
у сільській місцевості, од.	703	534	495	469	67

Показники	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Торговельна площа магазинів, тис. м ²	206	227	212	212	103
у міських поселеннях, тис. м ²	158	189	179	180	114
їх частка, %	77	83	84	85	+8
у сільській місцевості, тис. м ²	49	37	34	32	65
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м ² на 10000 осіб	1556	1734	1631	1639	105
у міських поселеннях	2171	2596	2447	2473	114
у сільській місцевості	810	644	587	561	69
Торговельна площа на 1 магазин, м ²	137	160	149	148	108
у міських поселеннях	198	213	192	187	95
у сільській місцевості	70	69	69	68	98

Аналізуючи дані таблиці 4, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду у Хмельницькій області зменшилась кількість магазинів з 1501 од. у 2010 р. до 1430 од. у 2015 р., що становить 5%. Про це свідчить зростання кількості магазинів у міських поселеннях з 798 од. у 2010 р. до 961 од. у 2015 р., що становить 20%, та зменшення їх кількості у сільській місцевості на 33%. Разом із тим, можна спостерігати збільшення торговельної площі магазинів на 8% за досліджуваний період.

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 14% та зменшення у сільській місцевості на 31%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 1556 м² у 2010 р. до 1639 м² у 2015 р., що відповідає 5%.

Протягом досліджуваного періоду зріс показник торговельної площі на 1 магазин. Так, у 2010 р. торговельна площа одного магазину у становила 137 м², то у 2015 р. – 148 м², тобто збільшилася на 8%. Показник забезпеченості населення торговельною площею магазинів розраховується відповідно до демографічних показників регіону. Так, чисельність наявного населення у Хмельницькій області на 1 січня 2011 р. складала 1 323,8 тис. осіб, 47,8% з якої становило міське населення [12, с. 9]. На 1 січня 2016 р. чисельність наявного населення у Хмельницькій області складала 1 294,4 тис. осіб (56,4% – міське населення), тобто скоротилася на 2,2% порівняно з 2010 р. [13, с. 10]. Також, виходячи із наявних показників, можна стверджувати про зростання навантаження

на один магазин. Якщо у 2010 р. воно становило 882 особи на один магазин, то вже у 2015 р. цей показник зріс до 905 осіб на один магазин.

Досліджуючи тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі Хмельницької області варто проаналізувати показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 5.

Дані таблиці 5 свідчать про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2010–2015 рр. з 953 од. у 2010 р. до 783 од. у 2015 р. на 18%. Разом із тим, можна зробити висновок про зменшення кількості гіпермаркетів на 60% протягом досліджуваного періоду, а також кількості неспеціалізованих продовольчих магазинів із 867 од. у 2010 р. до 678 од. у 2015 р., що становить 22%.

Таблиця 5

**Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Хмельницькій області у 2010-2015 рр.
[9, с. 108-116]**

Магазини	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	867	731	694	678	78
їхня торговельна площа, тис. м ²	67	57	54	53	79
Супермаркети і універсами (від 400 до 2499 м ²), од.	28	29	28	30	107
їхня торговельна площа, тис. м ²	21	26	23	23	110
Гіпермаркети (від 2500 м ² і більше), од.	5	3	2	2	40
їхня торговельна площа, тис. м ²	24	18	10	10	42
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	53	53	77	73	138
їхня торговельна площа, тис. м ²	4	4	5	5	125
Разом продовольчі магазини, од.	953	816	801	783	82
їхня торговельна площа, тис. м ²	117	105	93	92	79

На противагу даній ситуації, можна спостерігати зростання кількості супермаркетів та універсамів з 28 од. у 2010 р. до 30 од. у 2015 р., а також спеціалізованих продовольчих магазинів. Це свідчить про зміну структури об'єктів роздрібної торговельної мережі магазинів Хмельницької області протягом аналізованого періоду.

«Аналіз ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами в Україні також дозволив виявити, що в останні роки на ньому сформува-

лась тенденція до поглинання національними лідерами продуктового ритейлу невеликих торговельних гравців. Крім того, компанії почали більш активно виходити на суміжні ринкові сегменти. Так, наприклад, ПАТ «Ритейл Груп» нещодавно повідомило про плани розвитку нового для нього формату – магазинів «біля дому»; ПрАТ «Фоззі Груп» вирішило зайнятися преміальним роздрібом, відкривши перший магазин «Le Silpo» тощо» [8, с. 106].

Тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. допомагають виявити показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 6.

Таблиця 6

Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Хмельницькій області у 2010–2015 рр. [9, с. 109, 112–117]

Магазини	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	17	19	21	22	129
їхня торговельна площа, тис. м ²	3	2	5	3	100
Універмаги (від 2500 м ² і більше), од.	1	1	-	2	200
їхня торговельна площа, тис. м ²	3	3	-	39	1300
Будинки торгівлі (від 1000 до 2499 м ²), од.	1	3	3	2	200
їхня торговельна площа, тис. м ²	2	5	5	3	150
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	529	583	602	621	117
їхня торговельна площа, тис. м ²	82	111	112	75	91
Разом непродовольчі магазини, од.	548	606	626	647	118
їхня торговельна площа, тис. м ²	90	121	120	121	134

Аналізуючи показники таблиці 6, можна зробити висновок про зростання кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують переважно непродовольчі товари, з 17 од. у 2010 р. до 22 од. у 2015 р., що відповідає 29%. Разом з тим, їхня торговельна площа залишилась без змін.

Варто зазначити, що протягом аналізованого періоду у Хмельницькій області протягом 2010–2013 рр. функціонував один універмаг з торговельною площею 3 тис. м², однак, вже у 2014 р. припинив своє існування. У 2015 р. з'явилося два універмаги з торговельною площею

39 тис. м². Кількість спеціалізованих непродовольчих магазинів зросла лише на 18%, однак їхня торговельна площа знизилась на 9%.

Ще один аспект, що характеризує розвиток магазинів Хмельницької області, є мережа магазинів самообслуговування (табл.7), адже ця форма продажу товарів є найбільш ефективною для підприємств торгівлі та зручною для покупців.

Таблиця 7

Мережа магазинів самообслуговування у Хмельницькій області у 2010-2015 рр. [9, с. 118-120]

Магазини	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2005 р.,%
Продовольчі магазини самообслуговування, од.	239	190	197	176	74
їхня торговельна площа, тис. м ²	65	60	52	50	77
Торговельна площа на 1 продовольчий магазин самообслуговування, м ²	272	316	264	284	104
Непродовольчі магазини самообслуговування, од.	36	33	36	48	133
їхня торговельна площа, тис. м ²	39	38	49	51	131
Торговельна площа на 1 непродовольчий магазин самообслуговування, м ²	1083	1152	1361	1063	98
Разом магазини самообслуговування, од.	275	223	233	224	81
їхня торговельна площа, тис. м ²	104	98	101	101	97
Торговельна площа на 1 магазин самообслуговування, м ²	378	439	433	451	119

Показники таблиці демонструють стійку тенденцію до зниження кількості продовольчих магазинів самообслуговування та їхньої торговельної площі у досліджуваному регіоні. Разом із тим, зросла кількість непродовольчих магазинів самообслуговування та середня торговельна площа на 1 магазин самообслуговування протягом 2010–2015 рр.

На думку О. Данкеєвої, «роздрібні мережі в Україні переживають складні часи існування. Як наслідок, спостерігаються наступні тенденції: зменшення кількості нових магазинів, відкритих протягом 2015 р.; переорієнтація на формати «магазин біля дому»; орієнтація споживачів на товари більш низького цінового сегменту; підвищення ефективності за рахунок логістики, установки кас самообслуговування тощо; заміщення імпортованих товарів українськими аналогами; розвиток власних торгових марок мережі» [4, с. 80].

Таким чином, можна зробити висновок, що «попри низку позитивних зрушень, необхідно констатувати погіршення важливих струк-

турних характеристик розвитку роздрібної торгівлі України. Йдеться про значне посилення диференціації в регіональному та субрегіональному аспектах, в міських та сільських поселеннях, за асортиментною структурою роздрібного товарообороту, за показниками розвитку магазинної і ринкової торгівлі» [5, с. 250].

Роздрібна торговельна мережа магазинів Хмельницької області у 2010–2015 рр. мала певні структурні зрушення. Так, можна стверджувати про зменшення кількості об'єктів роздрібної торгівлі, зменшення кількості продовольчих магазинів у міських поселеннях і сільській місцевості, збільшення кількості непродовольчих спеціалізованих магазинів, їхньої торгової площі. Однак, забезпеченість населення торговою площею магазинів, м² на 10000 осіб у міських поселеннях значно вища за аналогічний показник у сільській місцевості. Спостерігається певна диспропорція розвитку роздрібної торговельної мережі у міських поселеннях та сільській місцевості Хмельницької області.

«Роздрібна торговельна мережа як один із важливих чинників, що забезпечує якість життя людини, повинна бути орієнтована на обслуговування та задоволення потреб різних верств населення – від найбідніших до заможних» [3, с. 54].

Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі є розробка стратегії забезпечення раціональної територіальної організації роздрібної торговельної мережі магазинів, яка має сприяти зменшенню регіональних асиметрій у Хмельницькій області.

Література

1. Височин І.В. Роздрібний товарооборот підприємств як індикатор підприємств соціально-економічного розвитку України / І.В. Височин // Економіка України. – 2013. – № 7 (260). – С. 34–43.
2. Гапій І.Б. Регіональні аспекти розвитку неорганізованого сектору торгівлі та його значення у забезпеченні економічної безпеки регіону / І.Б. Гапій // Науковий вісник ЛДУВС. – 2013. – № 1. – С. 195–207.
3. Голошубова Н.О. Роздрібна торгівля м. Києва: трансформація формату та структури / Н.О. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 3. – С. 44–59.
4. Данкеєва О.М. Роздрібна торговельна мережа в Україні: класифікація типів та особливості розвитку в умовах кризи / О.М. Данкеєва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6. – Част. 1 – С. 78–84.
5. Добуш З.О. Стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі – детермінанта ефективності її регулювання / З.О. Добуш // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.1 – С. 248–254.

6. Ільченко Н. Тезуарус сучасної торгівлі України / Н.Б. Ільченко, О.О. Кавун // Вісник КНТЕУ. – 2016. – № 1. – С. 54–70.
7. Індеси споживчих цін за 2015 р. К. : Державна служба статистики України.– 2016. – 182 с.
8. П'ятницька Г.Т. Переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами / Г.Т. П'ятницька // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4 (142). – С. 103–113.
9. Роздрібна торгівлі України у 2014 році. К. : Державна служба статистики України.– 2015. – 152 с.
10. Статистичний щорічник України за 2010 р. К. : Державна служба статистики України.– 2011. – 530 с.
11. Статистичний щорічник України за 2014 р. К.: Державна служба статистики України.– 2015. – 552 с.
12. Чисельність наявного населення на 1 січня 2011 року К. : Державна служба статистики України.– 2011. – 112 с.
13. Чисельність наявного населення на 1 січня 2016 року К.: Державна служба статистики України.– 2016. – 86 с.
14. Шкварчук Л.О. Регіональні особливості цінкових коливань на споживчому ринку / Л.О. Шкварчук // Регіональна економіка. – 2014. – № 4. – С. 48–54.

Белінська С.О., професор, д.т.н.,
кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,
Камєнєва Н.В., к.т.н., ст. викладач
кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,
Левицька С.О., аспірант
кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ПЛОДІВ ТА ОВОЧІВ В УКРАЇНІ

Проблема продовольчого забезпечення населення України посідає чільне місце в економічній політиці нашої держави. Враховуючи пост-

чорнобильський фактор, продукція овочівництва, садівництва та виноградарства у продовольчому балансі повинна займати все більшу частину.

Згідно з рекомендаціями ВООЗ плодоовочеві продукти повинні займати не менше $\frac{1}{3}$ щоденного раціону харчування людини. На разі рівень споживання плодоовочевої продукції становить 50–60% від фізіологічної норми. Середньостатистичний українець споживає овочів на 23%, а фруктів і ягід – на 71% менше ніж громадянин США і Європи в цілому [1].

Виробництво плодів, ягід, винограду та овочів у світі щорічно зростає. Найбільшу кількість овочів було вироблено у період з 1995 по 2005 рік. Зростання виробництва овочевої продукції у світі, за визначений період, становило 327,4 млн. т. або 57,3%, що перевищує темпи зростання населення, а це є свідченням того, що споживання овочів у світі збільшується. Дослідженням доведено, що внаслідок переважно екстенсивного характеру виробництва овочів більшості країн світу посівні площі під овочевими культурами збільшуються. Так, з 2001 по 2013 рік площі під овочевими культурами зросли з 23747 тис. га. до 56690 тис. га., або на 238,7%. Значний приріст посівних площ овочів, за даний період, відбувся в Китаї – понад 4 рази, Мексиці та Єгипті – понад 3 рази, Індії, та в цілому в світі – в понад 2 рази. В Україні за даний період також відбулося зростання посівних площ овочевих культур на 25% [2].

Аналіз літературних даних показав, що в період з 2001 по 2013 рік світове виробництво овочевих культур збільшилося більш, ніж у 4,8 разів від 222591 тис. т. до 1087591 тис. т. При цьому, світові темпи середньорічного приросту починаючи з 2009 року дещо зросли, що зумовлено збільшенням темпів зростання посівних площ та урожайності (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво овочів у країнах світу, тис. т.

Країна	Рік					
	2001	2003	2005	2007	2009	2013
США	35039	36966	35861	37289	35608	34670
Індія	56530	71454	91727	90634	100405	105795
Китай	209199	442824	512029	522721	540027	561744
Мексика	6902	11185	12424	11726	12514	11908
Єгипет	10347	16645	19707	21350	19487	18945
Туреччина	21869	26359	27135	26701	25901	27406
Україна	5933	7295	7965	9011	8911	10608

Найбільшими виробниками овочів в світі є Китай. В 2015 році в Китаї посівні площі під овочевими культурами і валове виробництво овочів склали відповідно 42,8 і 51,6% від світового обсягу. За цими двома показникам Китай вийшов на перше місце в світі за рахунок інноваційних технологій в овочівництві.

Значно зросло (у більшості випадків більш, ніж у 4 рази) виробництво овочевої продукції у Єгипті, Мексиці, Індії, Туреччині, що дозволило цим країнам увійти в десятку найбільших країн-виробників цього ринку та витіснити з нього такі країни як Франція та Японія.

Україна має винятково сприятливі природні умови, науковий і виробничий потенціал для розвитку товарного садівництва, виноградарства та овочівництва. Сьогодні в Україні на душу населення в рік виробляється в середньому 50 кг фруктів, ягід і винограду, споживається – 45 кг, споживання овочів становить у середньому 160 кг. Найбільше овочів на душу населення виробляється в Китаї – понад 400 кг., Греції – 296 кг., Іспанії – 273 кг., Білорусії – 245 кг [6].

Науково обґрунтованою фізіологічною нормою споживання плодів за різними даними (разом із виноградом і цитрусовими) є 84 кг на душу населення в рік, овочів – 161 кг (з них томатів – 39 кг). До норм споживання свіжих фруктів та овочів включені і продукти їхньої переробки. Враховуючи те, що третина валового збору є нестандартною продукцією, а решта, незначна частина переробляється, можна зробити висновок, що майже половина продукції, що споживається є імпортованою [9].

Серед овочів найпоширенішими культурами в Україні є томатні овочі: помідори, перець, баклажани. Вони є важливим джерелом надходження β-каротину, вітаміну С, фолієвої кислоти, а також мікроелементів – калію, магнію, міді, натрію тощо. Цінність цих овочів полягає у тому, що вони підвищують апетит, посилюють виділення органами травлення соків, чим підвищують перетравлюваність і засвоюваність їжі. Солі, що є в овочах нейтралізують шкідливі кислоти, а клітковина посилює травлення, сприяє виведенню з організму холестерину, завдяки мінеральним речовинам утворюються сполуки з лужними властивостями, що підтримують реакції крові.

До складу томатних овочів входять майже всі поживні речовини. Овочі містять близько 90% води, тому їхня енергетична цінність низька, однак у добовому раціоні людини на овочі припадає 15–20% енергетичного балансу їжі. За останні 30 років зросло споживання таких важливих біологічно активних речовин як фолієва кислота (на 231%), каротиноїдів

(на 167%), тіаміну (на 158%) і мікроелементів заліза, селену, цинку. Саме тому овочі відіграють першочергову роль в обміні речовин. Значне зростання популярності овочів в тому числі і томатних почалося ще з ХІХ століття [2, 3].

Це можна пояснити кількома факторами. По перше свіжі овочі мають високу харчову цінність. По друге вони є порівняно дешевою сировиною. Серед томатних овочів найбільше розповсюдження отримали томати. У всьому світі вони стали не тільки одним із найважливіших продуктів харчування у свіжому вигляді, але й слугують основною сировиною промисловості, яка виготовляє ферментовані овочі, консерви, пасту, соки тощо. Найбільші посівні площі (до 200–250 тис. га) томати займали в колишньому СРСР та США, де вони знаходились на другому місці після капусти та овочевої кукурудзи. В СРСР томати займали близько 12–18% посівної площі овочевих культур, і близько 40% в Україні. В Туреччині, Іспанії, Єгипті та Греції свіжі томати давно стали експортною сировиною. Широко популярними томати стали лише в ХІХ столітті. Баклажани, перець солодкий в СРСР займали невеликі площі посіву. На даний момент ці культури вирощують переважно в США, Туреччині, Іспанії та країнах СНД.

Важливе місце в овочівництві займає виробництво овочів на експорт. Плодоовочеві продукти наша країна експортує до країн Балтії, ЄС та Казахстану. Найбільшим експортером і іпортером свіжих овочів у світі є США на рахунок якої припадає 18% або приблизно 40 млрд. доларів світового обсягу торгівлі свіжими овочами та фруктами. В Італії серед експортованих овочів станом на 2015 рік найбільшу частку становили свіжі овочі – 709 тис. т., серед них томати – 91,9 тис. т. В Нідерландах в 2014–2015 роках, площі відведені під теплиці збільшились до 4570 га, на 20 га більше, ніж в попередніх. Із них площі під томати збільшились на 64 га, або на 4,3% – до 1545 га. У 2013–2014 роках було вирощено 320 тис. т солодкого перцю, що на 20 т більше, ніж в минулих роках, із них майже 98% відправлено на експорт. Збільшився їх продаж в Чехію, Польщу. В останні чотири роки знизився експорт не упакованих томатів, підвищився експорт «черрі» (на 14%) і сливовидних томатів (на 55%).

Щодо експорту томатів і солодкого перцю в Туреччину то в 2013–14 роках він збільшився на 5% та 22% відповідно і становив 247 тис. т і 62 тис. т. В Німеччині серед імпортованих овочів переважну більшість становили томати – 624 тис. т, баклажани – 27 тис. т, перець солодкий 283 тис. т та паприка 4,7 тис. т.

Серед виробництва овочів в Болгарії як у відкритому, так і в закритому ґрунті найбільше площ відведено під томати та солодкий перець. В 2013–14 роках експорт свіжих та перероблених овочів склав 20 тис. т. (із них 11,182 тис. т свіжих). Загальна посівна площа під овочами відкритого ґрунту становила у 2013–14 роках – 451 тис. га, в тому числі під помідорами 92,8 тис. га.

На разі, в Україні щорічно відзначається стійке зростання попиту населення на свіжі та перероблені томати, тому в структурі посівних площ у 2013 і 2014 роках їм належало 23,4%. Валовий збір помідорів у 2014 році перевищив на 30,7% даний показник у 2013 році. Основними виробниками томатів були Херсонська й Одеська області. Щорічно Україна виробляє 1,4 млн. тонн томатів. З них 450 тис. т вирощують у теплицях, решту – у відкритому ґрунті.

Окремі дані щодо споживання томатних овочів в окремих країнах дають надзвичайно мало інформації для аналізу. Лише на підставі порівняння рівня їх споживання в різних країнах світу у співставленні з фізіологічними нормами дасть можливість зробити висновки щодо його достатності. Відповідність нормам свідчить про достатність забезпечення країни продовольством і належний доступ населення до нього, тобто гарантію продовольчої безпеки країни. Водночас споживання не знаходиться на одному рівні, а змінюється під впливом різних факторів (виробництво, зовнішня торгівля, врожайність і продуктивність, купівельна спроможність населення тощо). Тому динаміка споживання є показником, який характеризує продовольчу безпеку країни і визначає рівень її соціально-економічного розвитку.

Для України, як і для будь-якої іншої країни світу, питання продовольчої безпеки є першочерговим. Маючи відмінні природно-кліматичні умови й чудове географічне положення (помірний клімат, родючі ґрунти, відсутність зон високої сейсмічної активності), Україна не мала б зіштовхнутися з проблемою продовольчої небезпеки. Однак, незважаючи на всі вище перераховані позитиви, на практиці все виглядає інакше. За роки незалежності відбулося зниження споживання основних продуктів харчування і в тому числі овочів, що очевидно обумовлено низькою купівельною спроможністю населення. Слід зазначити, що зберігаються регіональні особливості формування цього показника порівняно із середніми в державі та окремих областях. Найвищий рівень виробництва і споживання овочів у Херсонській, Кіровоградській, Черкаській, Київській областях. Рівень виробництва томатів в зоні Полісся становить 36,4 тис. т., або 12,1% від норми споживання. У

цілому ж по Україні на одну людину виробляється 17,4 кг томатів, або 44,6% від встановленої норми. Це найнижчий показник з основних овочевих культур.

Споживання овочів у світі на душу населення в середньому складає 180 кг на рік. Проте спостерігаються значні відмінності цього показника та різна його динаміка у розрізі окремих країн (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка споживання овочів на душу населення, кг

Рік	Країна			
	Німеччина	Угорщина	Україна	Світ
2000	74,5	94,5	102,0	77,7
2003	79,1	99,9	97,0	88,6
2005	90,6	117,5	102,0	108,6
2008	90,5	117,0	114,0	118,0
2011	133,6	99,6	120,0	–

Аналіз динаміки споживання овочів показав, що серед представлених країн і в цілому у світі спостерігається тенденція до збільшення споживання овочів, що можливо пов'язано з підвищенням інтересу населення до здорового способу життя [8].

Ще в 70-х роках ХХ століття було встановлено доцільність переробки сільськогосподарської продукції і розвиток сектору швидкозаморожених продуктів. Аналіз літературних джерел щодо стану сучасного ринку продовольчих товарів в Україні свідчить про те, що з кожним роком зростає питома вага різних видів напівфабрикатів, серед яких чільне місце посідають заморожені напівфабрикати, виготовлені з сировини тваринного, рослинного походження та комбіновані. Це зумовлено високим попитом населення на продукти харчування швидкого приготування, у зв'язку з наступними чинниками:

- по-перше, прискорюється спосіб життя, який мотивує до придбання напівфабрикатів, практичність використання яких відповідає сучасним вимогам суспільства;
- по-друге, підвищується освіченість споживача, який розуміє, що сучасні методи заморожування дозволяють максимально зберегти біологічно активні речовини, зокрема вітаміни та мінеральні речовини, в рослинній сировині;
- по-третє, заморожування як спосіб консервування, дозволяє на основі безвідходної технології переробити сезонний врожай плодовоовочевої продукції;

- по-четверте, покращується якість продуктів (за останні 2 роки виробники почали використовувати більш якісні інгредієнти для виготовлення заморожених напівфабрикатів)

При розробці економіко-математичної моделі прогнозування структури і обсягів виробництва плодоовочевих консервів було встановлено, що співвідношення напрямів переробки плодоовочевої продукції повинно максимально наблизитись до співвідношення, яке існує в США: стерилізація – 54%, сушіння – 9, ферментація – 13, заморожування – 24. Водночас структура переробки плодів та овочів в Україні характеризувалась такими цифрами: стерилізація – 75%, сушіння – 5, ферментація – 15, заморожування – 5.

Попит на заморожені продукти активно росте. Так за 2014 рік попит на заморожені овочі та фрукти зріс на 30%. У об'ємному відношенні цей ріст склав всього 10%. При цьому найбільша частка припадає на овочеві суміші – 50%. Але за темпами розвитку лідирує сегмент заморожених страв – за рік він виріс на 19%. Для цієї категорії продуктів характерна яскраво виражена сезонність. Про інтерес до здорового харчування свідчить і високий попит на овочеву та дикорослу заморожену продукцію.

Найбільшим попитом користуються овочеві мікси (напівфабрикати для приготування перших та других страв), в які входять нетрадиційні для України овочі, наприклад, капуста броколі, брюссельська або шпинат. Друге місце займають суміші, які містять традиційні для України продукти: суміш для супу із цвітної капусти, овочеve рагу. На третьому місці гриби та рис (суміш для супу з грибами, овочі з рисом, овочі з рисом та грибами). Серед монопродуктів перше місце належить нетрадиційній для України овочевій групі – капуста броколі, брюссельська капуста, квасоля стручкова, на другому місці – вирощені у нас перець, кабачки, баклажани. Серед проблем ринку плодоовочевої продукції виробники виділяють такі: нестача якісної сировини в країні, масштабна конкуренція з польськими виробниками, яка з часом зменшується, сезонність попиту та не завжди стабільна урожайність культур, від чого залежить і ціна на сировину. Крім того, не всі сорти овочів придатні до заморожування. Також значні труднощі існують при зберіганні та транспортуванні замороженої продукції. Не остання проблема – нестача кваліфікованих спеціалістів. За попередніми оцінками, незважаючи на майже повну відсутність реклами, за підсумками сезону 2013/2014 року зростання внутрішнього споживання цих продуктів складає близько 40%. На розширення збуту та збільшення його об'ємів

вже впливає не тільки торгівля а і громадське харчування. Дослідження спеціалістів дозволяють зробити наступні висновки. По-перше, ринок заморожених овочів і готових обідів останній рік динамічно розвивається: темпи приросту в сегменті овочів складають 15–20%, напівфабрикатів – 10–15%. Середній ріст споживання всіх заморожених продуктів оцінюється приблизно в 15%. По-друге, заморожені овочі, ягоди і овочеві суміші – альтернатива літнім продуктам, яка коштує дешевше, ніж свіжі продукти зимою. Це універсальні продукти, які добре підходять для гарнірів, салатів, десертів [6].

Відсутність єдиних достовірних статистичних даних ускладнює аналіз ринку продуктів переробки овочів. Проте аналіз часткової інформації літературних джерел дозволяє визначити загальні тенденції розвитку цієї підгалузі АПК в окремих країнах.

В Україні ринок заморожених продуктів досить інтенсивно розвивається. Основними споживачами заморожених плодів і овочів є освічені сімейні люди високого та середнього статку віком від 25 до 54 років. Для ринку замороженої плодоовочевої продукції характерні сезонні коливання. Пік продажу цієї продукції спостерігається в січні-лютому, влітку знижується у 4...5 разів.

Пропозицію на вітчизняному ринку замороженої плодоовочевої продукції формують, в основному, іноземні виробники. Серед країн-виробників плодів та овочів на ринку України лідером є Польща, Бельгія та Чехія. Найбільшу частку в асортименті займають заморожені картоплепродукти і різноманітні овочеві суміші.

Ринок плодоовочевої замороженої продукції в Україні один із небагатьох, де імпорт відіграє значну роль і утримує поки що провідні позиції. У попередніх сезонах 2011/12 року близько 70% плодоовочевої замороженої продукції, що реалізується, було поставлено із за кордону (60% заморожених овочів і сумішей – із Польщі та Бельгії). На сьогодні товарообіг замороженої продукції у супермаркетах становить 1% (у Європі ця цифра становить 8...9%). У сегменті продажу замороженої продукції працює 20...25 компаній.

Частина українських мереж пропонує плодоовочеву заморожену продукцію не розфасовану. Кількість виробників, що пропонували не розфасовані заморожені плодоовочеві продукти (овочі, гриби, ягоди та суміші), за останні роки збільшилась і представлена такими виробниками: бельгійська Ardo, польська Hortex, французька Bonduelle.

Середньостатистичний українець споживає за рік всього 70 г заморожених рослинних продуктів (овочів і фруктів, ягід та грибів) – це

в десятки раз менше ніж в Західній Європі (для порівняння, в Польщі приходить 1200 г на одну людину). Ємність українського ринку замороженої плодоовочевої продукції освоєна лише на 10–15%. Провідне положення в цьому секторі займає Польща, Нідерланди, Бельгія, Франція і Голландія. Основна доля замороженої продукції імпортна. На долю українського виробника припадає біля 20% ринку. Частина імпортної замороженої плодоовочевої продукції реалізується на ринку України у вигляді овочевих сумішей (80% з додаванням м'яса і морепродуктів, 15% – моноовочі, біля 5% фрукти та ягоди). В той же час серед заморожених плодоовочевих товарів найбільше споживають полікомпонентні овочеві суміші (24%). Провідними виробниками овочевих сумішей все ще залишаються польські торгові марки Hortex, Hortino, Emborg, Zgoda, ТМ Ardo, Dujardun та Bonduelle (Бельгія), Oerlemans та Bauer (Голландія). Серед них найпоширенішими є польська торгова марка Hortex та бельгійська Bonduelle. На їхню долю на ринку України припадає 16,0 та 14,0% відповідно. Серед вітчизняних торговельних марок лідирують «Артика» (ООО «Арти» Харків), Ольвіта (ООО «Ольвіта») і Асканія Фроузен Фудс (м. Київ) [4, 5].

Експорт заморожених овочів із України за 2014 рік збільшився відповідно до динаміки зростання виробництва і становить близько 3600 т. Експортувались заморожені овочі в 15 країн, серед яких найбільші об'єми були поставлені в країни ЄС, Росію та країни Азії [7, 8].

Одна із основних причин, що стимулює попит на заморожені напівфабрикати в цілому і впливає на формування нової культури споживання – зміна способу життя та підвищення рівня зайнятості жінок. Позитивно на об'єми реалізації заморожених плодів і овочів впливає і поінформованість споживача про якість даної продукції, оскільки холод сам по собі є консервантом, то продукція не містить штучних барвників та ароматизаторів. Водночас технологія швидкого заморожування дозволяє зберегти більшу кількість вітамінів ніж їх міститься в свіжих овочах та фруктах, які збереглися після зимнього періоду, а також в тих, що ввозяться з за кордону не в сезон.

Науковцями доведено, що найкращим способом переробки плодів та овочів є глибоке заморожування, що дозволяє зберегти в овочах та фруктах природний вміст води (більшу частину до 80%), корисних речовин та смакові якості. У функціональному розумінні плодоовочева заморожена продукція являє собою напівфабрикат для приготування супів, гарнірів та салатів. В якості «білкової добавки» в овочевому асорті використовують гриби та бобові овочі. Технологія «шокового»

заморожування дозволяє зберегти 75...80% вітамінів та інших корисних речовин, тоді як консервування – тільки 50...55%, а сушіння – 20...30%. При швидкому заморожування продукти залишаються смачними, ароматними, наближеними до свіжих [3].

Виходячи з вищесказаного можна зробити висновок, що основними тенденціями ринку заморожених плодоовочевих продуктів в Україні є: високий потенціал зростання споживання і ємності ринку, не зважаючи на негативний вплив сповільнення темпів розвитку економіки за рахунок розробки та випуску нових видів продукції; збільшення частки українських виробників та зростання обсягів експорту виробленої продукції; посилення конкуренції та активізація основних операторів ринку в напрямленні модернізації виробництва і розширення асортименту; домінування на ринку вагової продукції, що пов'язано з низькою вартістю та поступове підвищення у великих містах попиту на заморожені напівфабрикати цінних сегментів «середній плюс» та «преміум»; розширення та популяризація нових видів заморожених напівфабрикатів з рослинної сировини підвищеної біологічної цінності, високої якості і безпечності за доступною ціною.

Література

1. Орлова Н.Я. Заморожені плодоовочеві продукти: проблеми формування асортименту та якості : монографія / Н.Я. Орлова, С.О Белінська. – К.: Київський Національний Торговельно-Економічний Університет. 2005. – 335 с.
2. Каменєва Н.В. Формування споживних властивостей заморожених напівфабрикатів із томатних овочів / дис. ... канд. техн. наук : 05.18.15 – К., КНТЕУ, 2011. – 176 с.
3. Орлова Н.Я., Белінська С.О., Каменєва Н.В. Органолептичні властивості заморожених томатів/ Молодий вчений. – 2016. – № 1 (28) січень 2016 р. – С. 118–121.
4. Belinska S., Kamienieva N., Levytska S. Formation of competitiveness of products of processing fruits and vegetables ukrainian production / 20th IGWT symposium commodity science in a changing world. – september 12th-16th 2016, Varna, Bulgaria, p.58.
5. Ткачев А. Высокое качество – «визитная карточка» бренда / А. Ткачев // Брутто. – 2013. – № 58. – С.28–32.

6. Стан та перспективи розвитку ринку замороженої плодовоовочевої продукції в Україні / Р. Логоша, І. Ільченко. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1887>.
7. Обзор рынка замороженных продуктов / Инвестиционная группа «Авантаж Капитал». – Режим доступу : <http://www.avantazh-capital.com/index.php/ru/analitika/obzor-mirovogo-i-ukrainskogo-gynka-zamorozhennyhproduktov.html> .
8. <http://www.trademap.org>.
9. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Божко Т.В., к.т.н.,
начальник навчально-методичного відділу,
Київський національний
торговельно-економічний університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ДЕСЕРТНИХ ЕМУЛЬСІЙНИХ КРЕМ-ЛІКЕРІВ

Формування культури споживання алкогольовмісних продуктів є важливою складовою збереження здоров'я нації. Адже надмірне споживання міцних алкогольних напоїв є соціально-етичною проблемою багатьох країн світу [1].

Напої з невисоким відсотком етилового спирту та корисними біологічно цінними інгредієнтами при споживанні в невеликих дозах можуть стати альтернативою міцним [2, 3, 4].

В країнах Західної Європи значним попитом користуються крем-лікери – продукція, в якій мінімальна концентрація спирту в об'ємному відсотку складає 15% (згідно з класифікацією за *Регламентом № 110/2008 Європейського парламенту і Ради ЄС*) [5]. До їх складу входять ячні жовтки, цукор та коньяк, а з метою подовження термінів зберігання, поліпшення смакоароматичних властивостей, стабілізації емульсії готових продуктів додаються численні штучні харчові добавки – консерванти, емульгатори, стабілізатори тощо (*Регламент № 1333/2008 Європейського парламенту і Ради ЄС*) [6].

Що стосується світового обсягу виробництва лікерів, то більше 50% зазначеної продукції доводиться на європейські країни, що обумов-

лено історією їхнього походження. Батьківщиною лікерів традиційно вважається Франція. Пізніше їх оцінили Німеччина, Великобританія, Голландія, Нідерланди та Італія.

За даними *International Wine & Spirit Research* світове споживання алкогольних напоїв виросло в 2013 р. на 4,4% порівняно з 2011 р., тобто майже на 14 млн. дал у натуральному вираженні [7].

Основними споживачами, як і виробниками лікерів у світі є 10 країн, з них 6 – європейські.

За даними *International Trade Centre* максимальна частка обсягу експорту припадає на європейські країни (рис.1) [7]. При цьому слід відзначити зростання експорту лікерів у 2013 р. по відношенню до 2011 р. в азіатських країнах – на 21779 тис. доларів США (0,9%), в країнах Америки – на 61409 тис. доларів США (0,3%) [7].

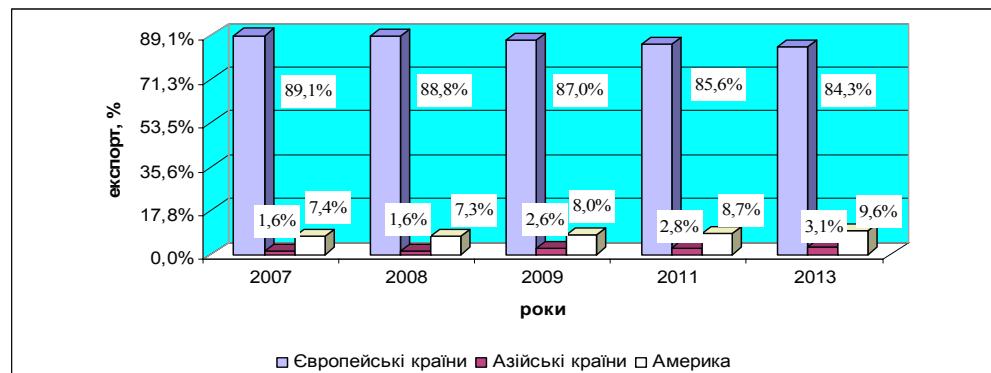


Рис. 1. Динаміка експорту лікерів в азіатських, європейських країнах та країнах Америки, 2007–2013 рр.

У табл. 1 наведено обсяг експорту лікерів за континентами у грошовому еквіваленті [7].

Таблиця 1

Обсяги експорту лікерів за континентами в грошовому вираженні

Континент	Обсяг експорту лікерів за континентами у грошовому вираженні, тис.доларів США				
	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2011 р.	2013 р.
Європейські країни	2605879	2723990	2345542	2458363	2735899
Азіатські країни	45358	49710	70702	79421	101200
Америка	216815	224289	216509	251207	312616

У світовій торгівлі лікерами експорт перевищує імпорт, що видно із світового торговельного балансу лікерів (табл. 2) [7].

Таблиця 2

Світовий торговельний баланс лікерів

Торговельна операція	Світовий торговельний баланс лікерів, тис. доларів США				
	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2011 р.	2013 р.
імпорт	3134978	3165740	2810906	2925054	3342576
експорт	2925586	3067684	2696801	2870971	3245345
баланс	-209392	-98056	-114105	-54083	-97231

У табл. 3 наведено 10 країн – найпотужніших експортерів лікерів, на які припадало 85,9% світового обсягу експорту в 2013 р., та 10 країн – найпотужніших імпортерів – 68,8% світового імпорту даного продукту в 2013 р.

Таблиця 3

Найпотужніші експортери та імпортери лікерів у світі, 2013 р.

Країна	Частка у світовому експорті лікерів,%	Країна	Частка у світовому імпорті лікерів,%
Ірландія	15,9	США	27,9
Німеччина	15,8	Німеччина	10,4
Італія	14,6	Великобританія	7,2
Франція	13,4	Канада	5,2
Великобританія	8,5	Іспанія	3,5
Нідерланди	5,9	Японія	3,4
Іспанія	4	Франція	3,3
США	3,2	Австралія	3,2
Канада	2,4	Нідерланди	2,5
ПАР	2,2	Росія	2,2

У цілому, до світової торгівлі лікерами в тій чи іншій мірі залучені орієнтовно 215 країн [7].

В Західній Європі значною популярністю користуються яєчні крем-лікери – в Голландії, Польщі та інших країнах такий напій має назву *Advocaat*, в Італії – *Cremovo*. В Угорщині виробляється крем-лікер з жовтків перепелиних яєць [8].

В 1974 р. серед крем-лікерів з'явився новий підклас – вершкові крем-лікери, які були розроблені ірландською фірмою *R.A.Bailey*. Крем-лікер *Baileys* виробляється з ірландського віскі потрійної перегонки,

чистих вершків та какао, цукру, ванілі. Його міцність – 17% об., термін зберігання 2 роки. Він є найбільш популярним напоєм цього підкласу – щорічно продається більше 50 млн. пляшок.

Ірландська фірма «*Carolans and sun*» випускає крем-лікер, до складу якого входить ірландське віскі, натуральні вершки, мед та шоколад. Міцність – 17% об. [3, 8].

До найбільш популярних на світовому ринку торгових марок лікерів, крім вищезазначених, відносяться *Sheridans, Cointreau, Kalhlua, Amaretto, Malibu, Limoncello di Campri, Xenta Cummel* та багато інших. А до світових лідерів, у рамках яких об'єднані й зазначені лікери, відносяться *Marie Brizard, De Kuyper, Bols* [3, 4, 8].

Європейські традиції споживання алкогольних напоїв поширюються в Україні. В першу чергу, це стосується жителів мегаполісів, запити яких зростають разом із рівнем доходів. Питання імпортозаміщення в групі емульсійних крем-лікерів є актуальним для нашої країни як з точки зору здешевлення готової продукції, так і з позицій натуральності складу сировини, що застосовується, і може бути забезпечено достатньою кількістю місцевих природних ресурсів [7–10].

Основною проблемою формування споживних властивостей крем-лікерів є складність забезпечення стабільності емульсії при зберіганні без використання штучних добавок. В той же час в Україні існують натуральні компоненти, які можуть бути включені до рецептур крем-лікерів. До них відноситься цикорлакт (цикорій та сухе знежирене молоко), який є багатим джерелом біологічно активних речовин. Важливо, що білки молока в комплексі з фосфатидами яєчних жовтків та у поєднанні із спиртом гіпотетично можуть створити достатньо стійку колоїдну систему та забезпечити стабільність емульсії готовому продукту [11–16].

Непопулярність лікерів пояснюється також їх складним і витратним виробництвом: співвідношення рецептурних складових ретельно вивірялося, компонентами слугували винятково ефірні олії, а сам напій витримувався до двох років [17, 18] (що контрастує з порівняною легкістю виробництва, наприклад, міцних дешевих вин або настоянок). Не найкращим чином на іміджі цих напоїв позначилося також виробництво в радянський час їхніх аналогів низької якості.

Лікери – найсолодший та найприємніший з усіх алкогольних напоїв. Зазначений напій має неабияку прихильність у жінок.

Зважаючи на це, все більше вітчизняних виробників алкогольної продукції прагнуть розширити асортимент своєї продукції випуском лікерів, реанімувавши відношення споживача до цієї групи в цілому.

Найбільш яскравий прояв таких тенденцій – зникнення з ринку дешевих напоїв і, натомість, поява на ньому лікерів з більш вираженим позиціонуванням та якісними характеристиками [2].

Вітчизняні лікери на полицях супермаркетів представлені, в основному, продукцією виробництва Львівського та Золотоніського лікero-горілчанних заводів, а також торгового дому «Сладек» (м. Київ) і не користуються значним попитом.

Це пояснюється відсутністю будь-якої статусної ваги даної продукції і, в той же час, лояльністю споживачів, оскільки лікери вітчизняного виробництва купують лише ті респонденти, яким дійсно подобаються їх смакоароматичні характеристики.

Останнім часом серед помітних операторів ринку лікерів виділився Золотоніський лікero-горілчанний завод (ТМ «Златогор») з лінійкою смаків на основі ягід (без окремої торгової марки), недорогою та досить популярною в своєму сегменті.

Не претендуючи на охоплення всеукраїнського простору, періодично працюють з лікерами і деякі регіональні виробники. Так, Львівський лікero-горілчанний завод виводив лікери під однією з горілкою торговою маркою «Володар». Зараз львів'яни змінили підходи до цього напою, обновили асортимент (у смакову серію входять Абрикос, Вишня, Кава, Лимон і Шоколад) і об'єднавши всі лікери в окрему торгову марку «Старий Ринок».

Першою вітчизняною помітною спробою роботи в сегменті настоянок та десертних крем-лікерів за умов принципово нового позиціонування напоїв став проект торгового дому «Сладек». Йдеться про серії «Смак Праги» (солодкі настоянки «Вишня», «Лимон», «Домашня журавлина», «Пряна») і «Смак Парижу» (елітні крем-лікери: «Троянда», «Шоколад», «Королівський цитрон», «Шарт'ре»).

Зазначені крем-лікери вироблені винятково з натуральних компонентів. Подібна продукція поки що дуже слабо представлена на ринках пострадянських країн. Разом з тим вітчизняні споживачі вже визначилися з перевагами в сегменті крем-лікерів, віддавши свої голоси кращим світовим маркам. В Україні їх рідко купують додому, рідко споживають у чистому вигляді, про них взагалі мало знають, і, власне, їх незаслужено недооцінюють.

Тому доводиться ламати стереотипи, адже в Україні вперше з'являються лікери в класичному розумінні цього слова. Всі напої виготовлені без використання ароматизаторів та барвників, а в основі смакових і ароматичних композицій – натуральна сировина, багата ефірними оліями та низкою біологічно активних компонентів, яким

притаманний широкий спектр оздоровчих властивостей. І тепер саме від того, наскільки грамотно виробники розпорядяться стартовими перевагами та врахують досвід виходу на вітчизняний ринок інших алкогольних категорій (наприклад, коньяку або слабоалкогольних напоїв), а товарознавці переконливо доведуть їхні споживчі переваги і прищеплять споживачам культуру їхнього споживання, залежатиме подальший розвиток цілого асортиментного напрямку.

Так, науковцями кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю КНТЕУ розроблено асортимент десертних емульсійних крем-лікерів «Степова красуня», «Цілюще джерело» і «Здоров'я» з використанням натуральних біокоректорів (ячні жовтки, соєвий лецитин, Цикорлакт, бальзам «Цілющий») [19, 20].

Для визначення доцільності запровадження у виробництво розроблених десертних емульсійних крем-лікерів було здійснено оцінку їх конкурентоспроможності (з урахуванням результатів комплексної оцінки якості та орієнтовної роздрібною ціни на момент виконання досліджень).

Базовою було визначено конкурентоспроможність крем-лікеру «*Dalkowski Advocaat Starotoruński*» (виробник «*Vinpol*», Польща). Результати проведеної оцінки конкурентоспроможності десертних емульсійних крем-лікерів наведені у табл. 4.

Таблиця 4

Оцінка конкурентоспроможності десертних емульсійних крем-лікерів

Найменування показників	десертні емульсійні крем-лікери			
	Контроль («Advocaat»)	«Степова красуня»	«Цілюще джерело»	«Здоров'я»
Комплексний показник якості	0,689	0,873	0,771	0,668
Роздрібна ціна, грн. / 0,35 л пляшка	63,00	57,20	60,65	53,70
Показник відносної конкурентоспроможності	1,00	1,276	1,249	1,181

За проведеними розрахунками, показники відносної конкурентоспроможності всіх розроблених десертних емульсійних крем-лікерів вищі за показник конкурентоспроможності базового зразка.

Найвищим значенням характеризується десертний емульсійний крем-лікер «Степова красуня» (1,276), трохи нижче (1,249) – у крем-лікеру «Цілюще джерело» і найнижче значення (1,181) – у десертного емульсійного крем-лікеру «Здоров'я». Такі результати обумовлені також і роздрібною ціною на розроблені десертні емульсійні крем-лікери.

Проведена оцінка конкурентоспроможності розроблених нами алкогольних напоїв дозволила зробити висновок про доцільність запровадження даної продукції у виробництво.

Дослідну партію десертних емульсійних крем-лікерів було випущено в умовах агропромислово-торговельного підприємства «Бобовище» (с.Бобовище, Мукачівського району, Закарпатської обл.).

На основі вихідних даних АПТП «Бобовище», спільно з економістами підприємства розраховано економічну ефективність від виробництва десертних емульсійних крем-лікерів «Степова красуня», «Цілюще джерело» і «Здоров'я».

Незважаючи на те, що виробництво зазначеної продукції вимагає певних додаткових затрат, що призводить до зростання ціни реалізації одиниці товару, виробництво розроблених десертних емульсійних крем-лікерів є економічно доцільним. Про це свідчать дані табл. 5.

Таблиця 5

Економічна ефективність виробництва десертних емульсійних крем-лікерів, 2014 р.

Показники	Витрати на виробництво крем-лікерів, грн.		
	Крем-лікер «Степова красуня»	Крем-лікер «Цілюще джерело»	Крем-лікер «Здоров'я»
1. Кількість пляшок, шт.	150,0	150,0	150,0
2. Прямі матеріальні витрати, грн., всього,	4350,0	4650,0	4050,0
в тому числі:			
– сировина та основні матеріали	4350,0	4650,0	4050,0
3. Прямі витрати на оплату праці, грн., всього,	1459,6	1561,5	1360,0
в тому числі:			
– витрати на оплату праці	1064,0	1138,3	991,4

Показники	Витрати на виробництво крем-лікерів, грн.		
	Крем-лікер «Степова красуня»	Крем-лікер «Цілюще джерело»	Крем-лікер «Здоров'я»
– єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, грн.	395,6	423,2	368,6
4. Загальновиробничі витрати, грн., всього,	630,5	630,5	630,5
в тому числі:			
– паливо	132,6	132,6	132,6
– електроенергія	254,0	254,0	254,0
– витрати на утримання та експлуатацію	33,3	33,3	33,3
– амортизація	115,1	115,1	115,1
– адміністративні витрати	95,5	95,5	95,5
5. загальнозаводські витрати, грн., всього,	913,5	976,5	850,5
в тому числі:			
– оренда приміщень, землі	195,00	195,0	195,0
– транспортні послуги	196,4	196,4	196,4
– утилізація відходів	54,0	54,0	54,0
– інші витрати (послуги)	303,3	303,3	303,3
– витрати, пов'язані з дослідженням продукції	144,80	207,8	81,8
– охорона заводських приміщень	20,0	20,0	20,0
6. Повна собівартість партії продукції, грн.	7353,6	7818,5	6891,0
7. Собівартість одиниці продукції, грн.	49,0	52,1	45,9
8. Прибуток на одиницю продукції, грн.	4,4	5,1	4,3
9. Виробнича ціна, грн.	53,4	57,2	50,3
10. Акцизний збір, грн.	4,0	4,0	4,0
11. Податок на додану вартість, грн	11,5	12,2	10,8
12. Відпускна ціна підприємства з ПДВ, грн	68,9	73,4	65,1
13. Рентабельність виробництва,%	9,0	9,7	9,4

Аналіз результатів проведених розрахунків засвідчив, що АПТТ «Бобовище» при виробництві десертних емульсійних крем-лікерів додатково витрачало кошти за такими статтями витрат, як сировина і основні матеріали, витрати на оплату праці, відрахування на соціальне страхування та витрати, пов'язані з дослідженням продукції.

Дані витрати обумовлені зростанням вартості сировини, яка використовувалась при виробництві нової продукції, а саме, ціною яєчних жовтків та спирту.

Результати наших досліджень показали, що при виробництві десертних емульсійних крем-лікерів «Степова красуня», «Цілюще джерело» та «Здоров'я» рентабельність складає відповідно 9,0%, 9,7% та 9,4%.

Отже, можна зробити висновок, що в умовах високої конкурентної боротьби між товаровиробниками за споживача та практичної відсутності на полицях яєчних крем-лікерів вітчизняного виробництва розроблені продукти з натуральної сировини можуть гідно конкурувати на українському ринку лікєро-горілочної продукції.

Література

1. Бабенко В.Н. Проблемы борьбы с пьянством и наркоманией в современной Украине / В. Бабенко // Повседневная жизнь в странах Восточной Европы. Сб. науч. Трудов / РАН. ИНИОН. Центр науч.-информ. исслед.глобал. и регионал.проблем. Редкол. И.О. Грицкий и др. – М.: 2011. – С.135–146.
2. Лазарев А. Алкоголь и табак в Украине. Европейский подход / А. Лазарев [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://inpress.ua/ru/society/22636-alkogol-i-tabak-v-ukraine-evropeyskiy-podkhod>
3. Ловчев В.М. Алкоголь в европейской культуре: монография / В.М. Ловчев. – М.: ИД КДУ, 2013. – 548 с.
4. Тамберг В., Бадьин А. Культура потребления алкогольных напитков / В. Тамберг, А. Бадьин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://newbranding.ru/articles/alco-culture>
5. Об определении, описании, представлении на рынке, маркировке и защите наименований мест происхождения спиртных напитков и отмене Регламента ЕЭС 1576/89: Регламент № 110/2008 Европейского парламента и Совета ЕС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_b12]
6. Регламент (ЕС) № 1333/2008 Европейского парламента и Совета ЕС от 16 декабря 2008 года по пищевым добавкам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://www.icqc.eu/userfiles/File/1333-2008-EC.pdf>]
7. Обзор рынка ликёроводочных изделий [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://export.by/?act=s_docs&mode=view&id=26506&type=&doc=64

8. Tatyana Bozhko: Consumer preferences on the Ukrainian market of liqueurs. The review / T. Bozhko // *Nauki inzynierskie i technologie*. – Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroclawiu. – 2014. – № 2 (13). – S. 14–25.
9. Макаров П.П. Напитки для рационального питания населения / П.П. Макаров, Г.П.Бурмистров, Н.А. Мулина // *Пиво и напитки*. – 2001. – С.12-13.
10. Домарецький В.А. Екологія харчових продуктів / В.А. Домарецький, Т.П. Златев. – К.: Урожай, 1993. – 192 с.
11. Гапонов А. Предпочтения москвичек на рынке ликеров / А. Гапонов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.advertology.ru/article43680.htm]
12. Голуб Б. Формування споживної цінності нових видів профілактичних сухих сумішей для кавових напоїв / Б. Голуб // *Товари і ринки*. – 2006. – № 2. – С. 123–125.
13. Рудавська Г. Харчування – важлива ланка у вирішенні проблем збереження генофонду українського народу / Г. Рудавська, Є. Тищенко // *Вісник КНТЕУ*. – 1998. – № 2.
14. Рудавська Г.Б. Оздоровчі продукти ХХІ сторіччя / Г.Б. Рудавська, Б.О. Голуб // *Вісник КДТЕУ*. – 1999. – № 4. – С. 42–50.
15. Уильямс В., Уильямс Х. Физическая химия для биологов. – М. : Мир, 1986. – 600 с.
16. Чанг Р. Физическая химия с приложением к биологическим системам. – М. : Мир, 1980. – 662 с.
17. Донченко Л.В. История основных пищевых продуктов / Л.В. Донченко, В.Д. Надькта. – М. : ДеЛи принт, 2002. – 304 с.
18. Дубровин И. Ликеры. Все о спиртных напитках. – М. : ЛА «Научная книга», 2008. – 56 с.
19. Божко Т.В. Виявлення споживчих переваг при розробці рецептур нових крем-лікерів // *Сборник научных трудов SWorld*. – Вып. 2. – Т. 9. – Одесса, КУПРИЕНКО, 2013. – 99 с.
20. Божко Т. Нові рецептури кремів // *Харчова і переробна промисловість*. – 2004. – березень. – С. 22–23.

Бойко А.В., професор, д.т.н.,
професор кафедри вищої та прикладної математики,
Київський національний
торговельно-економічний університет

ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ МЕДУ

Вчені, вивчаючи довгожителів, визначили, що одним із чинників, який об'єднує людей, що прожили понад 100 років, є продукти бджільництва, які є одними з основних продуктів харчування довгожителів. Мед – це цінний біологічно чистий продукт. У ньому міститься весь набір необхідних для організму людини вітамінів, ферментів, мінеральних речовин, гормонів, органічних кислот, а з мікроелементів – майже вся таблиця Менделєєва. Він привабливий і тим, що містить моносахариди, які є заміником цукру.

З розвитком цивілізації мед став використовуватися як продукт дієтичного харчування, а також як лікувальний, косметичний і консервуючий засіб. Мед має великий попит на світовому ринку. Не випадково в світі перші місця по споживанню меду на душу населення займають США, Канада, Голландія, Німеччина, Ізраїль та інші розвинуті країни з високим рівнем медичної науки, де нетрадиційна медицина офіційно визнана.

Мед практично повністю засвоюється при харчуванні. Це цінна енергетична сировина: 100 г меду дає організму людини 335 калорій енергії. Цілющі якості меду визначаються його складом. Першим компонентом меду є фруктоза (21,7% – 53,9%) і глюкоза (20,4% – 44,4%), другим – органічні кислоти, третім – хімічні елементи, кількість яких майже така ж, як і в крові людини, четвертим – білки, так звані ензими, які прискорюють проходження хімічних процесів в живих організмах, п'ятим – інвертаза, діастаза, каталаза та інші складові, шостим – вітаміни і, нарешті, сьомим компонентом меду є вода. Нормальна її кількість в меді складає від 15% до 20% [1, 2]. Як видно, мед має дуже непростий склад. Не менш складним є природний процес виробництва меду у вулику. Щоб виробити, наприклад, 500 г конюшинового меду бджоли повинні зібрати пилок з 10 мільйонів квітів [3]. Одна бджола зможе зробити це лише за 10 років. При такій виснажливій праці робочі бджоли живуть всього 6 тижнів і те тільки завдяки тому, що протягом

свого життя вони харчуються виключно медом і пилком.

Одною з основних проблем для виробників меду є розробка технології переробки закристалізованого (зацукрованого) меду, яка б дозволила зберегти всі його природні властивості, що регламентовані Держстандартом [4]. Відомо, що практично усі сорти меду, за винятком акацієвого і каштанового, через декілька місяців після виймання з вулика природно кристалізуються, тобто рідкий мед буває тільки літом або ранньою осінню [5]. Схильність меду до кристалізації залежить від його складу і умов зберігання. Нектарні види меду – акацієвий і каштановий не кристалізуються або кристалізуються поволі, а інші види, наприклад, падієвий містить ерлозу і кристалізується в перші дні після центрифугування або навіть ще в осередках стільників. Кристалізація може бути м'якою – або грубозернистою. Кристалізується глюкоза, а фруктоза залишається у верхньому шарі в рідкому стані. При співвідношенні глюкози до води нижче 1:1,7 або якщо вміст глюкози в меді нижче 30%, то він взагалі не кристалізується. Але якщо це співвідношення вище 2,1, то кристалізація йде швидко. Чим більше в меді фруктози і води і чим вище співвідношення фруктози до глюкози, тим повільніше протікає кристалізація [5].

Здебільшого часу мед надходить на переробку з пасік та хазяйств у закристалізованому вигляді в металевих бочках циліндричної або слабо конусної форми двох типорозмірів діаметром 570–600 мм, висотою 870–1010 мм, об'ємом 200 л чи діаметром 440 мм, висотою 770 мм, об'ємом 100 л (питома вага меду $1,4 \text{ г/см}^3$), або в прямих флягах (бідонах) діаметром 370 мм і заввишки 600 мм [6, 7]. Зазвичай для проведення розкристалізації цього меду застосовується нагрів, при якому віддаляються зародкові кристали, внаслідок чого навіть такі види меду, що швидко кристалізуються, тривалий час залишаються рідкими. Проте, рідкий мед (окрім чисто акацієвого і падієвого), що продається взимку або весною на ринках при розкристалізації часто піддається перегріву. Можна бачити як на ринках мед, що закристалізовувався у флягах, нагрівають паяльними лампами. Однак, вже при температурі 40°C втрачаються природні якості меду, його біологічна активність знижується, при 50°C мед втрачає свої лікувальні якості, а при нагріванні зверх 70°C в ньому утворюється шкідлива речовина оксиметілфурфурол, накопичення якої в організмі приводить до захворювань печінки і нирок.

Тому виробникам меду, які його переробляють, розфасовують і продають, слід дотримуватися температурного режиму, не допускати перегріву меду, після чого він втрачає свою цілющу силу і змінює

смак, колір і запах [1, 5].

Мед, що продається в магазинах, залишається рідким протягом тривалого часу, внаслідок того, що при переробці він був пропущений через спеціальні Мед, що продається в магазинах, залишається рідким протягом тривалого часу, внаслідок того, що при переробці він був пропущений через спеціальні фільтри, які затримують зародкові кристали, які є причиною протікання процесу кристалізації меду. Однак при цьому з нього видаляється пилок та інші компоненти, що знижує його біологічну активність.

Звичайно мед, що надходить на переробку, може мати вологість до 25%, тоді як зрілий мед не повинен містити більше 20% води [5], а допустима вологість меду не повинна перевищувати 21% [4]. Обмеження на рівень вологості меду і температуру проходження технологічних процесів при переробці зумовлені бажанням зберегти всі його природні властивості. Так, підвищення вмісту води в меді до 21–22% призводить до бродіння під час його зберігання при кімнатній температурі. Мед з вологістю менше 21% можна зберігати при температурі 20°C, тоді як при вологості більш ніж 21% для його зберігання потрібна температура не вище 10°C. Щойно взятий із вулика мед має температуру біля 30°C і вологість близько 20%, тому таким природнім характеристикам повинні відповідати умови зберігання меду, при яких проявляються повною мірою його біологічно активні властивості.

Не менш важливою проблемою при переробці меду є зменшення кількості в ньому бульбашок повітря, якими він насичується (аерується) в процесі відкачування із стільників, фільтрації за допомогою ситечок, купажування, розкристалізації меду, що загуснув, та розфасування [8,9]. На поверхні такого меду після розфасовки у скляні банки і швидкої кристалізації утворюється шар медово-бульбашкової маси пастоподібної консистенції, при цьому значна кількість її фрагментів розташована по всій масі меду, що знижує його товарні якості через непривабливий вигляд.

Найбільшого поширення набула відома лінія для переробки закристалізованого меду, до складу якої входять термокамери з двостінними ваннами, що підігріваються, і медовідстійники з мішалками, місткість яких дорівнює триразовій продуктивності всієї лінії за робочу зміну [6]. Лінія дозволяє за рахунок теплової обробки меду, що закристалізувався, тривалого випаровування і відстоювання, отримати рідкий мед, який відповідає вимогам ДСТУ [4] щодо відсоткового вмісту води, зменшити кількість бульбашок повітря і провести розфасовку

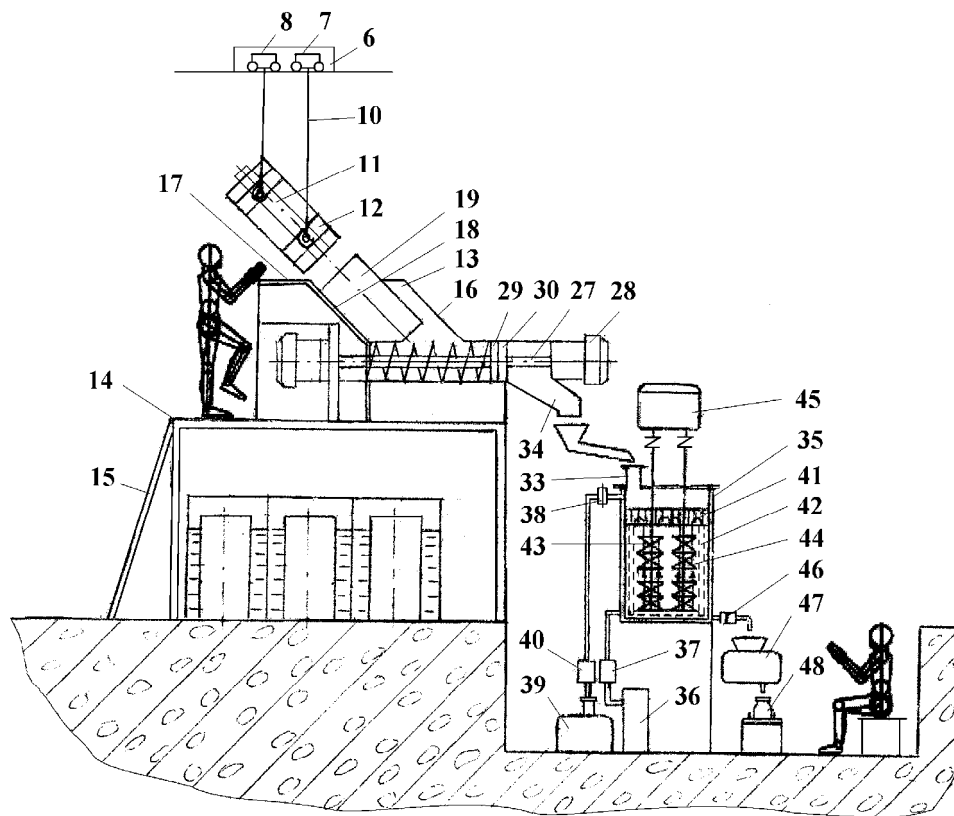
рідкого меду в тару. Проте для реалізації такої технології переробки меду тільки за рахунок його нагріву і відстоювання потрібно до складу лінії включати велику кількість термічного устаткування, тому що ця процедура, враховуючи низьку теплопровідність меду і невисокі температури його нагріву, відбувається дуже повільно, що визначає низьку продуктивність лінії. Так, наприклад, при продуктивності лінії біля однієї тони за зміну необхідно встановити медовідстійники, що обігріваються, загальною місткістю три тони. Така технологія переробки меду вимагає великих витрат на електроенергію, а також на виготовлення самих ванн з нержавіючої сталі і на розміщення громіздкого устаткування на площах, що обігріваються. Тому внаслідок низької ефективності лінії її дуже складно і недоцільно застосовувати для розкristалізації меду, що знаходиться у металевих бочках та флягах.

В Київському національному торговельно-економічному університеті запропонована технологія і лінія для переробки закristалізованого меду [10], що дозволяє підвищити продуктивність процесу його розкristалізації, зменшити вміст в ньому вологи, видалити бульбашки повітря з меду і при цьому зберегти всі його природні властивості, колір і склад у відповідності з вимогами стандарту якості.

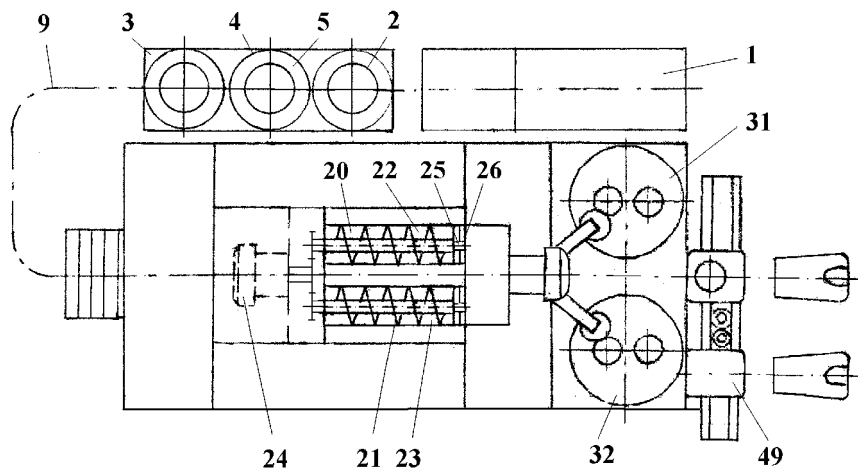
На рис. 1 показана схема лінії для переробки закristалізованого меду: а – фронтальна проекція, б – вид зверху.

Лінія для переробки закristалізованого меду складається з встановлених у технологічній послідовності ділянок мийки і сушки 1 ємностей 2 з початковим медом, засобу 3 для виїмки меду з ємності, до складу якого входять баки 4 циліндрової форми, заповнені теплоносієм 5, і пристрій 6 для підймання, переміщення та перевертання ємностей з медом, який виконаний у вигляді двох вантажопідйомних талів 7 і 8, що встановлені з можливістю переміщення уздовж лінії по монорельсу 9. Талі з'єднані канатами 10 з захватом для ємності з медом, котрий включає чотири Г – подібної форми планки 11 з лапами, що розташовуються по периметру ємності з медом уздовж її бічної поверхні і заходять лапами під днище ємності, і обручі 12, які призначені для фіксації планок на ємності.

До складу лінії входить засіб 13 для попередньої розкristалізації і руйнування кристалів глюкози у меді, що розміщено на естакаді 14, з якою межує засіб 3 для виїмки меду з ємності. Для роботи персоналу естакада має площадку обслуговування зі сходами 15. Засіб 13 для розкristалізації меду виконано у вигляді двох механічних пристроїв, один з яких призначено для розпушування брили меду, а другий – для руйнування кристалів глюкози у меді. Корпус 16 цього засобу виконано у вигляді підігріваної двостінної ванни, що має приймальний стіл 17,



а



б

Рис. 1. Схема лінії для переробки закристалізованого меду

причому внутрішня торцева стінка 18 корпусу з'єднана з приймальним столом і виконана похилою V – подібної форми для розташування на ній брили 19 закристалізованого меду. Усередині ванни розміщені у горизонтальній площині з можливістю обертання назустріч один одному два шнека 20 і 21 з правим і лівим напрямом спіралі, які встановлені у двох напівциліндрової форми каналах 22 і 23 і кінематично пов'язані з приводом 24, а вільні кінці 25 шнеків розміщені у двох циліндрової форми каналах у корпусі, що з'єднані із задньою внутрішньою стінкою 26 корпусу. Кінці шнеків споряджено коаксиально встановленими валами 27, які приводяться в обертання за допомогою привода 28 незалежно від шнеків. На кожному кінці валів змонтовано по три ножі 29 для руйнування кристалів глюкози у меді, що встановлені з можливістю контакту з трьома ґратками 30, які закріплені у корпусі 16. Ґратки мають вигляд перфорованих отворами діаметром 1,5; 3 і 6 мм дисків, при цьому ґратка, яка знаходиться біля шнеку, має найбільші за діаметром отвори.

В кінці лінії розміщені дві камери 31 і 32, що призначені для зменшення кількості бульбашок повітря і для зменшення вмісту вологи в меді. Ці пристрої розташовані таким чином, що їх вхідний патрубок 33 знаходиться нижче вихідного патрубку 34 засобу для розкристалізації меду. Корпус кожної камери 35 виконаний з двома стінками, порожнина між якими призначена для проходження теплоносія, наприклад, гарячої води, яка нагрівається за допомогою котла 36, що має регулятор протоку 37. В верхній частині корпусу камери змонтовано патрубок 38 для з'єднання з водокільцевим вакуумним насосом 39, на всмоктувальному трубопроводі якого встановлено регулятор швидкості відкачування 40.

На кришці камери також закріплені співвісно камері концентричні кільця 41, виконані з сітки з коміркою 2x2 мм. Крім того, всередині вакуумної камери під вхідним патрубком 38 розміщено фільтр 42 у вигляді стакану днищем вниз, зовнішній діаметр якого трохи менший за внутрішній діаметр камери. Фільтр виготовлений із сітки з коміркою 1x1 мм. Всередині фільтру розміщена мішалка, яка закріплена на кришці камери. Мішалка являє собою три вертикально встановлені складені стрічкові гвинти (на рис. 1 показані тільки два гвинти 43 і 44), що зв'язані з приводом обертання 45. Кожний складений стрічковий гвинт має два, або більше стрічкових гвинти, що співвісно скріплені між собою з зазором, величина якого дорівнює $1/4 - 1/5$ їх зовнішнього діаметра.

Під вихідним патрубком 46 встановлено дозатор 47, призначений для розфасовки меду у скляні банки 48. Поряд з дозатором розміщено пристрій 49 для закупорювання банок жерстяними металевими кришками типу twist-off.

Технологічний процес переробки закристалізованого меду здійснюється таким чином. Ємність (бочка, фляга) 2 з частково або повністю закристалізованим медом надходить на ділянку мийки і сушки 1, де її миють зовні теплою (50–60 °С) водою і щітками. Після мийки ємність з медом протирають сухими ганчірками для видалення залишків забруднення. Потім на зовнішню бічну поверхню ємності з медом по її периметру встановлюють чотири планки 11 пристрою 6 для підймання, переміщення і перевертання ємності, при цьому лапи планок підводять під днище ємності і фіксують обручами 12. Далі ці планки підчіплюються тросами 10 до талі 7 чи 8, за допомогою якої ємність розміщується у баку 4, який сполучений з системою теплопостачання і заповнений теплоносієм 5 (гарячою водою з температурою 37°С) для розігріву ємності по контуру з метою полегшення подальшого виймання з неї меду. Розігрів ведуть до моменту, коли між стінкою ємності і брилою меду утвориться кільцева щілина. Потім проводиться сушка ємності шляхом протирання її ганчір'ям та обдування гарячим повітрям.

За допомогою пристрою 6 для підймання, переміщення та перевертання ємності з медом ємність транспортується по монорельсу 9 до засобу 13 для розкристалізації меду, між двома стінками корпусу якого пропускається тепла вода, і розміщується на приймальному столі 17. Далі за допомогою двох талей 7 і 8 пристрою шляхом плавного перевертання ємності здійснюється виймання з неї брили меду 19. Таким чином брила меду за розміром ємності потрапляє на похилу площину 18 корпусу засобу для розкристалізації меду, сповзає вниз і потрапляє між двома шнековими гвинтами 20 і 22. Вмикають привод 24 обертання шнеків, внаслідок чого шнеки починають обертатися назустріч один одному з швидкістю біля 300 об./хвил. Завдяки виконанню шнеків з правим і лівим напрямком спіралі брила під час обробки постійно утримується поміж шнеками. Гвинтові лопаті шнеків обертаючись поступово заглиблюються у брилу закристалізованого меду, таким чином розпушуючи його.

Під час обробки брила меду під дією власної ваги безперервно просувається в зону обробки шнеками. При цьому брила монолітного закристалізованого меду набуває напіврідкої консистенції. На цьому процес попереднього розпушування меду закінчується.

У процесі розпушування мед потрапляє у два напівциліндрової форми канали 22 і 23, що розташовані під шнеками, і по яким за допомогою шнеків транспортується до двох циліндрової форми каналів, що розташовані у корпусі, де тиск меду зростає. Далі мед під тиском

проштовхується до ґраток 30 з ножами 29 пристрою для руйнування кристалів глюкози. Вмикають привод 28 цього пристрою, завдяки чому ножі обертаються з швидкістю 600 об./хвил. і мед піддається вторинній механічній обробці, в процесі якої кристали глюкози у меді подрібнюються спочатку при проходженні ґратки, що має отвори діаметром 6 мм, а потім ґратки з діаметрами отворів 3 і 1,5 мм, внаслідок чого мед подрібнюється на частинки з дисперсністю 0,1 – 0,2 мм.

Здрібнений таким чином мед надходить у вхідний патрубок 33 однієї з камер 31 або 32. Після завантаження камери медом патрубок 33 герметизується і вмикається вакуумний насос 39. Одночасно забезпечується проходження гарячої (45°C – 50°C) води між двома стінками корпусу 35 камери. Вода нагрівається за допомогою котла 36. Далі вмикається привод 45 і гвинти 43 і 44 пристрою починають обертатися. Шляхом інтенсивного відкачування водяної пари і повітря тиск у камері знижується. Одночасно частинки меду, які контактують із стінками камери, нагріваються до температури 38–40°C.

В результаті перемішування весь об'єм меду у камері поступово нагрівається до вказаної температури. Після того, як тиск над поверхнею меду зменшиться до 6,74 – 7,37 КПа, а температура меду досягне 38 – 40°C, ці параметри процесу (тиск і температуру) стабілізують за допомогою регулятора швидкості відкачування 40 і регулятора потоку теплоносія 37. Такий режим роботи забезпечує слабе кипіння частинок води, які виносяться на поверхню при перемішуванні меду, в результаті чого ці частинки перетворюються у пару і видаляються із камери вакуумним насосом 39. Виконання мішалки у вигляді стрічкових гвинтів 43 і 44 забезпечує циркуляцію потоку меду у вертикальній площині, а виготовлення кожного стрічкового гвинта складеним підвищує ефективність процесу перемішування за рахунок розриву потоку меду, що виносяться на поверхню. Концентрично розміщені сітчасті кільця 41 виконують функцію уловлювача бульбашок повітря при перетині їх вертикальними потоками меду, що несуть ці бульбашки. Оскільки кільця розташовані вертикально з зазором поміж собою, то при перетинанні їх потоком меду бульбашки повітря захвачуються сіткою, при цьому більша частина меду стікає вниз по бічним поверхням кілець. Таким чином площа вільної поверхні меду значно збільшується і процес видалення водяної пари та бульбашок повітря прискорюється.

Вміст вологи у меді контролюється шляхом періодичного аналізу проб меду за допомогою вакуумного шлюзу (на рисунку не показаний) і

по досягненні вологості меду близько 20% процес відкачування припиняють, вимикають привод мішалки, камеру розгерметизовують, тобто в камеру напускають повітря, і мед самопливом через фільтр 42 і вихідний патрубок надходить у дозатор-наповнювач 46 для розфасовки у банки 47. Виконання фільтру 42 у вигляді стакану, що геометрично повторює корпус камери, розміщеного всередині камери з деяким зазором, дозволило значно збільшити робочу поверхню фільтру у порівнянні з фільтрами, які традиційно встановлюються на вихідному патрубку.

Для забезпечення безперервності процесу переробки меду використовується друга камера для зменшення вмісту вологи у меді, що працює під час вивантаження меду із першої камери.

Після наповнення банки медом вона поступає до пристрою 48 для загвинчування жерстяних кришок типу twist-off і далі на етикетування і склад готової продукції.

Таким чином дана лінія для переробки закристалізованого меду дозволяє проводити розкристалізацію закристалізованого в бочках чи прямих флягах меду, зменшити вміст вологи і кількості повітряних бульбашок у меді, проводити розфасовку меду у банки і закупорку банок жерстяними кришками, при невеликій кількості одиниць обладнання. Лінія дозволяє значно збільшити продуктивність праці при переробці меду за рахунок скорочення часу розкристалізації, що забезпечить отримання значного економічного ефекту. Медова продукція, отримана за даною технологією на описаному устаткуванні, відповідає вимогам Держстандарту і санепідемстанції, що дозволить виробникові отримати відповідні сертифікати на мед.

Література

1. Ульянич Н.В. Лечение продуктами пчеловодства. – К. : Издательство «СВІТ», 1999. – 282 с.
2. Темнов В.А. Технология продуктов пчеловодства. – М. : ВО «Агропромиздат», 1967. – 142 с.
3. Полищук В.Л., Пилипенко В.В. Справочное пособие по пчеловодству. К: Высшая школа, 1990. – 103 с.
4. ДСТУ 4497: 2005. Мед натуральний. Технічні умови. Київ, 2005
5. Младенов С. Мед и медолечение. София: Земиздат, 1969. – 222 с.
6. Чепурной И.П. Заготовка и переработка меда. – М. : ВО «Агропромиздат», 1987. – 80 с.
7. ГОСТ 5037 – 97. Фляги металлические для молока и молочных продуктов. Технические условия.

8. Мулявко М.В. та ін. Аерація меду та методи її усунення // Пасіка, 1999. – № 8.– С. 10.
9. Стефан Шкандеров, Цеко Иванов. Пчелиные продукты. София: Земиздат, 1985.– 226 с.
10. Рішення УКРПАТЕНТУ № 16849/ЗУ/16 від 17.08.2016 про видачу патенту на корисну модель «Лінія для переробки закристалізованого меду» Бойко А.В., Музыка М.Р.

Бондаренко Є.В., к.т.н., доцент
кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,
Міклашевська Ю.Б., к.т.н., ст. викладач
кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,
Хробатенко О.В., к.т.н., ст. викладач
кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,
Київський національний торговельно-економічний університет

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ СПОРТСМЕНІВ

Проблема продовольчого забезпечення населення України посідає чільне місце в економічній політиці нашої держави. Враховуючи постчорнобильський фактор, продукція овочівництва, садівництва та виноградарства у продовольчому балансі повинна займати все більшу частину.

Згідно з рекомендаціями ВООЗ плодоовочеві продукти повинні займати не менше $\frac{1}{3}$ щоденного раціону харчування людини. На разі рівень споживання плодоовочевої продукції становить 50–60% від фізіологічної норми. Середньостатистичний українець споживає овочів на 23%, а фруктів і ягід – на 71% менше ніж громадянин США і Європи в цілому [1].

Виробництво плодів, ягід, винограду та овочів у світі щорічно зростає. Найбільшу кількість овочів було вироблено у період з 1995 по 2005 рік. Зростання виробництва овочевої продукції у світі, за визна-

чений період, становило 327,4 млн. т. або 57,3%, що перевищує темпи зростання населення, а це є свідченням того, що споживання овочів у світі збільшується. Дослідженням доведено, що внаслідок переважно екстенсивного характеру виробництва овочів більшості країн світу посівні площі під овочевими культурами збільшуються. Так, з 2001 по 2013 рік площі під овочевими культурами зросли з 23747 тис. га. до 56690 тис. га., або на 238,7%. Значний приріст посівних площ овочів, за даний період, відбувся в Китаї – понад 4 рази, Мексиці та Єгипті – понад 3 рази, Індії, та в цілому в світі – в понад 2 рази. В Україні за даний період також відбулося зростання посівних площ овочевих культур на 25% [2].

Аналіз літературних даних показав, що в період з 2001 по 2013 рік світове виробництво овочевих культур збільшилося більш, ніж у 4,8 разів від 222591 тис. т. до 1087591 тис. т. При цьому, світові темпи середньорічного приросту починаючи з 2009 року дещо зросли, що зумовлено збільшенням темпів зростання посівних площ та урожайності (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво овочів у країнах світу, тис. т

Країна	Рік					
	2001	2003	2005	2007	2009	2013
США	35039	36966	35861	37289	35608	34670
Індія	56530	71454	91727	90634	100405	105795
Китай	209199	442824	512029	522721	540027	561744
Мексика	6902	11185	12424	11726	12514	11908
Єгипет	10347	16645	19707	21350	19487	18945
Туреччина	21869	26359	27135	26701	25901	27406
Україна	5933	7295	7965	9011	8911	10608

Найбільшими виробниками овочів в світі є Китай. В 2015 році в Китаї посівні площі під овочевими культурами і валове виробництво овочів склали відповідно 42,8 і 51,6% від світового обсягу. За цими двома показниками Китай вийшов на перше місце в світі за рахунок інноваційних технологій в овочівництві.

Значно зросло (у більшості випадків більш, ніж у 4 рази) виробництво овочевої продукції у Єгипті, Мексиці, Індії, Туреччині, що дозволило цим країнам увійти в десятку найбільших країн-виробників цього ринку та витіснити з нього такі країни як Франція та Японія.

Україна має винятково сприятливі природні умови, науковий і виробничий потенціал для розвитку товарного садівництва, виноградарства та овочівництва. Сьогодні в Україні на душу населення в рік виробляється в середньому 50 кг фруктів, ягід і винограду, споживається – 45 кг, споживання овочів становить у середньому 160 кг. Найбільше овочів на душу населення виробляється в Китаї – понад 400 кг., Греції – 296 кг., Іспанії – 273 кг., Білорусії – 245 кг [6].

Науково обґрунтованою фізіологічною нормою споживання плодів за різними даними (разом із виноградом і цитрусовими) є 84 кг на душу населення в рік, овочів – 161 кг (з них томатів – 39 кг). До норм споживання свіжих фруктів та овочів включені і продукти їхньої переробки. Враховуючи те, що третина валового збору є нестандартною продукцією, а решта, незначна частина переробляється, можна зробити висновок, що майже половина продукції, що споживається є імпортованою [9].

Серед овочів найпоширенішими культурами в Україні є томатні овочі: помідори, перець, баклажани. Вони є важливим джерелом надходження β -каротину, вітаміну С, фолієвої кислоти, а також мікроелементів – калію, магнію, міді, натрію тощо. Цінність цих овочів полягає у тому, що вони підвищують апетит, посилюють виділення органами травлення соків, чим підвищують перетравлюваність і засвоюваність їжі. Солі, що є в овочах нейтралізують шкідливі кислоти, а клітковина посилює травлення, сприяє виведенню з організму холестерину, завдяки мінеральним речовинам утворюються сполуки з лужними властивостями, що підтримують реакції крові.

До складу томатних овочів входять майже всі поживні речовини. Овочі містять близько 90% води, тому їхня енергетична цінність низька, однак у добовому раціоні людини на овочі припадає 15–20% енергетичного балансу їжі. За останні 30 років зросло споживання таких важливих біологічно активних речовин як фолієва кислота (на 231%), каротиноїдів (на 167%), тіаміну (на 158%) і мікроелементів заліза, селену, цинку. Саме тому овочі відіграють першочергову роль в обміні речовин. Значне зростання популярності овочів в тому числі і томатних почалося ще з XIX століття [2, 3].

Це можна пояснити кількома факторами. По перше свіжі овочі мають високу харчову цінність. По друге вони є порівняно дешевою сировиною. Серед томатних овочів найбільше розповсюдження отримали томати. У всьому світі вони стали не тільки одним із найважливіших продуктів харчування у свіжому вигляді, але й слугують

основною сировиною промисловості, яка виготовляє ферментовані овочі, консерви, пасту, соки тощо. Найбільші посівні площі (до 200 – 250 тис. га) томати займали в колишньому СРСР та США, де вони знаходились на другому місці після капусти та овочевої кукурудзи. В СРСР томати займали близько 12-18% посівної площі овочевих культур, і близько 40% в Україні. В Туреччині, Іспанії, Єгипті та Греції свіжі томати давно стали експортною сировиною. Широко популярними томати стали лише в XIX столітті. Баклажани, перець солодкий в СРСР займали невеликі площі посіву. На даний момент ці культури вирощують переважно в США, Туреччині, Іспанії та країнах СНД.

Важливе місце в овочівництві займає виробництво овочів на експорт. Плодоовочеві продукти наша країна експортує до країн Балтії, ЄС та Казахстану. Найбільшим експортером і імпортером свіжих овочів у світі є США на рахунок якої припадає 18% або приблизно 40 млрд. доларів світового обсягу торгівлі свіжими овочами та фруктами. В Італії серед експортованих овочів станом на 2015 рік найбільшу частку становили свіжі овочі – 709 тис.т., серед них томати – 91,9 тис. т. В Нідерландах в 2014-2015 роках, площі відведені під теплиці збільшились до 4570 га, на 20 га більше, ніж в попередніх. Із них площі під томати збільшились на 64 га, або на 4,3% – до 1545 га. У 2013-2014 роках було вирощено 320 тис. т солодкого перцю, що на 20 т більше, ніж в минулих роках, із них майже 98% відправлено на експорт. Збільшився їх продаж в Чехію, Польщу. В останні чотири роки знизився експорт не упакованих томатів, підвищився експорт «черрі» (на 14%) і сливовидних томатів (на 55%).

Щодо експорту томатів і солодкого перцю в Туреччину то в 2013–14 роках він збільшився на 5% та 22% відповідно і становив 247 тис. т і 62 тис. т. В Німеччині серед імпортованих овочів переважну більшість становили томати – 624 тис. т, баклажани – 27 тис. т, перець солодкий 283 тис. т та паприка 4,7 тис. т.

Серед виробництва овочів в Болгарії як у відкритому, так і в закритому ґрунті найбільше площ відведено під томати та солодкий перець. В 2013-14 роках експорт свіжих та перероблених овочів склав 20 тис. т. (із них 11,182 тис. т свіжих). Загальна посівна площа під овочами відкритого ґрунту становила у 2013–14 роках – 451 тис. га, в тому числі під помідорами 92,8 тис. га.

На разі, в Україні щорічно відзначається стійке зростання попиту населення на свіжі та перероблені томати, тому в структурі посівних площ у 2013 і 2014 роках їм належало 23,4%. Валовий збір помідорів у

2014 році перевищив на 30,7% даний показник у 2013 році. Основними виробниками томатів були Херсонська й Одеська області. Щорічно Україна виробляє 1,4 млн. тонн томатів. З них 450 тис. т вирощують у теплицях, решту – у відкритому ґрунті.

Окремі дані щодо споживання томатних овочів в окремих країнах дають надзвичайно мало інформації для аналізу. Лише на підставі порівняння рівня їх споживання в різних країнах світу у співставленні з фізіологічними нормами дасть можливість зробити висновки щодо його достатності. Відповідність нормам свідчить про достатність забезпечення країни продовольством і належний доступ населення до нього, тобто гарантію продовольчої безпеки країни. Водночас споживання не знаходиться на одному рівні, а змінюється під впливом різних факторів (виробництво, зовнішня торгівля, врожайність і продуктивність, купівельна спроможність населення тощо). Тому динаміка споживання є показником, який характеризує продовольчу безпеку країни і визначає рівень її соціально-економічного розвитку.

Для України, як і для будь-якої іншої країни світу, питання продовольчої безпеки є першочерговим. Маючи відмінні природно-кліматичні умови й чудове географічне положення (помірний клімат, родючі ґрунти, відсутність зон високої сейсмічної активності), Україна не мала б зіштовхнутися з проблемою продовольчої небезпеки. Однак, незважаючи на всі вище перераховані позитиви, на практиці все виглядає інакше. За роки незалежності відбулося зниження споживання основних продуктів харчування і в тому числі овочів, що очевидно обумовлено низькою купівельною спроможністю населення. Слід зазначити, що зберігаються регіональні особливості формування цього показника порівняно із середніми в державі та окремих областях. Найвищий рівень виробництва і споживання овочів у Херсонській, Кіровоградській, Черкаській, Київській областях. Рівень виробництва томатів в зоні Полісся становить 36,4 тис. т., або 12,1% від норми споживання. У цілому ж по Україні на одну людину виробляється 17,4 кг томатів, або 44,6% від встановленої норми. Це найнижчий показник з основних овочевих культур.

Споживання овочів у світі на душу населення в середньому складає 180 кг на рік. Проте спостерігаються значні відмінності цього показника та різна його динаміка у розрізі окремих країн (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка споживання овочів на душу населення, кг

Рік	Країна			
	Німеччина	Угорщина	Україна	Світ
2000	74,5	94,5	102,0	77,7
2003	79,1	99,9	97,0	88,6
2005	90,6	117,5	102,0	108,6
2008	90,5	117,0	114,0	118,0
2011	133,6	99,6	120,0	–

Аналіз динаміки споживання овочів показав, що серед представлених країн і в цілому у світі спостерігається тенденція до збільшення споживання овочів, що можливо пов'язано з підвищенням інтересу населення до здорового способу життя [8].

Ще в 70-х роках ХХ століття було встановлено доцільність переробки сільськогосподарської продукції і розвиток сектору швидкозаморожених продуктів. Аналіз літературних джерел щодо стану сучасного ринку продовольчих товарів в Україні свідчить про те, що з кожним роком зростає питома вага різних видів напівфабрикатів, серед яких чільне місце посідають заморожені напівфабрикати, виготовлені з сировини тваринного, рослинного походження та комбіновані. Це зумовлено високим попитом населення на продукти харчування швидкого приготування, у зв'язку з наступними чинниками:

- по-перше, прискорюється спосіб життя, який мотивує до придбання напівфабрикатів, практичність використання яких відповідає сучасним вимогам суспільства;
- по-друге, підвищується освіченість споживача, який розуміє, що сучасні методи заморожування дозволяють максимально зберегти біологічно активні речовини, зокрема вітаміни та мінеральні речовини, в рослинній сировині;
- по-третє, заморожування як спосіб консервування, дозволяє на основі безвідходної технології переробити сезонний врожай плодоовочевої продукції;
- по-четверте, покращується якість продуктів (за останні 2 роки виробники почали використовувати більш якісні інгредієнти для виготовлення заморожених напівфабрикатів)

При розробці економіко-математичної моделі прогнозування структури і обсягів виробництва плодоовочевих консервів було встановлено, що співвідношення напрямів переробки плодоовочевої

продукції повинно максимально наблизитись до співвідношення, яке існує в США: стерилізація – 54%, сушіння – 9, ферментація – 13, заморожування – 24. Водночас структура переробки плодів та овочів в Україні характеризувалась такими цифрами: стерилізація – 75%, сушіння – 5, ферментація – 15, заморожування – 5.

Попит на заморожені продукти активно росте. Так за 2014 рік попит на заморожені овочі та фрукти зріс на 30%. У об'ємному відношенні цей ріст склав всього 10%. При цьому найбільша частка припадає на овочеві суміші – 50%. Але за темпами розвитку лідирує сегмент заморожених страв – за рік він виріс на 19%. Для цієї категорії продуктів характерна яскраво виражена сезонність. Про інтерес до здорового харчування свідчить і високий попит на овочеву та дикорослу заморожену продукцію.

Найбільшим попитом користуються овочеві мікси (напівфабрикати для приготування перших та других страв), в які входять нетрадиційні для України овочі, наприклад, капуста броколі, брюссельська або шпинат. Друге місце займають суміші, які містять традиційні для України продукти: суміш для супу із цвітної капусти, овочеve рагу. На третьому місці гриби та рис (суміш для супу з грибами, овочі з рисом, овочі з рисом та грибами). Серед монопродуктів перше місце належить нетрадиційній для України овочевій групі – капуста броколі, брюссельська капуста, квасоля стручкова, на другому місці – вирощені у нас перець, кабачки, баклажани. Серед проблем ринку плодоовочевої продукції виробники виділяють такі: нестача якісної сировини в країні, масштабна конкуренція з польськими виробниками, яка з часом зменшується, сезонність попиту та не завжди стабільна урожайність культур, від чого залежить і ціна на сировину. Крім того, не всі сорти овочів придатні до заморожування. Також значні труднощі існують при зберіганні та транспортуванні замороженої продукції. Не остання проблема – нестача кваліфікованих спеціалістів. За попередніми оцінками, незважаючи на майже повну відсутність реклами, за підсумками сезону 2013/2014 року зростання внутрішнього споживання цих продуктів складає близько 40%. На розширення збуту та збільшення його об'ємів вже впливає не тільки торгівля а і громадське харчування. Дослідження спеціалістів дозволяють зробити наступні висновки. По-перше, ринок заморожених овочів і готових обідів останній рік динамічно розвивається: темпи приросту в сегменті овочів складають 15–20%, напівфабрикатів – 10–15%. Середній ріст споживання всіх заморожених продуктів оцінюється приблизно в 15%.

По-друге, заморожені овочі, ягоди і овочеві суміші – альтернатива літнім продуктам, яка коштує дешевше, ніж свіжі продукти зимою. Це універсальні продукти, які добре підходять для гарнірів, салатів, десертів [6].

Відсутність єдиних достовірних статистичних даних ускладнює аналіз ринку продуктів переробки овочів. Проте аналіз часткової інформації літературних джерел дозволяє визначити загальні тенденції розвитку цієї підгалузі АПК в окремих країнах.

В Україні ринок заморожених продуктів досить інтенсивно розвивається. Основними споживачами заморожених плодів і овочів є освічені сімейні люди високого та середнього статку віком від 25 до 54 років. Для ринку замороженої плодоовочевої продукції характерні сезонні коливання. Пік продажу цієї продукції спостерігається в січні-лютому, влітку знижується у 4...5 разів.

Пропозицію на вітчизняному ринку замороженої плодоовочевої продукції формують, в основному, іноземні виробники. Серед країн-виробників плодів та овочів на ринку України лідером є Польща, Бельгія та Чехія. Найбільшу частку в асортименті займають заморожені картоп-лепродукти і різноманітні овочеві суміші.

Ринок плодоовочевої замороженої продукції в Україні один із небагатьох, де імпорт відіграє значну роль і утримує поки що провідні позиції. У попередніх сезонах 2011/12 року близько 70% плодоовочевої замороженої продукції, що реалізується, було поставлено із за кордону (60% заморожених овочів і сумішей – із Польщі та Бельгії). На сьогодні товарообіг замороженої продукції у супермаркетах становить 1% (у Європі ця цифра становить 8...9%). У сегменті продажу замороженої продукції працює 20...25 компаній.

Частина українських мереж пропонує плодоовочеву заморожену продукцію не розфасовану. Кількість виробників, що пропонували не розфасовані заморожені плодоовочеві продукти (овочі, гриби, ягоди та суміші), за останні роки збільшилась і представлена такими виробниками: бельгійська Ardo, польська Hortex, французька Bonduelle.

Середньостатистичний українець споживає за рік всього 70 г заморожених рослинних продуктів (овочів і фруктів, ягід та грибів) – це в десятки раз менше ніж в Західній Європі (для порівняння, в Польщі приходить 1200 г на одну людину). Ємність українського ринку замороженої плодоовочевої продукції освоєна лише на 10–15%. Провідне положення в цьому секторі займає Польща, Нідерланди, Бельгія, Франція і Голландія. Основна доля замороженої продукції імпортна. На

долю українського виробника припадає біля 20% ринку. Частина імпортової замороженої плодоовочевої продукції реалізується на ринку України у вигляді овочевих сумішей (80% з додаванням м'яса і морепродуктів, 15% – моноовочі, біля 5% фрукти та ягоди). В той же час серед заморожених плодоовочевих товарів найбільше споживають полікомпонентні овочеві суміші (24%). Провідними виробниками овочевих сумішей все ще залишаються польські торгові марки Hortex, Hortino, Emborg, Zgoda, ТМ Ardo, Dujardun та Bonduelle (Бельгія), Oerlemans та Bauer (Голландія). Серед них найпоширенішими є польська торгова марка Hortex та бельгійська Bonduelle. На їхню долю на ринку України припадає 16,0 та 14,0% відповідно. Серед вітчизняних торговельних марок лідирують «Артика» (ООО «Арти» Харків), Ольвіта (ООО «Ольвіта») і Асканія Фроузен Фудс (м. Київ) [4, 5].

Експорт заморожених овочів із України за 2014 рік збільшився відповідно до динаміки зростання виробництва і становить близько 3600 т. Експортувались заморожені овочі в 15 країн, серед яких найбільші об'єми були поставлені в країни ЄС, Росію та країни Азії [7, 8].

Одна із основних причин, що стимулює попит на заморожені напівфабрикати в цілому і впливає на формування нової культури споживання – зміна способу життя та підвищення рівня зайнятості жінок. Позитивно на об'єми реалізації заморожених плодів і овочів впливає і поінформованість споживача про якість даної продукції, оскільки холод сам по собі є консервантом, то продукція не містить штучних барвників та ароматизаторів. Водночас технологія швидкого заморожування дозволяє зберегти більшу кількість вітамінів ніж їх міститься в свіжих овочах та фруктах, які збереглися після зимнього періоду, а також в тих, що ввозяться з за кордону не в сезон.

Науковцями доведено, що найкращим способом переробки плодів та овочів є глибоке заморожування, що дозволяє зберегти в овочах та фруктах природний вміст води (більшу частину до 80%), корисних речовин та смакові якості. У функціональному розумінні плодоовочева заморожена продукція являє собою напівфабрикат для приготування супів, гарнірів та салатів. В якості «білкової добавки» в овочевому асорті використовують гриби та бобові овочі. Технологія «шокового» заморожування дозволяє зберегти 75...80% вітамінів та інших корисних речовин, тоді як консервування – тільки 50...55%, а сушіння – 20...30%. При швидкому заморожування продукти залишаються смачними, ароматними, наближеними до свіжих [3].

Виходячи з вищесказаного можна зробити висновок, що основними тенденціями ринку заморожених плодоовочевих продуктів в

Україні є: високий потенціал зростання споживання і ємності ринку, не зважаючи на негативний вплив сповільнення темпів розвитку економіки за рахунок розробки та випуску нових видів продукції; збільшення частки українських виробників та зростання обсягів експорту виробленої продукції; посилення конкуренції та активізація основних операторів ринку в напрямленні модернізації виробництва і розширення асортименту; домінування на ринку вагової продукції, що пов'язано з низькою вартістю та поступове підвищення у великих містах попиту на заморожені напівфабрикати цінних сегментів «середній плюс» та «преміум»; розширення та популяризація нових видів заморожених напівфабрикатів з рослинної сировини підвищеної біологічної цінності, високої якості і безпечності за доступною ціною.

Література

1. Орлова Н.Я. Заморожені плодоовочеві продукти: проблеми формування асортименту та якості : монографія / Н.Я. Орлова, С.О.Белінська. – К. : Київський Національний Торговельно-Економічний Університет. 2005. – 335 с.
2. Каменєва Н.В. Формування споживних властивостей заморожених напівфабрикатів із томатних овочів / дис. ... канд. техн. наук : 05.18.15 – К., КНТЕУ, 2011. – 176 с.
3. Орлова Н.Я., Белінська С.О., Каменєва Н.В. Органолептичні властивості заморожених томатів/ Молодий вчений.– 2016. – № 1 (28) січень 2016 р. – С. 118–121.
4. Belinska S., Kamienieva N., Levytska S. Formation of competitiveness of products of processing fruits and vegetables ukrainian production / 20th IGWT symposium commodity science in a changing world. – september 12th-16th 2016, Varna, Bulgaria, p. 58.
5. Ткачев А. Высокое качество – «визитная карточка» бренда / А. Ткачев // Брутто. – 2013. – № 58. – С. 28–32.
6. Стан та перспективи розвитку ринку замороженої плодовоовочевої продукції в Україні / Р. Логоша, І. Ільченко. – Режим доступу : <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1887>.
7. Обзор рынка замороженных продуктов / Инвестиционная группа «Авантаж Капитал». – Режим доступу : <http://www.avantazh-capital.com/index.php/ru/analitika/obzor-mirovogo-i-ukrainskogo-rynka-zamorozhennyhproduktov.html> .
8. <http://www.trademap.org>.
9. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Бондарчук М.Ю.

к.е.н., старш. викладач кафедри

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА МАЛОГО БІЗНЕСУ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

У ході дослідження періодичної та спеціальної літератури щодо існуючих в практиці економіки та управління методів оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів, виявлено, що методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності саме суб'єкта малого бізнесу залишаються досі недосконалими. Незважаючи на те що: будь-яка оцінка – це встановлення наявності і міри прояву тієї чи іншої характеристики; на оцінках побудовано аналіз, нормативне регулювання функціонування і розвитку, пошук і визначення тенденцій, вивчення особливостей та істотних рис окремого явища; без оцінок рівня явища, що вивчається, неможливо управляти будь-яким процесом в економіці.

У табл. 1 представлена порівняльна характеристика методів оцінки з наданим критичним оглядом можливостей їх використання в умовах діяльності малого бізнесу в роздрібній торгівлі.

Вказані методи досить відмінні за своєю сутністю та базою формування показників для здійснення оцінки конкурентоспроможності. Використання їх може бути зручним у залежності від мети дослідження та наявності достатньої кількості достовірної інформації.

Аналіз методик оцінювання конкурентоспроможності, запропонованих різними авторами радянського періоду, а також сучасними економістами і зарубіжними вченими, вказує на їх зосередженість у більшості питань на економічній ефективності функціонування підприємства, і тому саме на економічних показниках побудовані основні узагальнюючі оцінки. При такому підході неможливо в рівній мірі оцінити різні напрямки діяльності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі, зумовлені розвитком його потенціалу і взаємодією з ринковим середовищем [1, с. 11].

Вважаємо, що варті уваги ті методи, що потребують не тільки детальних обчислень, а і досліджень, що дають можливість виявити підприємства з найкраще організованою роботою усіх структурних елементів конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу, якість роботи яких оцінюється ефективністю використання наявних ресурсів [2, с. 222; 3, с. 355].

**Порівняльна характеристика методів оцінювання рівня конкурентоспроможності
(КСП) суб'єкта малого бізнесу**

Методи оцінки КСП	Зміст методики	Критична оцінка в умовах діяльності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі	
		Недоліки застосування	Переваги застосування
<i>Метод сум</i> [4, с. 144; 5, с. 240]	Дає можливість отримати узагальнюючу оцінку рівня КСП методом сумування порівняльних показників.	Рівень КСП буде залежати від фінансового стану; відсутність об'єктивної оцінки конкурентного становища суб'єкта малого бізнесу; окремі показники КСП не завжди грають однаково важливу роль у загальній КСП.	Простота у застосуванні за наявності усіх необхідних фінансових даних.
<i>Метод добутку</i> [12, с. 145; 5, с. 240]	Дозволяє отримати загальну оцінку рівня КСП шляхом добутку порівняльних показників.	Можливість отримання високої оцінки у разі перемноження показників з від'ємним знаком.	Простота у застосуванні за наявності усіх необхідних фінансових даних
<i>Метод різниць</i> [6, с. 74].	Визначає рівень КСП завдяки порівнянню показників сукупності підприємств	Відсутність узагальнюючого показника, який точно показав би рівень КСП	Показники різнобічно характеризують переваги та недоліки господарювання підприємств
<i>Метод рангів (рейтинговий)</i>	Присвоєння відповідного місця кожному обраному показнику досліджуваної сукупності підприємств шляхом ранжування досягнутих значень показників, де найкращим буде вважатися найменший отриманий результат.	Не враховується абсолютні величини показників	Перевагою даного методу є можливість визначення показників, за якими підприємство випереджає підприємств-конкурентів, а за якими відстає від них.
<i>Матричний метод</i> [4, с. 146; 5, с. 240; 7, с. 290].	Дозволяє врахувати абсолютне значення показників, які досліджуються, та близькість їх до найкращого (еталонного) значення.	Виключає проведення аналізу причин того що ускладнює вироблення управлінських рішень, вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, математична складність проведення обрахунків.	За наявності достовірної інформації про обсяги реалізації метод дозволяє забезпечити високу репрезентативність

			ОЦІНКИ
--	--	--	--------

Продовження табл. 1

1	2	3	4
<i>Метод багатовимірних середніх</i> [8; с. 46-48]	Найбільш дієвий кількісний інструмент дослідження соціально-економічних процесів, що описуються великим числом характеристик	Математична складність проведення обчислень.	Дозволяє врахувати абсолютне відхилення значення показників від середнього значення за кожною досліджуваною ознакою.
<i>Метод ранжування</i> [9, с. 66-67].	Передбачає проведення розрахунків у три етапи. Визначення КСП товару, визначення КСП підприємства та визначення конкурентної позиції підприємства на ринку	Довгий час для проведення усіх розрахунків, отримання інформаційної бази для її здійснення, та дорогої вартості проведення експертизи	Дозволяє всебічно оцінити рівень КСП підприємства
<i>Метод за сумою середньозважених арифметичних групових показників</i> [10, 11, 12, 13]	В основі методу лежить оцінка групових показників або критеріїв КСП. Для кожного показника визначений коефіцієнт вагомості.	Велика кількість розрахункових показників, обмеженість інформаційних ресурсів, визначена вагомість кожного показника, яка може виявитися не доречною.	Завдяки врахуванню важливості одиничних показників КСП підприємства, інтегральний показник КСП більш точно відображає ефективність його діяльності
<i>КСП продукції</i> [3, с. 98]	Базується на думці про те, що КСП підприємства тим вище, чим вище КСП його продукції. Показники КСП обчислюються по кожному виду продукції підприємства. Далі визначається коефіцієнт КСП самого підприємства: знаходиться середнє зважене значення серед показників по кожному виду продукції, де вагою виступає обсяг реалізації відповідного виду продукції	Обмеженість застосування для великої кількості суб'єктів малого бізнесу, уявлення про переваги і недоліки в роботі підприємства та дорога вартість проведення експертизи якості продукції.	Врахування однієї з найбільш важливих складових КСП (продукції)

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
<i>Метод бенчмаркінгу</i> [14, с. 113-122; 15, с. 240; 16, с. 359; 17, с. 154].	Полягає у розробці стратегії розвитку на основі дослідження умов ведення бізнесу підприємствами-лідерами ринку	Проблема обмеження інформаційної бази у сфері дослідження.	Проведення дослідження лише власного підприємства та лідерів ринку
<i>Метод експертного оцінювання</i> [9, с. 51]	Проводиться оцінювання факторів (продукт, ціна, канали розподілу) експертами у певному діапазоні, підсумовуються оцінки, порівнюються результати	До уваги приймаються лише елементи системи маркетингу, не враховується кон'юнктура ринку, під питанням залишається вибір та компетентність експертів	Легкість дослідження при умові професіоналізму експертів
<i>Графічні методи оцінки</i> [18, с. 254]	Передбачають побудову певних матриць, або «поля оцінювання», поділ їх на квадранти (зони), які відповідають певному рівню КСП, та визначення конкурентного статусу підприємства	Відсутність інтегральної оцінки реального рівня КСП, відповіді на питання щодо взаємозв'язків між оцінюваними показниками та КСП, прогностичної інформації щодо поліпшення/погіршення діяльності	Дозволяють сформулювати певні висновки щодо напрямів підвищення КСП підприємства
<i>Метод конкурентних стратегій</i> [19, с. 71; 20]	Аналіз матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі – темпи зростання (скорочення) обсягу продажів; по вертикалі – відносна частка підприємства на ринку	Виключає проведення аналізу причин, що відбуваються, та ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що вабить необхідність відповідних досліджень	За наявності інформації про обсяги реалізації і відносні частки ринку конкурентів метод дозволяє забезпечити високу адекватність оцінки

Тому, доцільність проведення саме комплексного оцінювання шести визначальних параметрів конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі є оправданою. Так, для суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі неабияку роль грають *параметри ефективності фінансового потенціалу, параметри ефективності реалізації продукції, параметри ефективності роботи працівників, параметри ефективності реклами та додатково параметри ефективності загальної атмосфери, параметри ефективності обслуговування покупців*, що являються латентними параметрами, але відіграють важливу роль у стимулюванні покупців до здійснення покупки.

На базі розгляду кожного параметра, як відносно відокремленої системи, запропонована сукупність аналітичних коефіцієнтів і критеріїв та методика їх перетворення в комплексний та інтегральний показники, що виявляють причинно-наслідкові зв'язки і ступінь впливу, як на локальний потенціал, так і на ефективність діяльності підприємства в цілому.

Так, для суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі неабияку роль грають визначальні параметри запропонованої сукупності аналітичних критеріїв та коефіцієнтів, а саме: фінансового потенціалу через коефіцієнти фінансової незалежності, платоспроможності, фінансування; реалізацію продукції через коефіцієнти рентабельності товару, рентабельності продажів, затовареності; ефективності роботи працівників через коефіцієнти звільнення, персоналу в декреті, структури персоналу, професійної підготовки, продуктивності праці; ефективності реклами через коефіцієнти ефективності реклами, регулярності реклами, постійності реклами; якості обслуговування покупців за критеріями консультацій продавця-консультанта, безкоштовної доставки, прийому замовлень за зразками, кредиту на купівлю товарів, пакування товарів; загальної атмосфери суб'єкта господарювання за критеріями території, зручності місця розташування торговельного об'єкта, виду та розміру торговельного об'єкта (торговельної площі), зовнішнього вигляду будівлі, внутрішнього вигляду торговельного об'єкта, – з урахуванням відповідних показників вагомості, що виявляють причинно-наслідкові зв'язки і ступінь впливу на локальний потенціал конкурентоспроможності.

Комплексне оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів малого бізнесу в роздрібній торгівлі має проводитися в певній послідовності (рис. 1).

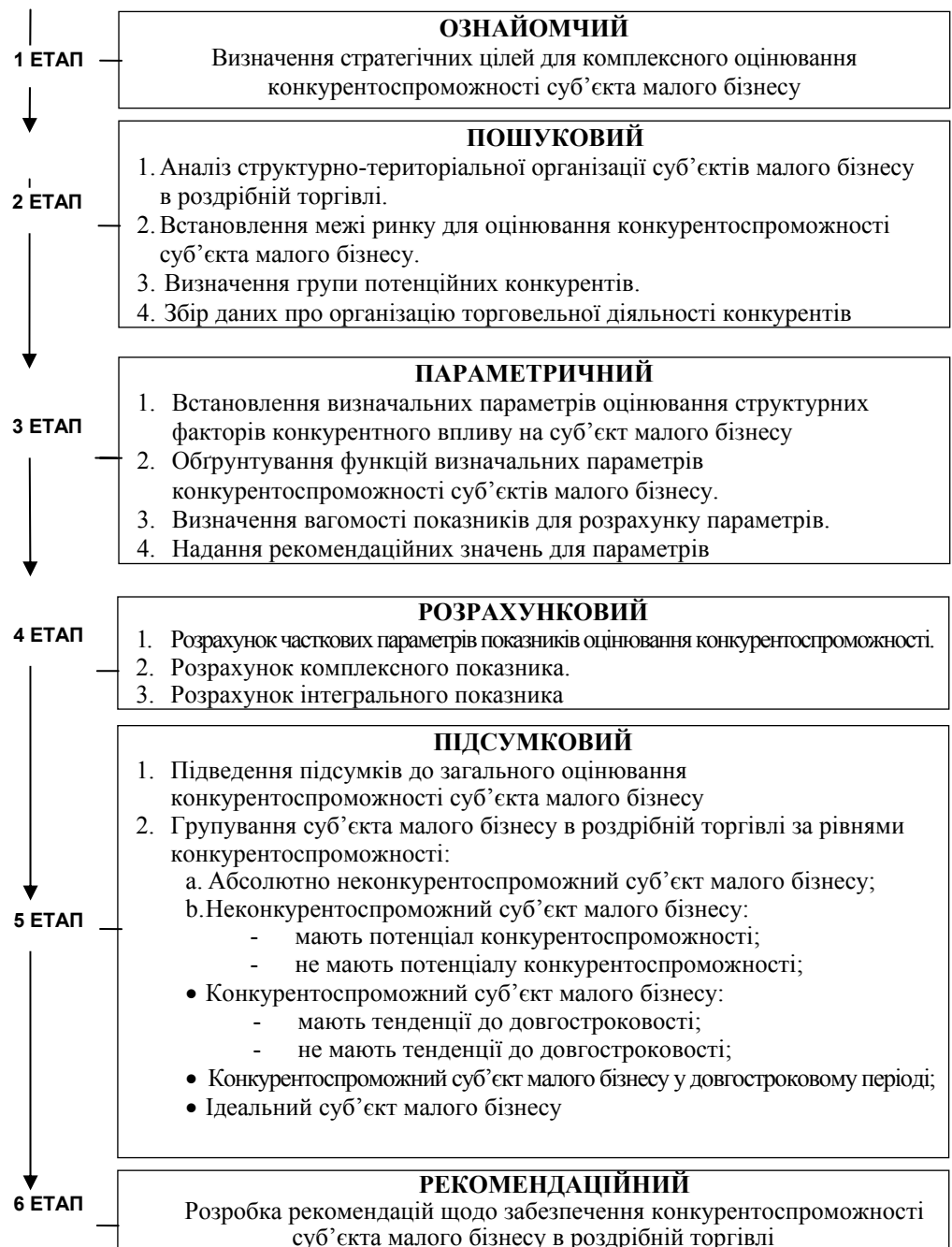


Рис. 1. Етапи комплексного оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі

Джерело: розроблено автором

Запропонована нами комплексна методика оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу є простим і універсальним інструментом визначення ефективності господарської діяльності, застосування якого можливе як в теоретичних дослідженнях, так і на практиці. Але враховуючи, що будь-який суб'єкт господарювання характеризується цілим набором показників якості, при зміні яких відбуваються його кількісні і якісні зміни, оцінювання конкурентоспроможності зводиться до виявлення інтегрального показника конкурентоспроможності.

Дослідивши методики оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу, варто звернути увагу на механізм розрахунку інтегрального показника. Інтегральне оцінювання може доповнювати і розширювати можливості традиційного аналізу, базуючись на використанні вже існуючих методів оцінювання та системи показників, даючи змогу порівнювати показники з різною розмірністю та ознаками. Можливості розробки інтегрального показника визначаються за двома основними чинниками: напрямом оцінювання та існуючою інформаційною базою [21, с. 177].

Одним із узагальнюючих показників оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є показник, розроблений Н. К. Моїсєєвою, який розраховується наступним чином:

$$K_{\Pi} = J_T \times J_e, \quad (1.2)$$

де: K_{Π} – загальний показник конкурентоспроможності виробника; J_T – індекс конкурентоспроможності за товарною масою; J_e – індекс відносної ефективності [9, с. 322].

Н.М. Мельниковою розроблено формулу для оцінки конкурентних переваг підприємства:

$$k = \frac{I_n}{I_{\Pi k}} \times \frac{\sqrt[9]{I_K \times I_{чР} \times I_I \times I_{\Phi C} \times I_{СЯ} \times I_{CC} \times I_p \times I_{ДС} \times I_{IC}}}{\sqrt[9]{I_{kk} \times I_{чРk} \times I_{Ik} \times I_{\Phi Ck} \times I_{СЯk} \times I_{CCk} \times I_{pk} \times I_{ДСk} \times I_{ICk}}}, \quad (1.3)$$

де : k – комплексний показник конкурентних переваг підприємства; $I_{\Pi} I_{\Pi k}$ – узагальнюючий показник конкурентних переваг відповідно оцінюваного підприємства і підприємства-конкурента; $I_K I_{Kk}$ – індекси якості продукції відповідно оцінюваного підприємства і конкурента; $I_{чР} I_{чРk}$ – індекси частки ринку відповідно оцінюваного підприємства і

підприємства-конкурента; $I_I I_{Ik}$ – індекси іміджу; $I_{\phi C} I_{\phi Ck}$ – індекси фінансового стану; $I_{CЯ} I_{CЯk}$ – індекси системи якості; $I_{CC} I_{CCk}$ – індекси служби сервісу; $I_p I_{pk}$ – індекси реклами; $I_{ДС} I_{ДСk}$ – індекси ділової співпраці; $I_{IC} I_{ICk}$ – індекси інформаційної системи показники [22, с. 198].

Недоліком запропонованого методу є суб'єктивізм, оскільки частина показників визначається експертним методом шляхом оцінки за шкалою балів, крім того деякі індекси не підходять для оцінки суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі [23, с. 361; 22, с. 200; 24, с. 182].

Інтегральне оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів малого бізнесу на основі комплексної оцінки, яка формується на основі визначальних параметрів діяльності малих підприємств в торгівлі та порівнюється з базовими показниками (абсолютні, відносні показники). Результати інтегральної оцінки характеризуються використанням n показників. Тобто для j -го параметру використовуються фактичні значення відповідних показників (MB_{ij}^{ϕ} , $i=1/n$). Для розрахунку комплексного та інтегрального показника оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі варто використовувати зведену таблицю вихідних значень, з подальшим розрахунком абсолютних та відносних значень.

Для розрахунку інтегральних показників конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу за окремими напрямками оцінювання можна використовувати методи сум, добутку, середньоарифметичної зваженої та об'єднаний інтегральний показник.

Відповідно, *метод сум*:

$$B_j = \sum_{i=1}^n \frac{MB_{ij}^{\phi}}{MB_{ij}^{\sigma}} = \sum_{i=1}^n \sigma_{ij}, \quad (1.4)$$

метод добутку:

$$B_j = \prod_{i=1}^n \frac{MB_{ij}^{\phi}}{MB_{ij}^{\sigma}} = \prod_{i=1}^n \sigma_{ij}, \quad (1.5)$$

метод середньої зваженої:

$$B_j = \sqrt[n]{\sum_{i=1}^n \frac{MB_{ij}^{\phi}}{MB_{ij}^{\sigma}}} = \sqrt[n]{\sum_{i=1}^n \sigma_{ij}}, \quad (1.6)$$

об'єднаний інтегральний показник:

$$IB = \sum_{j=1}^m B_j . \quad (1.7)$$

Оцінюючи конкурентоспроможність суб'єктів малого бізнесу, слід аналізувати визначальні параметри в динаміці за допомогою комплексного інтегрального оцінювання, що дозволить діагностувати результативність торговельної діяльності. У такому випадку інтегральний показник конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу IC_{SB} матиме вигляд:

$$IC_{SB} = \sum_{i=1}^n v_j \sqrt{\frac{CC_{SB}}{CC_{SB}}}, \quad (1.8)$$

де $\overline{CC_{SB}}$ – комплексний показник оцінювання відносної змінної визначальних параметрів конкурентоспроможності i -го суб'єкта малого бізнесу.

Виходячи із запропонованої методики оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу, і, відповідно, інтегрального показника, нами виділені наступні рівні конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі:

- <0,60 – абсолютно неконкурентоспроможний суб'єкт малого бізнесу;
- 0,74-0,60 – неконкурентоспроможний суб'єкт малого бізнесу;
- 0,74-0,69 – мають потенціал конкурентоспроможності;
- 0,68-0,60 – не мають потенціалу конкурентоспроможності.
- 0,89-0,75 – конкурентоспроможний суб'єкт малого бізнесу;
- 0,89-0,82 – мають тенденцію до довгостроковості;
- 0,81-0,75 – не мають тенденції до довгостроковості.
- 0,99-0,9 – конкурентоспроможний суб'єкт малого бізнесу у довгостроковому періоді.

Окрім власне запропонованого методу, кількісна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів господарювання може бути представлена й іншими методами, які мають задовольняти функціональну повноту визначальних параметрів оцінки конкурентоспроможності малого бізнесу. Тому в алгоритмі оцінювання конкурентоспроможності підприємства, як одного з основних етапів, вагомого значення набуває етап вибору методу оцінювання, що полягає у розкритті його сутності, обґрунтуванні доцільності та можливості отримання оцінки з мінімальною похибкою.

Отже, за результатами аналізу наявних методик оцінювання конкурентоспроможності виявлено відсутність уніфікованого методу оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу в роздріб-

ній торгівлі і відповідно єдиного підходу щодо узагальнюючого інтегрального показника. Зазвичай наявні методи однорідні в плані характеру показників або досліджуваних сторін діяльності підприємства. Це спричинює проблему достовірності оцінки рівня конкурентоспроможності великої кількості підприємств, адже, по-перше, є досить коштовним процесом, а по-друге – відсутність необхідної кількості інформаційних ресурсів. Ще одним недоліком є відсутність можливості проведення одночасно системного та комплексного аналізу конкурентоспроможності. Це спричинено тим, що, один з підходів базується лише на аналізі складових внутрішнього потенціалу підприємства, другий – аналізує рівень конкурентоспроможності за показником конкурентоспроможності продукції, інший – акцентує увагу на маркетингово-збутовій системі підприємства тощо.

Отже, не всі наявні методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є доцільними в умовах діяльності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі. Враховуючи зазначене, на основі проведеного теоретико-методичного узагальнення наявного інструментарію внесено пропозиції щодо можливості та доцільності системного застосування комплексного оцінювання в практичній діяльності суб'єкта малого бізнесу в роздрібній торгівлі.

Література

1. Ялунина, Е.Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия [Текст] : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Ялунина Екатерина Николаевна; ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет». – Екатеринбург, 2007. – 25 с.
2. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК ЕксОб», 2001. – 560 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [авт. кол.: С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін.] – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
4. Алексеев С. Становлення та розвиток малого і середнього підприємництва в Україні у 1991-2004 рр.: історичний аспект / С. Алексеев. – [Електронний ресурс]. – Схід. – 2005. – №7. – Режим доступу: http://experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=36226
5. Ткачук Г.Ю. Аналітичне дослідження рівня конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу / Г.Ю. Ткачук // Вісн. ЖДТУ. Сер: екон. науки. – 2007. – № 3 (41). – С. 239–248.

6. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. – К.: Знання, 2006. – 366 с.
7. Ткачук Г.Ю. Вплив продуктивності використання ресурсів підприємства на рівень його конкурентоспроможності / Г.Ю. Ткачук // Стратегія забезпечення сталого розвитку України: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – К.: РВПС України НАН України. – 2008. – Ч. 1. – С. 289–291
8. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
9. Ткачук Г.Ю. Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія / Г.Ю. Ткачук. – Житомир: ЖДТУ, 2012. – 200 с.
10. Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции// Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 4.
11. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И. У. Зульнаркаев, Л. Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С.35–43
12. Станиславская М.В. Методические основы оценки конкурентоспособности предпринимательских структур в сфере розничной торговли // Российское предпринимательство. – 2012. – № 09 (207). – с. 135–140.
13. Богданов М. С. Оценка конкурентоспособности предприятия сетевой розничной торговли // Теория и практика общественного развития// Институт социологии РАН. — 2012. – № 8. — С. 350–354.
14. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз: навч. посіб. / П.Л. Гордієнко. – К.: Алерта, 2006. – 404 с.
15. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК ЕксОб», 2001. – 560 с.
16. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [авт. кол.: С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін.] – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
17. Хрущ Н. А. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства / Н. А. Хрущ, Л. В. Ваганова // Вісн. Хмельн. □нал. ун-ту. – 2010. – № 5. – С. 153–156.
18. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: [учебник]/ Фатхутдинов Р.А. – М.: Дело, 2000. – 640 с.

19. Шкардун В.Д. Методика исследования конкуренции на рынке/ В.Д. Шкардун, Т.М. Ахтямов// Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 4. – С. 44–54.
20. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. – [12-е изд.]; пер. с англ. / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2003. – 584 с.
21. Руцишин Н.М. Інтегральна оцінка ефективності функціонування торговельних підприємств та методи розрахунку інтегральних показників / Н.М. Руцишин// Науковий вісник НЛТУ України. – 2007. – Вип. 17.5. – С. 176 – 180.
22. Царенко О.В. Методи оцінки конкурентних переваг галузі промислових регіонів України / О. В. Царенко // Економічний простір. – 2009. – № 23/1 – С. 195–207.
23. Стадник В.О. Складові і чинники формування потенціалу розвитку малого підприємництва. / В.О. Стадник, О.С. Петрицька // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 12. – С. 124 – 128.
24. Чепурина О.П. Деякі аспекти оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання / О. П. Чепурина // Вісн. СевНТУ. – 2009. – С. 180–185.

Войціцька І.В.

кандидат історичних наук

Київський національний торговельно-економічний університет

РОЗВИТОК КОМЕРЦІЙНО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ У 1917–1920 РР.

Прихід нового століття ознаменувався глобальними змінами, що мали кардинальні наслідки не лише для української освітньої системи, а й суспільства загалом. Перша світова війна, що розпочалась влітку 1914 р. і в яку однією з перших була втягнута й Російська імперія, обумовила адаптацію до умов військового часу. Кампанія 1914 р., як відомо, завершилась відносно вдало для імперії Романових. Попри поразку російського наступу в Східній Пруссії, російські війська змогли розгромити на Південно-Західному фронті австро-угорські армії та окупувати більшість Галичини. Тому в Києві до 1915 р. зберігався відносний спокій.

Звісно, війна почала вносити корективи у діяльність українських вузів. Зникла можливість закордонних відряджень та ускладнилось переміщення в межах самої Російської імперії. Чимало студентів Київського комерційного інституту та комерційних училищ було призвано на військову службу. Погіршувалась економічна ситуація, що обумовило зниження життєвого рівня як студентів, так і викладачів. Водночас це вело до обмеження можливостей забезпечення матеріально-технічної бази торговельно-економічної освіти.

Влітку 1915 р. у зв'язку із погіршенням ситуації на фронті та поширенням панічних настроїв серед населення російський уряд прийняв рішення про евакуацію багатьох українських об'єктів на схід. Серед них опинилось і чимало начальних закладів торговельно-економічного профілю. За час війни в Києві утворились величезні склади, місто переповнене не тільки біженцями, а й евакуйованими урядовими та іншими організаціями і установами, навчальними закладами. Скупчення в Києві великої кількості біженців призвело до погіршення санітарно-епідеміологічної ситуації, особливо серед дітей. Нагальна потреба в приміщеннях для задоволення потреб діючої армії вимагала переведення київських навчальних закладів углиб імперії, де б вони могли продовжити навчальний процес.

21 серпня 1915 р. до київських вузів надійшла таємна інструкція Головного начальника постачання армій Південно-Західного фронту щодо порядку евакуації, а вже наступного дня в приміщенні міської думи відбулась спеціальна нарада керівників вищих навчальних закладів Києва, присвячена питанню їх негайної евакуації, на чому наполягала військова влада. Вищі навчальні заклади самі повинні були обрати собі місто для евакуації. Київський комерційний інститут було вирішено евакуювати до м. Саратов (туди ж переїжджали Університет Св. Володимира та Політехнічний інститут, а чимало викладачів працювали і там). Уже 28 серпня було погоджено приміщення для інституту в м. Саратов і вирішено квартирні питання⁹.

У 1916–1917 рр. поступово починається повернення українських університетів з евакуації, викликаной перебігом Першої світової війни. Зокрема, у вересні 1916 р. до Києва повернувся Київський комерційний інститут на чолі з М. Довнар-Запольським, котрий продовжує залишатись провідним освітнім закладом торговельно-економічного спрямування.

⁹ А.І. Чуткий. Київський комерційний інститут: історія евакуації до Саратова та повернення до Києва / Чуткий А.І. // Шостыя міжнародныя Доунараускія читанні. – Ч. 1. – Гомель, 2008. – С. 46 – 59.

На початку 1916/1917 навчального року в інституті нараховувалось 2130 студентів. Але повернення до Києва дозволило поновити навчання в інституті тим студентам, що не змогли евакуюватися разом із ним до Саратова та збільшило приток абітурієнтів. Тож станом на 1 січня 1917 р. в інституті рахувалось вже 5977 студентів (з них 5701 – чоловічої статі, і 276 – жіночої). В соціальному відношенні студенти поділялись наступним чином: 560 осіб були вихідцями з дворян та державних службовців, 1200 – з духовенства, 1537 – з селян, 1676 – з міщан, 1004 – з інших станів. Тривало прийняття в аспірантуру (підготовка до професорського звання – за тогочасною термінологією). Так за пропозицією К.Г. Воблого восени 1917 р. при інституті було залишено з цією метою його випускника О.В. Абросімова по кафедрі політекономії¹⁰.

За конфесійною ознакою студенти Київського комерційного інституту станом на 1 січня 1917 р. розподілялись наступним чином: православні – 4246 (у 1916 р. – 3741), католики – 685 (у 1916 р. – 481), юдеї – 456 (у 1916 р. – 476), протестанти – 203 (у 1916 р. – 132), старообрядці – 26 (у 1916 р. – 50), караїми – 12 (у 1916 р. – 13), «прочих вероисповеданий» – 249 (у 1916 р. – 154). Зменшення кількості юдеїв не обов'язково означало зменшення з-поміж студентів представників єврейської національності, але все ж таки дана тенденція мала місце і свідчила про посилення репресій проти них в умовах війни. Теж саме можна сказати і про представників іноземних держав: згідно урядової постанови, всіх студентів, що були підданими воюючих з Росією країн було виключено з навчальних закладів імперії¹¹.

З державної скарбниці ніяких сум на інститут відпущено не було і головним джерелом прибутку залишалась плата за навчання (надійшло близько 350 тис. руб.). При цьому на стипендії було витрачено близько 12 тис. руб., а основна маса коштів витрачалась на сплату різних податків, оплату викладання, ремонт приміщень та закупівлю нового інвентарю і літератури. Отже, можна вести мову про те, що інститут і надалі залишався не лише де-юре, а й де-факто, приватним навчальним

¹⁰ А.І. Чуткий. «Український слід» науково-педагогічної спадщини М.В. Довнар-Запольського: Київський комерційний інститут у 1917 – 1920 рр. // Семья міжнародных Доунараускія читанні. – Гомель, 2010. – С. 69 – 80.

¹¹ Чуткий А.І. Еволюція студентського контингенту Київського комерційного інституту: кількісний, національний та соціальний виміри / А.І. Чуткий // Київська старовина. – 2010. – № 1. – С. 35 – 45.

закладом¹². Крім цього, можна говорити і про низку інших труднощів. Евакуація та реевакуація призвели до скорочення не лише студентського, а й професорсько-викладацького складу. Частина приміщень інститут надалі залишалась у віданні військових.

У березні 1917 р. російський імператор Микола II зрікся влади за себе і за своїх наступників. На території Російської імперії починається складний процес реформування політичних та суспільних інституцій. Помірковані консервативні кола створили Тимчасовий уряд на чолі з князем Львовим, більш радикальні ліві сили прагнули влади за допомогою Рад робітничих, солдатських і селянських депутатів. Система так званого «двовладдя» в Україні ускладнювалась ще й діяльністю Української Центральної Ради. Усі ці політичні сили, намагаючись вибороти право на владу, призводили до наростання суперечностей і непорозумінь в суспільстві. Очевидно, вищеописані процеси безпосередньо впливали на становище вищої і середньої освіти. З одного боку піднесення національного руху сприяло українізації освіти, з іншого – руйнування старих порядків вело часом до непорозумінь або навіть певного хаосу у сфері освіти.

Упродовж 1917–1920 рр. важливих результатів у культурно-освітній роботі було досягнуто за доби Центральної Ради (з 7 березня 1917 р.) та гетьманського уряду (з 29 квітня 1918 року). За часів же Директорії (з 14 грудня 1918 р.) жорстока громадянська війна досягла свого апогею: у 1919 р. шість різних армій (українська, більшовицька, білогвардійська, польська, Антанти, анархістів) вели бойові дії в Україні.

З метою ефективнішого проведення освітньої роботи з ініціативи голови Центральної Ради М. Грушевського у квітні 1917 р. в Києві було проведено перший, а в серпні – другий Всеукраїнські педагогічні з'їзди, які виробили програму перебудови системи освіти в Україні. Делегати порушили питання підготовки і перепідготовки педагогів, видання підручників та іншої літератури українською мовою, ліквідації неписьменності серед дорослого населення, українізації існуючих вищих шкіл та відкриття нових українських вузів, розширення мережі бібліотек, повернення з-за кордону та різних регіонів Росії архівних документів та матеріальних цінностей, пов'язаних з історією українського народу, створення Національного архівного фонду України та ін.

¹² Чуткий А.І. «Український слід» науково-педагогічної спадщини М.В. Довнар-Запольського: Київський комерційний інститут у 1917–1920 рр. / А.І. Чуткий // Семья міжнародныя Доунараускія читанні. – Гомель, 2010. – С. 69–80.

Складність програми освітніх перетворень полягала у тому, що, по-перше, для її реалізації гостро не вистачало педагогів, яких у багатьох регіонах України не було зовсім, по-друге, бракувало коштів, по-третє, на виконання її основних пунктів відводилося мало часу – весна-літо 1917 р.

Всі ці процеси самим безпосереднім чином позначились на вищій школі – студентство традиційно відзначалось значною політизацією та радикальністю настроїв, а нові умови (що спрощували систему вступу) привели до вузів ще більш революційні елементи. Тож головною складовою вузівського життя стала політична. Студенти почали брати вузи під свій контроль, усуваючи старі керівні кадри та призначаючи своїх представників.

Наприклад, у стінах Київського комерційного інституту розгорівся конфлікт між його засновником та першим ректором М.В. Довнар-Запольським та його учнем Є.Д. Сташевським, цікавий у тому сенсі, що через його призму можна побачити процес вмирання сформованої у ХІХ ст. професорської культури (і загалом комплексу духовної культури попередньої епохи) та народження нової, а рівно ж і сам процес цієї заміни. «Справа Сташевського» у цьому відношенні чи не поодиноким, що мала свого часу значний резонанс і тягнулась понад п'ять років.

«Справа Сташевського» почала розгортатись у 1912 р., проте особливої гостроти набула після початку Першої світової війни та наростання революційної ситуації у Російській імперії. І це закономірно – кожна з політичних сторін (особливо ж ліберальний табір та консерватори) прагнули використати її на власну користь – ліберали, аби довести злочинність дій своїх опонентів (Є. Д. Сташевський був відомий своїми монархічними настроями, а також родичанням через шлюб із донькою відомого київського монархіста та чорносотенця А.Я. Антоновича); консерватори ж захищали Є.Д. Сташевського, зображаючи його як невинну жертву розлючених лібералів. До 1917 р. Сташевський в основному захищався і при цьому звинувачував у зведенні на нього безпідставних звинувачень, зокрема, і з боку свого колишнього вчителя і особи, що протегувала початок його професійної кар'єри М.В. Довнар-Запольського. Проте наростання революційної ситуації наприкінці 1916 – на початку 1917 р. і зрештою Лютнева революція 1917 р. дозволила йому діяти брутальніше.

Використовуючи розбурханість студентства, він звернувся до нього за підтримкою. Зокрема на початку 1917 р. Сташевський особисто скликав студентську сходку у стінах інституту і на ній звинуватив у переслідуваннях з боку «реакційного» ректора. Останній був вимушений

звернутись до колишнього студента з вимогою не проводити подібних зібрань, але Є.Д. Сташевський відписався, що це була не його ініціатива і він не причетний. Проте підбурювання студентства не припинились, що зумовлювалось сприятливістю ситуації: у студентському середовищі нагору вийшли найтемніші елементи в усіх тогочасних вищих навчальних закладах, що зрештою спричинило до відставки всіх тогочасних ректорів. На цій хвилі легко вдалось усунути з ректорства і М.В. Довнар-Запольського. При цьому ректор як людина інтелігентна, порядна, далека від скандалів, добровільно склав свої обов'язки на знак обурення через втручання студентства в управління інститутом.

М.В. Довнар-Запольський, як представник старої генерації професури, не міг сприйняти цих змін, справедливо вбачаючи у них шкоду для справи освіти та елементарний популізм. Тож вже на засіданні Навчального комітету 5 березня 1917 р. (першому, що відбулось після зміни влади в країні) він виступив із критикою ідеї допущення представників студентів на засідання цього комітету як некомпетентних у справах вузівського управління, а оскільки його думка не була врахована, подав заяву про звільнення і до 20 березня 1917 р. склав обов'язки директора Київського комерційного інституту¹³. У відповідь Міністерство торгівлі та промисловості (у віданні якого перебували навчальні заклади комерційного профілю) рекомендувало Опікунській раді Київського комерційного інституту обрати нового директора. Однак це відбулось лише наприкінці 1917 р.: вочевидь в інституті розраховували, що Довнар-Запольський погодиться залишитись. Принаймні до березня 1918 р. до нього неодноразово звертались з проханням читати низку курсів (економічну історію Росію, історію російського державного права та історію цивільного права). Проте через певний час він відмовився і від викладацької діяльності в інституті, посилаючись на хворобу, а згодом і взагалі виїхав з Києва. Але його прізвище зникло з переліку співробітників інституту лише з жовтня 1919 р.

Почавши цькування першого ректора комерційного інституту, Є. Сташевський переслідував і практичну мету – збільшення аудиторного навантаження (а отже і заробітної плати). Зрештою, починаючи з другого семестру 1917/1918 навчального року він цілком перебрав

¹³ Чуткий А. Історія Київського комерційного інституту як важлива складова вивчення історії регіонів та загальної історії України перших десятиліть ХХ ст. / А. Чуткий // Сіверянський літопис. – 2010. – С. 69-70.

на себе все аудиторне навантаження М.В. Довнар-Запольського, що засвідчується розкладом занять в інституті навесні 1918 р.¹⁴

Кар'єра Сташевського є яскравим прикладом пристосуванства деяких викладачів, не зважаючи на те, що загалом в країні набирав обертів процес зміни освітньої сфери. В умовах перебування при владі у Києві Центральної Ради він (попри своє українофобство і монархічні симпатії) з 2 квітня 1918 р. став секретарем комерційно-технічного факультету. Під час перебування у Києві більшовиків навесні 1919 р. він уже був ректором Близькосхідного університету, зберігши при цьому усі посади у Київському комерційному інституті. Коли ж владу у Києві здобули денікінці, то Є.Д. Сташевський став і деканом комерційно-технічного факультету комерційного інституту¹⁵.

За період денікінської влади він загалом почував себе найкомфортніше – не лише був обраний деканом одного із двох факультетів Київського комерційного інституту, але й їздив до ставки головнокомандувача Добровольчої армії для вирішення всіх питань, пов'язаних з інститутом. Саме тому він вирішив за краще втекти з міста після відступу денікінців і чергового приходу до влади в Україні більшовиків – з грудня 1919 р. він уже не числився у штаті інституту і повернувся до викладання у ньому лише за кілька років¹⁶.

1917 рік став першим роком життя за нових, швидкозмінних умов. Так, тривало стрімке погіршення економічної ситуації, спричинене розбалансуванням влади та впливом тривалої війни. Погіршення матеріального становища змусило керівників багатьох вузів піти на здавання своїх приміщень в оренду. Зрозуміло, це вело до нестачі навчальних аудиторій, але дозволяло вузам закупляти необхідне матеріальне обладнання. Так, наприклад, київський комерційний інститут здав приміщення будинку на Бібіковському бульварі № 28 з листопада 1917 р., де було створено готель «Київ».

Активізація суспільно-політичного життя та фактичне безвладдя обумовили те, що в приміщеннях багатьох вузів проходили найрізноманітніші зібрання. Наприклад, з 16 листопада по 9 грудня 1917 р. в приміщенні Київського комерційного інституту проходило засідання

¹⁴ Там само.

¹⁵ Чуткий А.І. Питання зміни професорської культури в Києві на початку ХХ ст.: «справа Є.Д. Сташевського» та припинення М.В. Довнар-Запольським роботи в Київському комерційному інституті / А.І. Чуткий // Гілея. – 2011. – № 49 (№ 7). – С. 77-83.

¹⁶ Чуткий А. Історія Київського комерційного інституту як важлива складова вивчення історії регіонів та загальної історії України перших десятиліть ХХ ст. / А Чуткий // Сіверянський літопис. – С. 68-75.

«Согласительной комиссии из представителей профессионального союза служащих и служащих высших учебных заведений». Такі речі ускладнювали проведення навчального процесу.

Попри важкі соціально-економічні та політичні умови, 1917 рік став і роком пробудження національної свідомості, відроджувалась українська державотворча традиція. Зміна освітньої системи як найважливішої сфери суспільної практики у кожному конкретному історичному випадку детермінується реальними потребами і можливостями суспільства, особливостями його соціальної організації, цілями і завданнями. Зміна принципів організації діяльності системи освіти та її управління стала закономірною тому, що підґрунтям розвитку освіти були нові закони щодо управління системою освіти, які проголошували демократизм, колегіальність у вирішенні важливих освітянських питань.

Не минули ці процеси і комерційну освіту, де також почався процес українізації, прийшли національно свідомі студенти. Так, в липні 1917 р. заяву про вступ до Київського комерційного інституту подав О.П. Довженко. 12 грудня 1917 р. він отримав матрикул за № 1075, а серед студентів рахувався до 1920 р. Представником зовсім іншого політичного крила студентства був син М.В. Довнар-Запольського Всеволод. Останній сповідував соціалістичні ідеали, підтримував більшовиків, а тому розірвав контакти із батьком і вступив до Комерційного інституту (на економічне відділення) вже після його уходу з посади директора вузу – в листопаді 1917 р. Поряд із ним в інституті навчався і ще один в подальшому відомий радянський партійний та державний діяч – К.Я. Бауман.

Поряд з українізацією освітнього процесу починається реорганізація самої системи управління освітою. Закономірним і своєчасним процесом було утворення нових органів управління – Генерального секретаріату освіти та Генеральної ради, основне завдання яких вбачалося в об'єднанні «діяльності всіх національних культурно-просвітницьких інституцій Української Народної Республіки». До таких інституцій належали губернські, повітові, міські ради освіти, які, крім окремих національностей, охоплювали й міжнаціональний рівень. На них покладались відповідні повноваження: розміщення між повітовими земствами асигнованих губернським земством коштів на народну освіту, коли асигнування не має певного призначення; розгляд прохань повітових і міських рад освіти; завідування середніми школами, що передаватимуться відповідними українськими секретарствами; призначення допомоги вчителям із губернських коштів; розгляд скарг на

повітові ради освіти з правом запропонувати перегляд справи і взагалі вирішення непорозумінь в управлінні шкільними справами губернії; зібрання і розроблення статистичних даних для губерніальної Ради Освіти по Інструкції Генерального Секретарства; зносили з відповідним Секретарством по народній освіті і з губерніальною Радою Освіти; упорядкування музеїв, бібліотек, народних розваг тощо і піклування про розвиток національної освіти в губернії.

Загалом, ліквідація різних урядових обмежень та заборон і загальна демократизація освітнього процесу створили максимально сприятливі можливості для всіх бажаючих здобути освіту. Тяга до знань виявилась сильнішою за побоювання загинути у вирі цієї боротьби (адже ж іногородні студенти, що прибували до Києва на навчання, тим самим потрапляли у самий епіцентр політичних подій). Проте негатив даної ситуації полягав у формалізації самої вступної кампанії, що відкрило шлях до вищої школи особам, котрі не мали відповідно підготовки і не були зацікавлені у самому навчанні.

Навчальний процес в Київському комерційному інституті не припинявся і попри подальше загострення політичної ситуації наприкінці 1917 р. Наприклад, прийом до студентів відбувався і після жовтневих подій у Петрограді. Загальна ж кількість студентів станом на 1 січня 1918 р. зросла (порівняно із 1 січня 1917 р.) з 5977 до 6542 осіб. Схожою була й динаміка у чисельності викладацьких кадрів: якщо у вересні 1916 р. професорсько-викладацький штат інституту нараховував 46 викладачів, то в січні 1917 р. – 69, а на початку 1918 р. – 73 особи¹⁷.

Враховуючи ситуацію, пов'язану із продовженням бойових дій, керівництво Київського комерційного інституту прийняло рішення про відкриття при інституті Вищих комерційних курсів для «увечних воинов». Очолити їх було доручено доценту В.Д. Васильєву, а пропрацювали вони близько року. Вже на початку їх діяльності на них навчався 31 слухач. При цьому за освітнім цензом 13 осіб з них мали вищу освіту, 17 – середню, а 1 – домашню. За віком: 10 осіб мали від 19 до 24 років, 15 – від 25 до 39 років, 5 – від 40 до 50 років і 1 – старше 50 років. В національному відношенні 20 були росіянами, 8 – українцями, 1 поляк, 1 латиш і 1 молдаванин¹⁸.

¹⁷ Чуткий А.І. Етнічний склад студентського контингенту та національне питання в Київському комерційному інституті / А.І. Чуткий // Література та культура Полісся. – Ніжин, 2011. – Вип. 65. – С. 126-138.

¹⁸ Там само.

У 1918 р. навчальний процес і становище вузів, в тому числі і торговельно-економічного спрямування, значною мірою залежали від політичних та військових подій. Це яскраво демонструє динаміка студентського контингенту Київського комерційного інституту. Внаслідок наближення фронту на початку 1918 р. до Києва, а потім і у зв'язку із рекрутуванням молоді до лав Червоної армії (3651 особа була призвана на військову службу), а можливо – й репресіями, кількість студентів суттєво зменшилась. Тож вже навесні 1918 р. в інституті залишився тільки 2891 студент з 6542, які навчались у ньому станом на січень цього року. В період же першого захоплення і перебування у Києві більшовиків (26 січня – 1 березня 1918 р.) посаду ректора в Комерційному інституті було скасовано і управління вузом здійснював комісар.

Навіть у скрутний час економічної і політичної нестабільності у 1918 р. була розроблена ціла низка законів стосовно освіти. Діяльність центральних та місцевих органів управління спрямовувалася насамперед на розширення мережі закладів освіти, а саме на реорганізацію навчальних закладів та утворення чіткої системи управління, що давало змогу оперативно вирішувати організаційні питання, створювати необхідні умови для відкриття нових навчальних закладів. Зміна напряму розвитку освіти вимагала і реформування в управлінській системі. Існувала чітко визначена тенденція в управлінні – керуватись принципами демократизму, децентралізму і національно-персональної автономії, оголошеної третім Універсалом УНР. Головна мета органів управління освітньої системи зводилась до:

- а) професійної компетенції керівництва;
- б) внутрішнього самоконтролю навчальних закладів;
- в) демократизації освітньої системи;
- г) відмови від монополізму державної школи;
- д) єдності і безперервності процесу освіти.

На державні органи управління покладалися обов'язки створити належні умови для реформування системи освіти, стимулювання діяльності викладачів та учнів, забезпечення їм необхідних умов для нормальної діяльності, раціональне планування мережі навчальних закладів, регулювання витрат на освіту, прогнозування чисельності підготовки фахівців виходячи з потреб суспільства, визначення головних напрямів галузевої освіти з урахуванням регіональних особливостей. А комерційна і торговельна освіти набувають нової актуальності в контексті тогочасних подій.

З 1918 р. починається новий етап закріплення права на зайняття підприємницькою діяльністю, що також спонукало отримувати освіту

відповідного профілю. Українська Центральна Рада так і не проголосила економічних прав і свобод людини і громадянина. Однак оприлюднена 29 квітня 1918 р., в день скинення Павлом Скоропадським Центральної Ради, «Грамота до всього українського народу» порівняно з усіма попередніми документами вперше закріпила свободу торгу: «В області економічній і фінансовій відбудовується повна свобода торга і відчиняється широкий простір приватного підприємства і ініціативи». Подальше розширення економічних свобод відбулось за правління Директорії УНР. У параграфі 321 Проекту Конституції (Основних державних законів) УНР у Загальних засадах зазначалось, що «кожний громадянин, що вийшов з-під влади батьків чи опікунів, має право цілком вільно визначати рід своїх занять в галузі економічної або якої іншої діяльності, що не заборонена законами, і вільно розпоряджатись прибутками от своїх заробітків і майна». Таким чином, люди, що прагнули займатись відповідною діяльністю, були зацікавлені отримувати освіту економічного і торговельного профілю.

Невдовзі влада в Україні перейшла від Центральної Ради до П. Скоропадського, який проголосив встановлення в Україні Гетьманату (або Української Держави). Період існування Гетьманату (29 квітня – 14 грудня 1918 р.) ввійшов в історію визвольних змагань як час найбільшої стабілізації та справді суттєвих дій у напрямку державного будівництва.

Все це вплинуло і на Київський комерційний інститут. Зокрема, він отримав державне фінансування: влада асигнувала кошти на ліквідацію тих катастрофічних збитків, яких зазнав інститут внаслідок боїв за Київ та подальшого пограбування міста на початку 1918 р.; а також на придбання закордонної періодики. А вуз власним коштом придбав бібліотеку покійного проф. М.В. Самофалова, що складалась з 2400 томів та 4200 брошур, чим було суттєво збільшено бібліотечний фонд інституту. Причому бібліотека Комерційного інституту стала однією з кращих у місті. Тож не дивно, що влада (вже в особі Директорії УНР) в січні 1919 р. мусила звернутись до керівництва Комерційного інституту з проханням посприяти у створенні фондів Національної бібліотеки (нині – Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського НАН України)¹⁹.

Оскільки тривалі бойові дії призвели до позбавлення значної частини молоді можливості здобувати вищу освіту, то керівництво інституту прийняло рішення надати абітурієнтам, що відбували військово-

¹⁹ Зміни в студентському складі вузів Наддніпрянщини в роки українських визвольних змагань: досвід Київського комерційного інституту // Література та культура Полісся [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://book.net/index.php?p=achapter&bid=3075&chapter=1>.

ву повинність, низку пільг, а саме: прийом поза конкурсом, звільнення від плати за слухання лекцій, пріоритет при призначенні стипендії²⁰.

В серпні 1918 р. Міністерство освіти Української держави нагадало керівництву інституту, що державні службовці (до яких тоді зараховувались і професорсько-викладацькі кадри) зобов'язані скласти присягу на вірність Українській Державі («Урочисто обіцяю вірно служити Державі Українській, визнавати її державну владу, виконувати її закони і всіма силами охороняти її інтереси і добробут»)²¹. Прискорилась українізація навчального процесу.

Падіння Гетьманату і відновлення УНР у формі Директорії (14 грудня 1918 р.), призвело до відновлення боротьби за владу в Україні та поновило негативні тенденції в соціально-економічній та інших сферах життя, які вдалось почасти подолати в часи Української Держави. Як і завжди, всі ці зміни в історії нашої держави сповна відобразились і на долі нашого вузу. По-перше, зміна влади обумовила припинення навчального процесу. Вже 14 листопада 1918 р. (в день офіційного постановня альтернативної гетьману української влади – в особі Директорії УНР) «начальник киевского гарнизона приказал закрыть все высшие учебные заведения в целях поддержания общественного порядка». Правда, вже 17 грудня 1918 р. міністр народної освіти (вже уряду Директорії УНР) доручив відновити навчання з 18 грудня.

Нова влада підтвердила чинність закону про державну мову, зобов'язавши до цього і керівництво Київського комерційного інституту, але на відміну від попередньої влади не могла забезпечити матеріальні потреби вузу.

На жаль, на рівні проекту залишились ідеї І.Огієнка, який обійняв цю посаду наприкінці грудня 1918 р., спрямовані на створення оригінальної системи управління освітою. Її сутність полягала в реалізації запропонованого його попередниками принципу децентралізації, але дещо звужувала демократичні засади та ідею «національно-персональної автономії». Основний центр ваги переміщувався на утворення постійно діючих невеликих управлінських структурно-шкільних управ – колегіальних органів, до складу яких входили б представники місцевих органів влади, призначені освітні комісари та обрані представники педагогічних кадрів. Як зазначає І. Лікарчук, це було «безперечно,

²⁰ Чуткий А. Історія Київського комерційного інституту як важлива складова вивчення історії регіонів та загальної історії України перших десятиліть ХХ ст. / А Чуткий // Сіверянський літопис. – С. 68-75.

²¹ Там само.

розумним рішенням, оскільки введення до складу шкільних управ представників земств міцно зв'язувало освіту й управлінські структури з органами місцевого самоврядування; призначення головами управ комісарів, наставлених Міністерством народної освіти, давало можливість останньому постійно контролювати діяльність органів управління, а обрання членами управ представників «організованого вчителства» символічно поєднувало управлінські структури з учительськими масами»²².

У 1918 р. зі створенням Директорії УНР активізується процес творення конституцій, їх проектів та інших нормативно-правових актів. Відразу після зайняття Києва Директорія оприлюднила ряд актів, спрямованих проти поміщиків і буржуазії, а 26 грудня 1918 р. видала Декларацію, у якій заявила про намір експропріювати державні, церковні та великі приватні землеволодіння для перерозподілу їх серед селян. У той період підприємницька діяльність отримала назву «спекуляції» і переслідувалась владою. У положеннях Декларації зазначалось, зокрема: «Всі зусилля свої Директорія направить на таку організацію народного господарства, яка б відповідала сучасному переходовому моменту, коли нищиться старий капіталістичний світ й на його руїнах сходять паростки нового всесвітнього ладу, який не знатиме ніякого гніту і визиску. Директорія УНР вважає своїм обов'язком взяти під керування УНР головні галузі української промисловості і направити господарство в них в інтересах працюючих класів і всього громадянства, а не малої групи класа великовласників. Всі форми спекуляції Директорія УНР нищитиме безпощадно, не зупиняючись перед карами військового часу»²³. І для законодавчого оформлення нових порядків, і для практичної діяльності як у внутрішньому, так і в зовнішньому житті країни потрібні були національні кадри економічного спрямування, спеціалісти своєї справи. Тому торговельно-економічна освіта не втрачає актуальності навіть в умовах військового протистояння і матеріальної розрухи.

5 лютого 1919 р. Київ вдруге захопили більшовики і заходились кардинально змінювати систему освіти. 10 травня 1919 р. була підписана постанова «Про вибори шкільних працівників». Згідно з цим документом у закладах освіти ліквідовувалися посади «директорів, інспекторів

²² Гіріна С.А. Становлення та розвиток державно-громадського управління освітою в Україні в 1917-1920 роках / С.А. Гіріна // Освітній менеджмент: теорія і практика: зб. наук праць / за заг. ред. І.В. Соколової, О.Б. Проценко. – Маріуполь: МДУ, 2013. – С. 182-191.

²³ Там само.

та завідуючих». Замість цього вводилися посади «голови педагогічної Ради, тов. голови та секретаря, які обиралися педагогічною Радою розширеного складу». Такі заходи мали на меті усунути від управління старі кадри, які не влаштовували нову владу. На цей же час припадає затвердження нормативних актів, які регламентували діяльність органів управління освітою.

Посади ректора знову були ліквідовані. Для керівництва Київським комерційним інститутом було призначено комісара. Вичерпних даних щодо статистики по професорсько-викладацьким кадрам та студентству за цей період не збереглось, але окремі документи вказують на зменшення чисельності обох цих груп.

Слід також звернути увагу на торговельно-економічний компонент у середній освіті. Зусиллями передової громадськості, крім українських народних шкіл і гімназій, було відкрито реальні та комерційні школи. Як і усіх інших, їх не оминули процеси українізації. У цілому освіта в 1917–1918 рр. велась українською мовою в усіх типах шкіл, учительських семінаріях та на різних курсах.

Також поширеним явищем залишаються торговельні школи. Так, 26 червня 1917 р. Генеральним Секретарем Народної Освіти І.М. Стешенком був підписаний циркуляр інспекторів вищих початкових, торговельних та ін. шкіл України про розвиток національної української школи та про необхідність запровадження в школах курсів української мови і літератури, історії та географії України, елементів краєзнавства, організацію при школах українських бібліотек та читалень, театральних гуртків, проведення різноманітних подорожей та екскурсій з метою ознайомлення учнів з пам'ятками старовини, а також утворення учнівських спілок. На думку автора циркуляру, все це мало сприяти вихованню дітей у повазі як до пануючого ладу, так і до рідного краю²⁴.

Найбільше для розвитку шкільної справи було зроблено за доби Гетьманату П. Скоропадського. Першим кроком Міністерства вищої народної освіти і мистецтв у цій справі стала титанічна робота із запровадження єдиної трудової школи, проект якої був розроблений ще Центральною Радою. Поряд з відкриттям нових українських шкіл українізувалися також старі російські гімназії. Вже на кінець 1918 р. в Україні існувало 47208 народних шкіл, 1210 вищих початкових шкіл,

²⁴ Йовенко Л. Питання мовно-літературної освіти вчителів у контексті українізації / Л. Йовенко // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – 2012. – Вип. 43. – С. 240. (239-247).

474 чоловічі і 262 жіночі гімназії, 91 комерційна школа, 70 реальних, 18 торгових і 18 духовних шкіл. Для незаможних учнів призначалися стипендії.

Представники торговельно-економічного профілю професорсько-викладацьких корпорацій українських університетів у 1917–1920 рр. брали посильну участь у державно-політичних процесах, поєднуючи науково-викладацьку діяльність з роботою в органах державної влади і управління, різних допоміжних урядових і міністерських структурах. Вони сприяли якісному кадровому забезпеченню молоді української держави і виробленню та реалізації національної політики у різних галузях життя. Схвальної оцінки заслуговує діяльність українських науковців в Генеральному Секретаріаті і кількох генеральних секретарствах, Раді перших міністрів, міністерствах та інших вищих органах УНР, Української держави, Директорії.

Сфера освіти в кожній країні часто є ареною боротьби між політичними силами, що сповідують різні погляди. В Україні розвиток освіти 1917–1920 рр. відбувався в умовах, коли спроба відновлення національної державності нашоухнулася на протидію певної частини населення та відверте збройне втручання сусідніх країн, що спричинило збройну боротьбу та зміни влади. Влада УНР і радянська влади вкладали свій зміст в поняття народної освіти, що відображало світоглядні засади кожної з них. Кожна влада «коли не вносила щось свого, нового, то... руйнувала старе в системі й організації народної освіти»²⁵.

Гончаренко О.М.,
канд. юрид. наук, доцент, доцент

²⁵ Вітюк О.О. Деякі питання щодо розвитку загальноосвітньої школи в діяльності революційних комітетів Поділля у 1918-1920 рр. / О.О. Вітюк // Інтелігенція і влада. – 2008. – Вип. 13. – С. 70.

кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
Київського національного
торговельно-економічного університету

МІЖНАРОДНИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ ДОГОВІР (КОНТРАКТ) ЯК ЗАСІБ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Постановка проблеми. За усю історію людства глобалізаційні процеси найбільш активного впливають на правові відносини в реаліях сьогодення. Особливо це стосується правовідносин пов'язаних зі сферою міжнародної торгівлі, у якій учасники прагнуть створити найбільш зрозумілі та уніфіковані правила поведінки не залежно від місця укладення, виконання договору або ж, у разі виникнення спірних моментів, врегулювати конфлікт з найменшим впливом небажаних особливостей національних законодавств, пов'язаних з конкретними правовідносинами.

Слушною є думка О.В. Іваненка про те, що: «... саме правова глобалізація є у багатьох випадках визначальним фактором поведінки суспільства, не тільки залежить від економічної та політичної інтеграції, але й сама здійснює суттєвий вплив на ... життя суспільства» [1, с. 23].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над питанням саморегулювання, договірною саморегулювання працювали такі вчені: О.О. Бакалінська, О.А. Беяневич, В.В. Кочин, В.М. Махінчук, В.С. Мілаш, В.І. Полюхович, В.С. Щербина та ін. Однак міжнародний комерційний договір (контракт) не був всебічно досліджений з погляду саморегулювання. Достатньо активно в українській науці розробляються положення з приводу автономії волі сторін, окремих умов договору, його джерел, комплексне ж дослідження контракту з іноземним елементом як автономної конструкції пошукує власних дослідників.

Метою цієї статті є визначення міжнародного комерційного договору (контракту) як засобу саморегулювання господарської діяльності.

Результати. Договір виступає правовим засобом організації соціальних зв'язків між окремими суб'єктами, дії яких певним чином мотивуються, тобто формуються під впливом певного інтересу [2, с. 39]. Тому договір відносять до засобу саморегулювання, у якому найбільш активно проявляються його ознаки: можливість розробки сторонами

власних правил поведінки, власних механізмів його виконання та захисту.

Саморегулювання у господарській діяльності визначається як добровільне здійснення заходів суб'єктами з метою організації та впорядкування суспільних відносин у певній сфері, визначення правил, стандартів та принципів для забезпечення інтересів суспільства та відповідної спільноти [3, с. 29].

Саморегулювання може здійснюватися доступними правовими засобами, які передбачають розробку правил поведінки в конкретній сфері суспільно-економічних відносин або приєднання до вже існуючих правил з одночасним прийняттям суб'єктами зобов'язань з їх дотримання, а також створення механізмів із забезпечення [4, с. 301]. С. Алексєєв визначає правові засоби як норми права, індивідуальні приписи та веління, договори, засоби юридичної техніки, усі інші інструменти регулювання, що розглядаються в єдності характерного для них змісту і форми [5, с. 14].

Правова конструкція договору притаманна багатьом галузям національного права. Дослідження проводяться у площинах від конституційної доктрини «договору» аж до цивілістичної, включаючи положення комплексних галузей: господарського, земельного, трудового права тощо. Однак спільним для усіх доктринальних конструкцій «договору» з позицій різних галузей права є можливість саморегулювання певних правовідносин між сторонами. «Саморегулювання договору» проявляється у допустимості на підставі верховенства права самостійно визначати власне сторонами (учасниками) положення договору. О.А. Беяневич слушно зазначає: «Конструкція договору як засобу саморегуляції різноманітних суспільних відносин використовується різними галузями права (міжнародним, конституційним, адміністративним, цивільним, господарським, трудовим, земельним, екологічним тощо) незалежно від ступеня імперативності правового регулювання певного виду суспільних відносин та взаємного правового становища суб'єктів цих відносин (субординації чи автономії)» [6, с. 12].

Саморегулювання знайшло відображення і в господарському договорі, різновидом якого є міжнародний комерційний договір (контракт). Найяскравіше та найдинамічніше саморегулювання виявляється у міжнародному комерційному договорі (контракті). Саме останньому притаманно застосування положень автономії волі сторін, які не використовуються щодо внутрішніх господарських договорів.

Для зовнішніх правочинів існує своя специфіка правового регулювання за допомогою уніфікованих матеріальних та колізійних норм. Сторонам міжнародного комерційного правочину, на відміну від сторін внутрішніх договорів, надана можливість обирати застосовне право до їх правовідносин. Сторони також можуть вільно обирати суд (у разі допустимості такого вибору законодавством держави як «національності» контрагентів так і держави-вибору суду), який буде розв'язувати спірні питання, що виникли між ними. Зокрема, вони можуть звертатися як до внутрішніх судів конкретної держави так і до міжнародних комерційних арбітражних судів, які знаходяться поза «національною припискою» сторін [7, с. 115].

Міжнародний комерційний контракт, як правило укладається між суб'єктами різної «національної приналежності». Таке ускладнення у цьому випадку характеризує ознаку «суб'єкту» правовідносин. Суб'єктом може бути іноземна юридична особа, іноземна фізична особа, яка займається підприємницькою діяльністю. Згідно із ст. 1 Закону України «Про міжнародне приватне право» до ознаки, яка характеризує суб'єктивний склад іноземного елемента відносять: хоча б один учасник правовідносин є громадянином України, який проживає за межами України, іноземцем, особою без громадянства або іноземною юридичною особою. Відповідно до ч. 2 ст. 1 Закону України «Про міжнародний комерційний арбітраж» до міжнародного комерційного арбітражу можуть передаватися спори, якщо комерційне підприємство хоча б однієї із сторін знаходиться за кордоном, а також спори підприємств з іноземними інвестиціями і міжнародних об'єднань та організацій, створених на території України, між собою, спори між їх учасниками, а так само їх спори з іншими суб'єктами права України. Тобто комерційні підприємства сторін спору мають знаходитися в різних державах. В найкращому випадку спір буде вважатися «міжнародним» при різній «національній приналежності» сторін [7, с. 115].

Певні сфери суспільного життя відходять від начал централізації, у них підвищується роль локальної нормотворчості, у деяких, на думку низки представників цивілізованих країн, необхідно мінімізувати участь держави, де спостерігається підвищення значення звичаїв ділового обігу та принципів саморегуляції. У тих сферах, де результати наукового та технічного прогресу сприяли формуванню нових форм та способів побудови суспільних відносин, навпаки, відбувається інтенсивний розвиток законодавства. Таким чином, правова глобалізація пов'язана із розширенням сфери правового регулювання одних правовідносин та

необхідністю обмеження державного впливу на інші [1, с. 25]. Міжнародний комерційний договір контракт є саме тим засобом, де вбачається мінімізація втручання держави у відносини між сторонами. Однак і вона має бути. Конвенція ООН про міжнародні договори купівлі-продажу товарів 1980 року вказує, що при її тлумаченні належить враховувати міжнародний характер та необхідність сприяти досягненню однакового її застосування й додержання сумлінності в міжнародній торгівлі. Саме сумлінність, добросовісність є тим обов'язковим глобальним принципом, який об'єднує приватноправову та публічноправову сфери та підлягає захисту як з боку держави так і окремих контрагентів.

У науці слушно зазначається, що правовий засіб має синтетичний характер і виступає «посередником» між суб'єктом та об'єктом діяльності, між ідеальною моделлю та матеріальним результатом [8, с.326]. Міжнародний комерційний договір контракт реалізується відповідно до загальносвітових стандартів: *pacta sunt servanda* (договори мають виконуватися). Контракт виражає волю сторін, що у подальшому забезпечується їх активними діями відповідно до узгоджених положень. Динаміка міжнародного комерційного договору (контракту) визначається застосуванням саме тих засобів, які передбаченні для його виконання умовами (наприклад, поставка автотранспортом, оплата на умовах інкасо тощо).

Якщо у публічних правовідносинах юриспруденція сконцентрована на створенні захисних механізмів із збереження державності, то приватне право, навпаки, демонструє відкритість та випробовує на собі потужний вплив з боку інших правових систем [9, с. 11]. Вказана теза може бути продемонстрована тривалими дискусіями з приводу відміни обов'язкової форми зовнішньоекономічного договору (контракту) в Україні як продиктованої потреби спілкування з іноземними контрагентами, що вважають останню занадто формалізованою та такою, що значно ускладнює процес введення бізнесу. Загалом обов'язковість письмової форми зовнішньоекономічного договору контракту значно поступилась останнім часом усній формі договору, яка є менш формалізованою, однак також має власні механізми забезпечення виконання, розроблені у тому числі практикою міжнародної торгівлі, що акумулюються у відповідних автономних до державних правилах (наприклад, Правила ІНКОТЕРМС та інші джерела транснаціонального торгового права).

Одним з аргументів на користь усної форми договору слугує обов'язковість укладення зовнішньоекономічного договору контракту на двох мовах, що значно погіршує узгодження взаємних правил.

Непоодинокі випадки, коли зовнішньоекономічні договори, які укладаються сторонами, мають формат «для держави», тобто сторони формально дотрималися вимог законодавства, уклади договір у письмовій формі, однак при ретельному його вивченні видно, що ряд вимог на різних мовах не співпадають або ж протиріччять одна одній. У такому випадку, у разі виникнення спору та за умови однакової сили різномовних текстів договору, може бути знайдено рішення відповідно до Принципів міжнародних комерційних договорів УНІДРУА: якщо договір складено на двох або більше мовах, і кожен з його текстів має однакову силу, то в разі розбіжності між текстами, перевага надається тлумаченню відповідно до варіанту тексту договору, який був складений першим [10].

Узгодження у міжнародному комерційному договорі положень, які через відмінне бачення змісту дефініцій та різну правову культуру і ментальність контрагентів, видається складним і тривалим процесом. У даному випадку допомагають відповідні міжнародні конвенції, зокрема Конвенція ООН про міжнародні договори купівлі-продажу товарів 1980 року. У цій Конвенції також закріплений простір для саморегулювання сторін договору. До таких позицій означеного міжнародного договору можна віднести: 1) сторони можуть виключати застосування Конвенції або відступати від будь-якого з її положень чи змінювати його (ст. 6); 2) питання, що стосуються предмета регулювання цієї Конвенції, які безпосередньо в ній не вирішені, підлягають вирішенню згідно із загальними принципами, на яких вона ґрунтується, за умови відсутності таких принципів – згідно з правом, застосованим відповідно до норм міжнародного приватного права (ст. 7); сторони зв'язані будь-яким звичаєм, щодо якого вони домовилися, та практикою, яку вони встановили у своїх відносинах (ст. 9) [11].

Кожна умова договору являє собою окреме юридичне волевиявлення конкретного інтересу сторін до тих чи інших компонентів правового зв'язку, що встановлюється за допомогою договору [12, с. 173]. Саморегулювання міжнародного комерційного договору контракту проявляється у тому, що кожна умова договору контракту є ніби окремою домовленістю, розбіжності з приводу якої сторони можуть окремого врегулювати. Тенденція щодо «відділеності» окремих умов договору у світі лише розширюються. Зокрема, останнє стосується принципу автономії волі.

Загалом, положення з приводу автономії волі, які закріплені в українському законодавстві відповідають світовим тенденціям щодо становлення та розвитку інституту автономії волі. Характерною для подальшого удосконалення норм у сфері міжнародних комерційних

договорів є діяльність Комісія Організації Об'єднаних Націй з права міжнародної торгівлі (далі – ЮНСІТРАЛ). Саме вказана організація на сорок восьмій сесії у Відні 29 червня – 16 липня 2015 року схвалила Принципи, які стосуються вибору права в міжнародних комерційних договорах (далі – Принципи) розроблені Постійним бюро Гаазької конференції з міжнародного приватного права («Гаазька конференція») [13, с. 120].

Стаття 2 Принципів містить положення з приводу свободи вибору, з якими кореспондуються і положення Закону України «Про міжнародне приватне право»: договір регулюється правом, обраним сторонами; сторони можуть вибрати а) право, яке застосовується до всього договору або тільки до його частини; б) різне право для застосування до різних частин договору. Крім того, вибір може бути зроблений або змінений в будь-який момент часу.

Окремо заслуговують на увагу положення стаття 7 Принципів, яке фактично закріпило принцип, що існує у праві з приводу автономності окремих умов договору співвідносно основного контракту. Так, у Принципах закріплено, що вибір права не може бути оскаржений тільки на тій підставі, що договір, до якого він застосовується, є недійсним. Отже, виходить, що при визнанні недійсності договору питання недійсності не буде стосуватися вибору права, а навпаки питання недійсності договору чи його умов буде розглядатися відповідно до того права, яке обрано сторонами. Вказане положення є перспективним з приводу внесення до національного законодавства. Зокрема, ст. 5 «Автономія волі» Закону України «Про міжнародне приватне право» слід доповнити ч. 7 та викласти у такій редакції: «вибір права не може бути оскаржений тільки на тій підставі, що договір, до якого він застосовується, є недійсним».

У міжнародному комерційному арбітражі вказане положення стосується арбітражної угоди, яка може бути включена до міжнародного комерційного договору (контракту) у виді арбітражного застереження. Це так звані положення про автономність арбітражної угоди, яка означає юридичну самостійність «відділеність» такої угоди відносно основного контракту, з англійської *separation* (відділеність), тобто сепаратизм арбітражної угоди. Визнання контракту недійсним не веде до анулювання арбітражної угоди і не позбавляє склад арбітражного суду права розглядати всі спори, пов'язані з недійсністю такого контракту [14, с. 56], і навпаки недійсність арбітражної угоди не приводить до недійсності основного контракту.

Згідно з п.5 ст.1 «Про міжнародне приватне право» (далі – Закону) від 23 червня 2005 року № 2709-IV автономія волі – принцип,

згідно з яким учасники правовідносин з іноземним елементом можуть здійснити вибір права, що підлягає застосуванню до відповідних правовідносин. Відповідно до п. 4 ст. 1 цього ж Закону вибір права – право учасників правовідносин визначити право якої держави підлягає застосуванню до правовідносин з іноземним елементом. Отже, сторони міжнародного комерційного договору (контракту) вправі реалізувати один із засобів саморегулювання – договірний вибір права (здійснити власну волю у виді згоди на вибір права) [15]. Привертає увагу факт наявності колізій між зазначеними дефініціями «автономія волі» та «вибір права». Зокрема, «автономія волі» – це «...вибір права, що підлягає застосуванню до відповідних правовідносин»..., а от «вибір права» – «право визначити право якої держави», тобто друга дефініція постає значно у вужчому варіанті, адже автономія волі припускає вибір права не тільки конкретної держави, а й автономного правопорядку (*lex mercatoria*: Принципи міжнародних комерційних договорів УНІДРУА, Принципи Європейського договірної права тощо)), тому таке звуження обсягу вибору права, та відповідно автономії волі, не відповідає сучасним світовим тенденціям. Пропонуємо, виключити слова «якої держави» з дефініції «вибір права» та замінити їх на займенник «яке», у кінцевому варіанті означена дефініція набуде такого вигляду: «вибір права – право учасників правовідносин визначити право, яке підлягає застосуванню до правовідносин з іноземним елементом».

Обравши *lex mercatoria*, сторони виключають застосування до правовідносин між ними будь-якого національного закону, що, в свою чергу, призводить до усунення незрозумілих або невідомих для іноземної сторони приписів національного права, а також нерівності сторін, яка виникає внаслідок того, що одна із сторін спору може володіти перевагами, пов'язаними із кращим знанням правових норм порівняно з іншою стороною, для якої такі норми є іноземними [16, с. 26].

Проблема автономії волі, як вона традиційно означається в українській колізійній доктрині, має однакове філософське підґрунтя і вирішує однакові практичні задачі, що в Україні, що у Франції, що в Німеччині, що в Англії, що у Росії чи якійсь іншій країні, однак при цьому використовуються різні терміни, які мають випадковий історичний характер: укр. – «автономія волі», «вибір права», франц. – «*autonomie de la volonté*» («автономія волі»), нім. – «*Privatautonomie*» («приватна автономія»), «*Parteiautonomie*» («автономія сторін»), «*freie Rechtswahl*» («вільний вибір права»), англ. – «*choice of law*» («вибір

права»), «party autonomy» («автономія сторін»), рос. – «выбор права сторонами договора», «автономия воли». Із переліку стає очевидним, що основний український термін – «автономія волі» – відповідає французькій термінології, тоді як в німецькій та англійській мовах він не використовується, де в обох мовах вживається термін «автономія сторін», а в німецькій мові – ще й термін «приватна автономія» [17, с. 10].

Право Європейського Союзу містить подібні колізійні прив'язки. Відповідно до Регламенту (ЄС) від 17 червня 2008 року №593/2008 Європейського Парламенту та Ради «Про право, яке підлягає до застосування щодо договірних зобов'язань» договір регулюється правом, обраним сторонами. Вибір має бути прямо виражений або чітко впливати з положень договору або з обставин справи. За допомогою цього вибору сторони можуть вказати, чи підлягає застосуванню право для договору в цілому або тільки для окремої його частини. Сторони у будь-який час можуть прийти до угоди про те, що договір буде регулюватися іншим правом ніж те, яке регулювало його раніше відповідно до попереднього вибору. У разі якщо на момент даного вибору всі інші елементи ситуації перебували в іншій державі ніж та, право якої обрано, то вибір сторін не повинен завдавати шкоди застосуванню положень права цієї іншої держави, від яких не дозволяється відступати за допомогою угоди [18].

Автономія волі може бути представлена як окремий випадок реалізації загального принципу про необхідність регулювання договору найбільш близьким правом [19, с. 119]. Наприклад, Господарський суд Донецької області розглянув спір між сторонами державної приналежності України та Швейцарії. Сторони, шляхом укладення Контракту, здійснили вибір права, що має застосовуватись при визначенні змісту їх прав і обов'язків, відповідно до статті 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (в редакції на момент укладення Контракту). Обрання сторонами Контракту матеріального права Швейцарії для застосування до спірних правовідносин є правомірним, і згідно із статтею 5 Закону України «Про міжнародне приватне право» таке обрання є тим самим випадком, у якому господарський суд має здійснювати застосування норм права інших держав, як це передбачено статтею 4 Господарського процесуального кодексу України [20]. Господарський суд Донецької області вирішив спір на підставі офіційного тексту норм матеріального права Швейцарії, посвідченого шляхом проставлення апостилю, який було надано Позивачем.

Відповідно до законодавства України вибір права сторонами не обмежений правом певної держави чи наявністю тісного зв'язку договору з тією чи іншою правовою системою. Однак законодавство деяких

держав встановлює обмеження, що можна виразити як наявність тісного зв'язку з договором. Наприклад, відповідно до ст.25 Закону Республіки Польща про міжнародне приватне право 1965 року визначає, що сторони можуть обрати право, з яким зобов'язання «взаємопов'язане»; ст. 1-1-5 Торгового кодексу США встановлює, що сторони можуть обрати право тієї держави, з якою правочин має розумний зв'язок.

Окремо слід акцентувати увагу на положеннях закріплених у 3, 4 ст. 5 вказаного Закону. Так у них передбачено, що: «Вибір права може бути здійснений щодо правочину в цілому або його окремої частини. Вибір права щодо окремих частин правочину повинен бути явно вираженим». Указані положення пов'язані з поняття «розщеплення» договору та принципом свободи договору як проявом саморегулювання сторін. Вказане є відображенням відомої концепції «біотехнологій у праві» («юридичної біотехнології»).

Із змістом договору про вибір права (принаймні з приводу договірних зобов'язань) пов'язана ще одна проблема – можливості підпорядкування договору більш ніж одній системі права. В науці МПрП цей феномен дістав назву *dépeçage*. *Dépeçage* передбачає, що до різних частин правочину застосовуються різні системи права [16, с. 26]. Такий вибір права повинен бути чітко вираженим, тобто не повинно бути сумнівів з приводу волі сторін. У договорів це може виражатися чіткою вказівкою на право, яке обрали сторони або впливати з умов договору (контрагенти включили в договір відповідні положення (статті, розділи) відповідних нормативно-правових актів), які однозначно вказують на вибір права сторін (використання термінології відомої тільки конкретній правовій системі).

Принцип автономії волі є одним із визначальних для МПрП та втілює основи філософії сучасного МПрП як форми «відновлення суверенності особи» та «способу захисту її особистого простору» [21, с. 111].

Ч. 5 ст. 5 вказаного Закону визначає ще більш вражаючу «біотехнологію» та визначає обсяг саморегулювання сторін у часі: «Вибір права або зміна раніше обраного права можуть бути здійснені учасниками правовідносин у будь-який час, зокрема, при вчиненні правочину, на різних стадіях його виконання тощо. Вибір права або зміна раніше обраного права, які зроблені після вчинення правочину, мають зворотню дію і є дійсними з моменту вчинення правочину, але не можуть: 1) бути підставою для визнання правочину недійсним у зв'язку з недодержанням його форми; 2) обмежити чи порушити права, які набули треті особи до моменту вибору права або зміни раніше

обраного права». Сторони можуть змінити уже здійснений вибір права у будь-який час з моменту укладення договору аж до моменту звернення сторін до суду за захистом порушеного права, при чому такий вибір буде торкатися початку договору, тобто мати зворотну силу, його дійсність пов'язана з моментом укладення договору. Слід зауважити що зворотна сила не торкається прав третіх осіб та форми договору.

Висновки. Міжнародний комерційний контракт – це найбільш оптимальна сфера правових відносин, у якій вплив правової глобалізації постійно розширюється. Це пов'язується перш за все з тим, що міжнародний комерційний контракт є різновидом господарського договору, який у свою чергу є засобом саморегулювання, з усіма характерними для нього ознаками та проявами. Прагнучи узгодити спільні умови, сторони міжнародного комерційного контракту розробляють взаємовигідні положення (правила), які обов'язкові тільки для них та є схожими або ж відмінними від низки таких же подібних контрактів. Завдяки таким подібностям зростає потреба в уніфікації правил з приводу міжнародного комерційного контракту, а відмінностям – відбувається урізноманітнення практики міжнародної торгівлі.

Однією з відмінних особливостей при саморегулюванні міжнародного комерційного договору контракту є застосування принципу автономної волі сторін, що перебуває у постійному розширенні свого змістового наповнення завдяки глобалізаційними тенденціям міжнародної торгівлі.

Література

1. Іваненко О.В. Приватне право в умовах глобалізації: окремі аспекти / О.В. Іваненко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Вип. 3. – Том 1. – 2013. – С. 23–25.
2. Беляневич О.А. Теоретичні проблеми господарського договірного права: дис. ... на здобуття наук. ступеня докт. юрид. наук за спеціальністю 12.00.04 – господарське право; господарсько-процесуальне право / Олена Анатоліївна Беляневич; Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2006. – 534 с.
3. Гончаренко О. Конституційні засади саморегулювання господарської діяльності / О. Гончаренко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2016. – № 1 (84). – С. 28–36.
4. Андрианов В.Д. Эволюция основных концепций регулирования экономики от теории меркантилизма до теории саморегуляции / В.Д. Андрианов. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. – 326 с.

5. Алексеев С. С. Правовые средства: постановка проблемы, понятие, классификация / С. С. Алексеев // Советское государство и право. – 1987. – № 6. – С. 14–18.
6. Беяневич О.А. Господарське договірне право України (теоретичні аспекти): Монографія. – Юрінком Інтер, 2006. – 592 с.
7. Гончаренко О.М. Міжнародне приватне право: навч. посіб. / О.М. Гончаренко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 392 с.
8. Проблемы теории государства и права. учеб. пособие. под ред. проф. М.Н. Марченко.– М. : «ПРОСПЕКТ», 1999.
9. Михайлова М.Д. Некоторые проблемы глобализации / Михайлова М.Д. // Международное публичное и частное право. – 2009. – № 3. – С. 11.
10. Принципи міжнародних комерційних договорів УНІДРУА 1994 року – [Електронний ресурс]. -http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_920.
11. Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів від 11.04.1980 року // Офіційний вісник України. – 2006. – № 15. – С. 438.
12. Красавчиков О.А. Гражданско-правовой договор: понятие, содержание и функции //Антология уральской цивилистики. 1925–1989: Сборник статей. – М. : «Статут», 2001. – С. 173.
13. Гончаренко О.М. Автономія волі сторін як прояв саморегулювання господарського договору/ О.М. Гончаренко // Виклики глобалізації XXI ст. та стратегія соціально-економічного відродження України : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24 травня 2016 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2016. – 224 с. – Укр. рос. та англ. мовами.– С. 120-122.
14. Гончаренко О.М. Міжнародний комерційний арбітраж : навч. посіб. / О.М. Гончаренко. – Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2014. – 203 с.
15. Про міжнародне приватне право: Закон України від 23 червня 2005 року // Урядовій кур'єр. – 2005. – 31 серпня.
16. Філіпів А.О. Вибір права та його обмеження в джерелах міжнародного приватного ЄС та України: порівняльно-правовий аналіз / А.О. Філіпів// Адвокат. – 2012. – № 9 (144) – С. 26–28.
17. Задорожна С.М. Автономія сторін в міжнародному приватному праві: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.03 / С.М. Задорожна ; НАН України. Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького. – К., 2006. – 20 с.
18. Регламент (ЄС) від 17 червня 2008 року № 593/2008 Європейського Парламенту та Ради «Про право, яке підлягає до застосування щодо договірних зобов'язань». – [Електронний ресурс]. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_905.

19. Толстых В.Л. Международное частное право: коллизионное регулирование. – СПб.: Изд-во Р. Асланова «Юридический центр Пресс», 2004. – С. 119.
20. Про узагальнення судової практики вирішення господарськими судами окремих категорій спорів за участю нерезидентів: Узагальнення судової практики Вищого господарського суду від 01 січня 2009 року // Господарське судочинство. Судова практика у господарських справах. – 2009. – № 2.
21. D'Oliveira H. U. J. The EU and Metamorphosis of Private International Law // Reform and Development of PIL: Essays in Honour of Sir Peter North ; Edited by James Fawcett. – New York : Oxford University Press, 2002. – 355 p.

Губицький Л.В.,

доцент, кандидат історичних наук,
доцент кафедри філософських та соціальних наук,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Мельник Г.М.,

доцент, кандидат історичних наук,
доцент кафедри міжнародних відносин та міжнародного права,
Київський університет імені Бориса Грінченка

УКРАЇНСЬКА МЕРЕЖА ДЕРЖАВНОЇ ВИЩОЇ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ОСВІТИ 1946–1953 РОКІВ

Протистояння двох ідеологій, двох політичних режимів, які претендували на універсальність наприкінці 1930-х – на початку 1940-х років, руйнівні результати війни поставили на порядок денний питання відбудови мирного життя. І за таких умов суспільство змушене було функціонувати і забезпечувати усім необхідним військо, промисловість, населення. І саме в той час виявилася виключна роль торгівлі і вищої торговельно-економічної освіти, яка в стані була забезпечити цю стратегічну галузь фахівцями. Сучасний стан справ у галузі економіки, фінансів, банківської справи, міжнародних запозичень, державних і корпоративних боргів засвідчив неабияку вагомість наявності високо-

класних антикризових менеджерів із вказаних галузей. Освітня галузь з 1946 р. відповідно реагувала на вказані зміни, змінюючи навчальні підходи у підготовці фахівців, у тому числі й у сфері торгівлі та громадського харчування.

В квітні 1946 р. для керівництва та управління галуззю було утворено Міністерство вищої освіти СРСР. В його підпорядкування перейшли більше 300 великих вишів, в тому числі університети, всі технічні, сільськогосподарські, юридичні, економічні і інші навчальні заклади [1; с. 78].

На початок 1945–1946 н.р. в УРСР налічувалось 152 вищі навчальні заклади. Контингент студентів цих вишів складав 100000 осіб, а аспірантів – 367 осіб. Професорсько-викладацький склад цих вишів на початок 1945–1946 н.р. склав 6451 осіб, в тому числі: академіків – 66 осіб, членів-кореспондентів – 78, професорів – 886, доцентів – 1981, викладачів, які не мають вчених звань – 3440 [2; Ф.1. – Оп.73. – спр. 17. – арк. 32].

У 1946 р. Львівський інститут радянської торгівлі з підпорядкування Міністерства торгівлі УРСР було передано у підпорядкування Міністерства вищої освіти СРСР. Прийомо-здавальний акт підписали уповноважені Міністерства вищої освіти СРСР тов. Бершов Віктор Якович, Міністерства торгівлі УРСР – тов.Бубенцов Михайло Іванович, і в.о. директора інституту радянської торгівлі тов. Куц Анатолій Степанович [3; Ф.423. – Опис.17. – спр. 73. – арк.2].

ЛІРТ на 1946 р. мав висококваліфікований професорсько-викладацький склад, розвинуту матеріально-технічну базу, студентський контингент. У Львівському інституті радянської торгівлі професорсько-викладацького складу в 1946 р. по штату налічувалося 65 осіб: завідувачів кафедр – 14, з яких 2 професори (кафедра фізики та математики; кафедра продтоварів), 4 доценти (основ марксизму – ленінізму, хімії, промтоварів, продтоварів), завідувачів кафедр із вченим ступенем доктора – 1, кандидатів наук – 4. Склад доцентів: штат – 22, фактично – 4; Викладачі: штат – 9, фактично – 23, асистентів: штат – 7, фактично – 13 [3; Ф.423. – Опис.17. – спр.73. – арк.13].

Серед викладачів Львівського інституту радянської торгівлі були відомі вчені, а саме Гаркавенко Семен Данилович, директор інституту, зав.кафедрою, доцент, Кучер Володимир Антонович, зав.кафедрою, професор, кандидат технічних наук, Загорський Теодор Якович, доцент, кандидат фізико-математичних наук, Грицюта Семен Данилович, зав. кафедрою, доцент, кандидат хімічних наук, Бартересевич Анна

Олексіївна, асистент, доктор хімічних наук польської атестації, Тришин Федір Гнатович, доцент, сумісник, кандидат хімічних наук, Зарубкинський Василь Сергійович, професор, сумісник, доктор, Холєвчук Михайло Ілліч, зав.кафедрою, доктор ветеринарних наук чеської атестації, Несміян Іван Никифорович, доцент, кандидат агрономічних наук, Майборода Федір Михайлович, доцент кафедри, кандидат економічних наук, Огоновський Володимир Петрович, доцент, сумісник, доктор економічних наук польської атестації та ін. [3; Ф.423. – Опис. 17. – спр.73. – арк.14-17].

Матеріально-технічна база дозволяла розгорнути якісний навчально-виховний процес. ЛПРТ володів наступними приміщеннями [3; Ф.423. – Опис.17. – спр.73. – арк.9]:

1. Інститут радянської торгівлі. Рік будівництва – 1936. Власна будівля. 3 поверхи. Корисна площа 3381 кв.м. Діяла система центрального опалення. Адреса, Чкалова, 10.
2. Гуртожиток № 1. Рік будівництва – 1935. Власна будівля. 4 поверхи. Корисна площа 971 кв.м. Діяла центральне опалення. Адреса – Снопківська, 22.
3. Гуртожиток № 2. Рік будівництва – 1875. Орендоване приміщення. 3 поверхи. Корисна площа – 608 кв.м. Дрова. Займають – 265 м.кв. Адреса: Ватутіна, 38.
4. Гуртожиток № 3. Рік будівництва – 1820. Орендоване приміщення. 4 поверхи. Корисна площа – 820 кв.м. Займають – 471 кв.м. Адреса: Радянська, 3.

У Львівському інституті радянської торгівлі в 1946 р. навчалося 477 студентів, серед яких зараховано на стипендію – 366, Сталінських стипендіатів – 2. Кількість студентів, звільнених від плати за навчання – 66 [3; Ф.423. – Опис.17. – спр.73. – арк.21].

Студенти задля вдосконалення практичних навичок в 1946 р. проходили практику на наступних підприємствах і організаціях [3; Ф.423. – Опис.17. – спр.73. – арк.24]:

- крупомольний завод, хлібзавод, кондитерська фабрика ім.Кірова, Львівський пивзавод, Шкірзавод № 8 і № 9, взуттєва фабрика, арматурний завод, трикотажна фабрика, фабрика-завод, завод Штамп, Емальзавод.
- обл.контора особторгу, обласна контора гастроном, обласна контора спецторг, союзунівермаг, обл.книгокультторг, промторг, Сталінський харчоторг, Шевченківський харчоторг, Залізничний харчоторг, Червоноармійський харчоторг.

Як відзначив у 1947 р. міністр вищої освіти СРСР С. Кафтанов: «До кінця п'ятирічки 1946-1950 рр. випуск спеціалістів досягне 450 тисяч чоловік, що у півтора рази перевищить випуск 1940 р. За п'ять років наші вищі навчальні заклади і технікуми повинні дати країні близько 2 млн. нових спеціалістів, в тому числі більше 600 тис. з вищою освітою. Щоб уявити собі значення цих цифр, достатньо вказати, що зараз у всіх галузях народного господарства і культури є 3 мільйони спеціалістів» [4; с.4]. С. Кафтанов наполягав на втіленні в життя планів, які поставив Й.Сталін: «Товариш Сталін в промові 9 лютого 1946 року поставив перед нашою країною економічні завдання величезної історичної значущості. Величезні успіхи в минулому і великі завдання, які зараз стоять перед нашою країною, відкривають великі можливості для творчої роботи радянських економістів, як в галузі теоретичних проблем економічної науки, так і в конкретних галузях економіки народного господарства. Однак фундаментальних досліджень працівників кафедр політекономії в цій сфері поки що мало. Працівники кафедр політекономії і конкретних економік університетів, економічних, фінансово-економічних, промислово-економічних, торгово-економічних і обліково-статистичних вузів повинні подолати свою теоретичну слабкість, а часом і теоретичне боягузство, і по-більшовистськи взятися за розвиток і покращення своєї теоретичної діяльності» [4; с. 17]. І ці плани втілювалися на місцях.

В 1948–1949 н.р. в Харківському інституті радянської торгівлі відбувалися процеси, які були характерні для всієї країни. Склад викладачів змінився: в його складі перебували 2 професори-доктори наук, 19 доцентів і 1 викладач з науковим ступенем кандидата наук. Таким чином, питома вага викладачів з вченим званням і науковим ступенем складала 44% (без викладачів кафедри воєнної підготовки, фізичного виховання і іноземних мов). В попередньому 1947-1948 н.р. цей показник був рівний 40% [3; Ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.10]. Рішення XVI з'їзду КП(б)У, сесії Академії Наук СРСР про становище біологічної науки в СРСР, статті в газеті «Правда» від 28.1.1949 р. «Про одну анти-партійну групу театральних критиків» і в журналі «Більшовик» № 5 за 1949 р. Чернова «Буржуазний космополітизм, його роль» і Хромова «Проти космополітичних викривлень історії російської думки» були покладені в основу керівництва і ідейно-політичної роботи серед професорсько-викладацького складу інституту [3; Ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.9].

В 1947–1948 навчальному році Інститут «очистився» від низки викладачів, які протягували в свої лекції і науково-дослідницькі роботи факти захоплення і запобігання перед буржуазною наукою і літера-

турою, а також і тих, лекції яких були аполітичні, не виховували у студентства почуття радянського патріотизму і гордості за Велику Вітчизну, перевагу її суспільного і державного устрою перед «загниваючим» капіталізмом імперіалістичних країн. (Кечеджи-Шаповалов, Смирнов, Гапанович, Дерев'янка, Корнієнко, Вишневський). До початку 1948–1949 навчального року дирекція інституту звільнила від роботи низку викладачів, які залишались на окупованій території і працювали при німцях (Мильського, Леонову, Белявську) [3; ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.9 зв].

Наукова робота ХІРТу дала в 1948-1949 н.р. багаті результати [3; ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.13зв]: з кандидатських дисертацій закінчено, подано до захисту і заплановані до захисту до кінця вказаного навчального року роботи:

1. старшого викл. Дерев'яникова; 2. старшого викл. Житницького; 3. аспіранта Ілєвського.

Закінчено дисертації і заплановано до подання до захисту в вересні-жовтні 1949 р.

1. Директора інституту Байрачного А.А.; 2. Ст. викл. Тененбаума; 3. Ст. викл. Гулака; 4. Ст.викл.Мотолянського.

В Харківський інститут радянської торгівлі на 1948–1949 н.р. після вступних іспитів було зараховано 200 студентів (ТЕФ – 100, ТЗФ – 50, ОЕФ – 50). Серед них 99 українців, 88 росіян, 7 євреїв, інші – 6, членів ВКП(б) – 17, членів ВЛКСМ – 131, харків'ян – 31, відмінників – 4, учасників війни – 5, випускників торгівельних технікумів – 16 [3; Ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.15]. З ХІРТу випустили у 1948-1949 н.р. студентів за спеціальностями: товарознавство промтоварів – 26, товарознавство продтоварів – 27, економіка радянської торгівлі – 94, економісти по обліку – 35. Всього 182 [3; Ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.19].

Контингент студентів ХІРТ по факультетах і курсах на початок 1948–1949 н.р. становив: по факультетах [3; Ф.4849. – оп.1. – спр.545. – арк.17]:

Факультети	Курси				Разом	З них	
	1-ий	2-ий	3-ий	4-ий		Чоловіків	Жінок
	Осіб						
ТЕФ	100	102	102	95	399	129	277
ТЗФ	51	46	54	55	206	92	114
ОЕФ	53	39	48	36	176	24	152
Разом	204	187	204	186	781	245	536

Разом із розвитком вищої торгівельної освіти в Україні продовжувалася реорганізація вищої освіти у всьому СРСР. Так, в одному лише 1949 р. в СРСР створено 40 нових вишів. У порівнянні з довоєнним часом кількість студентів збільшилась на 400 тис. чоловік. В 1950 р. в

СРСР працювало 880 вишів, в яких налічувалося 1230 тисяч студентів, лічачи сюди і заочників [1; с. 15]. До жовтня 1950 р. в СРСР налічувалось більше 8300 докторів наук і близько 48 тисяч кандидатів наук. Кількість професорів – 9200, доцентів – 24840 [1; с.98].

В Україні в 1950 р. діяло 156 вузів (до революції 1917 р. було лише 19). За повоєнним п'ятирічним планом виші СРСР повинні були дати галузям народного господарства і культури 602 тисячі молодих спеціалістів. В роки повоєнної п'ятирічки 60% випускників вищої школи дала Російська Федерація, більше 110 тисяч нових спеціалістів випустили виші України. В 1950 р. на перший курс вишів СРСР, включаючи заочні, прийнято 350 тисяч чоловік [1; с. 16].

В 1950 р. економістів в СРСР готували 25 економічних вишів. Крім того, економістів випускали економічні факультети університетів. Всього на економічних і інженерно-економічних спеціальностях в вишах СРСР навчалось більше, ніж 40 тисяч студентів [1; с.58].

Вища економічна освіта СРСР зростала разом із соціалістичною системою народного господарства. Протягом трьох десятиріч нею було підготовлено більше 50 тисяч спеціалістів [1; с.59].

На 1950 р. в Харківському інституті радянської торгівлі були свої досягнення:

1. Контингент студентів – 825 чоловік.
2. Професорів і викладачів – 54 чолов., з них професорів, докторів наук – 2, доцентів, кандидатів наук – 17.
3. факультети: товарознавчий, торгово-економічний, обліково-економічний.
4. До війни інституту належали два навчальні корпуси площею 35000 кв.метрів і гуртожитком на 700 чоловік.
5. В 1950 р. інститут володів одним навчальним корпусом 20000 кв.м. (пл.Тевелева №11) і гуртожитком на 300 чоловік (1800 кв.метрів, при нормі 6 кв.м. на 1 особу). Фактично проживало в гуртожитку 470 чоловік. Крім того 60 студентів проживали по «кутках».
5. Мінімальна потреба інституту в площі:
 - а) навчальній 1000 ст. х 20 кв.м. = 20 000 кв.м.
 - б) для гуртожитків 600 ст. х 6 кв.м. = 3600 кв.м.
 - в) для квартир викладачів 60 пр. х 50 кв.м. = 3000 кв.м. [3; Ф. Р-2. – Оп.8. – Спр. 4523. – арк.14].

На 1951-1952 н.р. МВО СРСР планував збільшення контингенту студентів ХІРТ на першому курсі до 275 чол., у тому числі: на обліково-економічному факультеті – 100 чол.; товарознавчому – 75 чол.; торговельно-економічному – 100 чол. і не маючи можливості власними силами відновити зруйновану війною матеріально-технічну базу адмі-

ністрація інституту звернулася по допомогу до Ради Міністрів УРСР.

Підтвердженням тому є копія листа директора ХІРТ до начальника Управління у справах вищої школи РМ УРСР від 9.02.1950 р. Зміст листа є таким: «До вітчизняної війни 1941–1945 рр. ХІРТ мав два корпуси (навчальний і лабораторний) об'ємом 35 тис. м.куб. і гуртожиток на 700 чол. На 09.02.1950 р. інститут має один навчальний корпус об'ємом 20 тис. м. куб. і гуртожиток площею 1800 м.кв., що зовсім не задовольняє потреб інституту в навчальній і житловій площі. В навчальному корпусі немає площ для низки кабінетів, фізкультурного залу і бібліотеки. Площа гуртожитків не забезпечує всіх студентів, які мають потребу в житловій площі, тому що в основному контингент студентів інституту складається з іногородніх мешканців. Для кращого забезпечення навчального процесу та якісної підготовки спеціалістів радянської торгівлі необхідно відновити лабораторний корпус інституту об'ємом 20 тис. м.куб. і побудувати гуртожиток на 600 чол. об'ємом 24 тис. м.куб. Перелік об'єктів, які підлягають відновленню і будівництву: лабораторний корпус з фізкультурним залом 20 тис. м. куб. (відновлення), загальна сума — 4,0 млн. крб. в період 1951– 1955 рр.; гуртожиток 24 тис. м.куб. (нове будівництво) – 3,8 млн. крб. в період 1951–1955 рр.» [5; с.150].

1951–1952 н.р. починається період стрімкого підйому ХІРТ [5; с. 151]. Головною подією 1951–1952 н.р. стало відкриття вечірнього відділення: *інститут розпочав підготовку спеціалістів вищої кваліфікації «без відриву від виробництва»*. Вечірнє відділення було організовано у складі двох академічних груп за спеціальностями «Економіка торгівлі» і «Бухгалтерський облік».

3-поміж важливих подій цього періоду (або таких, що представляють інтерес) слід виокремити:

- *будівля за адресою площа Тевелева, 11 у м. Харкові (тобто будівля навчального корпусу інституту) переходить у власність ХІРТ (на підставі договору про продаж домоволодіння Укоопспількою від 29.09.1951);*
- *до штату викладачів кафедри бухгалтерського обліку, після закінчення ХІРТ, з 17.09.1951 зарахований Ф.Д. Фесенко (майбутній ректор Донецького інституту радянської торгівлі);*
- *8-10 грудня 1951 р. пройшла чергова наукова конференція професорсько-викладацького складу, а 25–30 березня 1952 р. – наукова студентська конференція. Крім того, протягом 1951–1952 н.р. проведено дві науково-методичні конференції;*
- *розпочато роботу над підготовкою до видання третього післявоєнного випуску збірника «Наукові записки» (встановлений термін*

здачі збірника до друку – 10.05.1952, протокол засідання Вченої Ради ХІРТ від 18.04.1952);

- в порядку підготовки до прийому студентів на 1952–1953 н.р. (відповідно до рішення Вченої ради інституту від 20.05.1952 та за наказом директора № 201 від 13.04.1952 р.) були організовані пункти прийому заяв від осіб, які бажали вступити до ХІРТ, в таких містах: Полтава, Кременчук, Ворошиловград, Сталіно, Белгород, Дніпропетровськ і Київ.
- для забезпечення набору контингенту студентів на 1952–1953 н.р. були організовані вечірні курси з підготовки для вступу на денне і вечірнє відділення інституту (початок занять – 05.04.1952 р., закінчення – 25.07.1952 р., вартість навчання – 200 крб. за весь період).

Подолавши окупанта у війні і розруху у повоєнній п'ятирічці, український народ перейшов до розбудови громадського життя, економіки та зокрема, торгівлі та громадського харчування. Організації та підприємства торгівлі та громадського харчування України в 1950 р. забезпечили фактичний роздрібний обіг в торгівлі – 13781397 тис. крб., в громадському харчуванні – 2584297 тис. крб. [3; Ф.Р-582. – оп.7. – Спр.453. – арк.19].

Так, на 1 січня 1951 р. організаційна і торгівельна мережа Міністерства торгівлі УРСР містила магазинів продовольчих – 5262, у яких працювало – 10992 працівників, непродовольчих магазинів – 2330, у них 6623 працівників; разом магазинів – 8507, у них – 19533 працівники [3; Ф.Р-582. – оп.7. – Спр.453. – арк.4]. При чому, більше 1 тис. торгівельних точок відкрито в 1950 р. З загальної кількості підприємств, які діяли на 1 січня 1951 р., відкрито в 1950 р.: 1. магазини – 547, нового будівництва – 149, 2. палатки і кіоски – 541, нового будівництва – 371 [3; Ф.Р-582. – оп.7. – Спр.453. – арк.4зв].

На 1 січня 1951 р. організаційна мережа і мережа підприємств громадського харчування Міністерство торгівлі УРСР характеризувалась наступною кількістю закладів, які мають посадочні місця – 6007, в них посадочних місць – 139485, з них фабрики-кухні і фабрики заготівельні – 4, у них посадкових місць – 1844, їдальні – 1492, у них посадкових місць – 80069, ресторани – 47, у них посадкових місць – 4068 [3; Ф.Р-582. – оп.7. – Спр.453. – арк.5]. На підприємствах громадського харчування України на 1.1.1951 р. працювало 35692 фахівці [3; Ф.Р-582. – оп.7. – Спр.453. – арк.19]. Забезпеченню фахівцями у вказаних організаціях сприяли вищі торгівельно-економічні навчальні заклади.

Деяке скорочення вишів України у наступні роки не відображалося на зміні тенденції зростання кількості студентів. В 1952–1953 н.р. в Україні було 144 вузи, в яких навчалось понад 177 тисяч студентів, що майже у 8 разів більше, ніж у 1914 р., і більше, ніж в будь-якій капіталістичній країні Західної Європи; у 591 технікумі і спеціальних середніх навчальних закладах навчалось близько 234 тис. учнів [6; с.285]. Загалом по СРСР вдалося досягти вагомих результатів у підготовці фахівців: збільшено загальну чисельність спеціалістів з вищою освітою з 1940 по 1953 р. в 2,2 раза [6; с.300].

Вища заочна торговельно-економічна освіта в Україні в 1946–1953 рр.

Вагомою складовою для забезпечення економіки висококваліфікованими фахівцями було заочне навчання. В 1950 р. з 1230 тисяч студентів СРСР 400 тисяч складали студенти-заочники, які навчалися в 475 заочних вишах і відділеннях без відриву від виробництва [1; с. 74]. У тому числі фахівців готували в філіях Всесоюзних заочних інститутах, а саме Всесоюзному заочному інституті радянської торгівлі (Всесоюзний інститут заочного навчання Наркомторгу ССРСР в січні 1939 г. переіменований у Всесоюзний заочний інститут радянської торгівлі). Київський філіал Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі почав готувати фахівців з 1 вересня 1939 р. [7; с. 27].

Наскільки вагомою була підготовка через заочну форму навчання свідчать наступні цифри. На 15.9.1950 р. заочна освіта в вищих навчальних закладах, технікумах і інших середніх спеціальних навчальних закладах УРСР на початок 1950–1951 н.р. здійснювалась в 91 вищому навчальному закладі. До початку 1950-1951 н.р. в цих вишах навчалось 52217 студентів (в 1949-1950 році – 49495 ч.), з яких 36596 ч., чи 70,1% в вишах республіканського підпорядкування і 15621 ч., чи 29,9% в вишах союзного підпорядкування [3; Ф. Р-2. – Оп.8. – Спр. 4523. – арк.98]. Зокрема, у вишах союзного підпорядкування: університети (кількість – 7) – 5497 ч.; сільськогосподарські (кількість – 11) – 2212 ч.; економічні (кількість – 4) – 1460 ч.; юридичні (кількість – 2) – 2057 ч.; технічні (кількість – 11) – 4395 ч. Разом по союзних вузах (кількість – 35) 15621 заочник. [3; Ф. Р-2. – Оп.8. – Спр. 4523. – арк.99]

Наскільки ексклюзивною була економічна освіта, у тому числі торговельна свідчать наступні цифри. В 4 економічних вузах на 15.9.1950 р. навчалоя 1460 заочників, серед них першокурсників 596, другокурсників 422, третьокурсників 227, 4-курсників 142, 5-курсників 73 [3; Ф. Р-2. – Оп.8. – Спр. 4523. – арк.103]. В Київському філіалі Всесоюзного заочного інституту радторгівлі на 15.9.1950 р. навчалоя 113 ч. [3; Ф. Р-2. – Оп.8. – Спр. 4523. – арк.103].

За час з 1 вересня 1949 р. по 1 вересня 1950 р. заочні відділи

вишів випустили 6669 спеціалістів (за попередній рік 6111 осіб). Економічні виші з 1.9.1948 по 1.9.1949 р. випустили 56 спеціалістів-заочників, з 1.9.1949 по 1.9.1950 р. випустили 98 спеціалістів-заочників. Очікуваний випуск спеціалістів в період з 1 вересня 1950 р. по 1 вересня 1951 року – 7062 особи, з них економічні вузи планували випустити 62 спеціалісти-заочники [3; Ф. Р-2. – Оп.8. – Спр. 4523. – арк.100].

В УРСР 1951–1952 н.р. заочна підготовка спеціалістів вищої кваліфікації здійснювалася в 106 вищих навчальних закладах [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.7148. – арк.170].

В 1951–1952 н.р. разом по республіканських (ВНЗ УРСР) і відділеннях всесоюзних вишів (в Україні) налічувалося 63303 заочників, яких навчали в 87 відділеннях ВНЗ, 5 філіалах, 18 консультаційних пунктах. Зокрема, в 8 консультаційних пунктах союзних економічних вузів в Україні навчалася 2741 студент-заочник [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.4914. – арк. 150]. Випуски заочників характеризувалися такими даними: 3 1.9.1949 по 1.9.1950 р. (факт) 6669 спеціалістів, серед них з економічних вузів – 98 спеціалістів. 3 1.9.1950 по 1.9.1951 р. (факт) 6785 спеціалістів, серед них з економічних вузів – 129 спеціалістів. 3 1.9.1951 по 1.9.1952 р. (очікування) 8282 спеціалістів, серед них з економічних вузів – 148 спеціалістів [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.7148. – арк.172].

Як бачимо, фахівці економічного профілю у ті часи були на вагу золота, особливо, в Україні. Оскільки усі 8 економічних вузів України були у союзному підпорядкуванні. В цих вищих навчальних закладах на початок 1951-1952 н.р. на 1 курсі навчалася – 1012 студентів, 2 курсі – 698 студентів, 3 курсі – 505 студентів, 4 курсі – 357 студентів, 5 курсі – 169 студентів, разом – 2741 студент. Фактичний випуск становив з 1.9.1950 – по 1.1.1951 р. – 19 студентів. 3 1.1.1951 р. по 1.9.1951 р. – 110 студентів. Очікували випуск з 1.9.1951 р. по 1.1.1952 р. – 9 студентів, з 1.1.1952 по 1.9.1952 р. – 139 студентів, з 1.9.1952 р. по 1.1.1953 р. – 19 студентів. В цих вишах навчалися другий рік: на 1 курсі – 100 студентів, що складало 9,9%, всього 301 студент, що складало 11%. Чоловіків серед студентів було на 1 курсі – 252 студента, що складає 24,9%. Всього чоловіків серед студентів 944, що складало 34,4% [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.7148. – арк.175].

Наскільки це вагомі результати можна визначити лише порівнявши із денною формою навчання. Так от, на денній формі навчання перебували наступні контингенти студентів: в українських вишах навчалася на 15.9.1950 р. 146866 студентів, на 15.9.1951 р. 160769 студентів на 15.9.1952 р. (орієнтовно) – 179729 студентів [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.4914. – арк. 147]; прийом студентів складав на 15.9.1950 р. 52217 студентів, на

15.9.1951 р. 63303 студентів, на 15.9.1952 р. (орієнтовно) 74442 студентів [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.4914. – арк. 149]. На денній формі навчання в економічних і юридичних вишах України навчалося: на 15.9.1950 р. 6014 студентів, на 15.9.1951 р. 6421 студентів, на 15.9.1952 р. (орієнтовно) – 7654 студенти [3; Ф.2. – Оп.8. – Спр.4914. – арк. 147].

Як показують дані Управління у справах вищої школи при РМ УРСР виразними були наступні тенденції: по-перше, загальне зростання кількості студентів, а по-друге, вагомий відсоток студентів-заочників у остаточній чисельності студентів України, що приблизно давало одну третю від загального числа.

В деяких навчальних закладах мало місце в величезних розмірах другорічництво (рос.-второгодничество) заочників.

Так, наприклад, у філіалі Всесоюзного заочного енергетичного інституту в 1951-1952 рр. на другий рік залишилось 550 чол., чи 77,6% всіх заочників, зобов'язаних здавати екзамени, з них 423 чол. на першому курсі; в навчально-консультаційному пункті інституту радянської торгівлі 118 чол., чи 35,6%, з них 74 на 1 курсі [3; ф.Р-4621. – Оп.2. – спр.2. – арк.179а.].

Мав місце і відсів студентів. Відсів студентів заочних відділень вузів, філіалів і навчально-консультаційних пунктів Всесоюзних заочних вузів по м. Києву був наступний. Всього студентів-заочників по м. Києву: 1949–1950 н.р. вчилось – 7421, вибуло – 1114 студентів (або 15%); 1950–1951 н.р. вчилось – 10037, вибуло – 1530 (або 15,2%); 1951–1952 н.р. вчилось – 12166 студентів, вибуло – 1778 (або 14,6%). Зокрема, НКП Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі у м. Києві: 1949–1950 н.р. вчилось – 346, вибуло – 88 студентів (або 25,4%); 1950–1951 н.р. вчилось – 342, вибуло – 68 (або 19,9%); 1951–1952 н.р. вчилось – 352 студентів, вибуло – 41 (або 11,6%) [3; ф.Р-4621. – Оп.2. – спр.2. – арк.195].

Академічну успішність студентів-заочників не можна визнати задовільною. Основними причинами низької академічної успішності заочників були: [3; ф.Р-4621. – Оп.2. – спр.2. – арк.180].

1. Незадовільне організаційне і навчально-методичне керівництво заочної підготовки зі сторони директорів вузів, деканів факультетів, завідувачів кафедрами і відповідних міністерств і відомств;
2. Відсутність власної навчально-лабораторної бази і неможливість ефективного використання навчально-лабораторної бази стаціонарних вузів;
3. Гостра нестача підручників, навчальних посібників і майже повна відсутність спеціальних підручників для заочників;
4. Незначна частина висококваліфікованих штатних педагогічних кадрів;

5. Невиконання керівниками багатьох підприємств і установ постанов Уряду СРСР про створення сприятливих умов для навчання заочників (звільнення від роботи у вечірній час, своєчасне надання навчальних відпусток і т.д.).

В навчально-методичному керівництві заочниками були серйозні недоліки. Ці недоліки полягали у наступному:

1. Більшість навчальних закладів проводили роботу із заочниками по давно застарілих планах, які не відповідають вимогам в даний час;
2. Значна кількість дисциплін не забезпечена програмами і методичними вказівками;
3. Організація і контроль за виконанням заочниками контрольних і курсових робіт поставлені незадовільно.

Долаючи недоліки навчального процесу, досягаючи необхідного рівня успішності, вищі Києва випускали студентів-заочників. По м. Києву 1949-1950 н.р. випущено – 818, 1950-1951 н.р. випущено – 636, 1951–1952 н.р. випущено – 817 студентів. Зокрема, по НКП Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі у м. Києві 1949–1950 н.р. випущено – 26 студентів, 1950-1951 н.р. випущено 17 студентів, 1951-1952 н.р. випущено 29 студентів [3; ф.Р-4621. – Оп.2. – спр.2. – арк.196].

Таким чином, вища торгівельна освіта України протягом 1946–1953 рр. розвивалася в умовах повоєнної відбудови та громадянської війни у Західній Україні. Внаслідок бойових дій зазнала матеріальна база освітньої галузі, у тому числі торгівельно-освітньої. Великих руйнувань зазнала матеріальна база Харківського інституту радянської торгівлі, на відміну від якого Львівський інститут радянської торгівлі знаходився в кращому становищі. Вигнання німецьких військ з України поставило на порядок денний питання відновлення мирного життя, для забезпечення якого необхідні були фахівці торгівлі та громадського харчування. Підготовкою фахівців вищої кваліфікації для вказаної галузі зайнялись Харківський та Львівський інститути радянської торгівлі, Київський навчально-консультаційний пункт Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі, які зуміли відновити матеріально-технічну базу вишів, укомплектувати професорсько-викладацький склад, здійснити прийом на спеціальності, організувати навчально-виховний процес, забезпечення студентів і викладачів усім необхідним в умовах повсюдного дефіциту. Матеріальна база інститутів поновлювалася як за допомогою уряду, так і завдяки наполегливій праці самих викладачів та студентів.

Література

1. Кафтанов С.В. Высшее образование в СССР. – М. : Молодая гвардия, 1950. – 120 с.
2. Центральний державний архів громадських об'єднань України. (ЦДАГО України).
3. Центральний державний архів вищих органів влади України (ЦДАВОВ України).
4. Кафтанов С.В. О задачах высшей школы в области идейно-политического воспитания молодежи. – М.: Правда, 1947. – 24 с.
5. Шубін О.О. Історія ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського: події, факти, імена (київський та харківський періоди) / О.О. Шубін, В.В.Литвин, Л.В.Проданова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 263 с.
6. Культурне будівництво в Українській УРСР. Найважливіші рішення Комуністичної партії і Радянського уряду. Збірник документів. – Т. 2. Червень 1941 р. – 1960 р. / Редактор О.В. Килимник. – К.: Державне видавництво політичної літератури УРСР, 1961. – 664 с. – с.285.
7. Історія Київського національного торговельно-економічного університету : монографія / А.А.Мазаракі, О.А.Піріг, Т.І.Скирда, В.Д.Кучеренко, П.П.Притуляк, Л.В.Губицький. – К.: Книга, 2006. – 256 с.

Донченко О.О., к.е.н., доцент,
Кам'янецька О.В., к.е.н., доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет,

ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ ЗБРОЇ

Військові конфлікти на Близькому Сході та в Україні, постійні загострення локальних конфліктів, актуалізують питання розвитку ОПК не тільки перед урядами країн, але й науковцями та практиками.

Національні інтереси країни-постачальники реалізують через постачання військової та спеціальної техніки для досягнення зовнішньополітичних цілей. Окрім цього – це великий бізнес. Існують різні методи розрахунку грошового обсягу торгівлі зброєю в світі, однак найбільш адаптований до специфіки продукту є підхід міжнародної організації «Стокгольмський інститут дослідження проблем миру» (SIPRI) [7, 9]. СІПРІ зазначає, що продаж озброєнь в світі за період 2011–2015 рр. зріс на 14% порівняно із попереднім періодом (2006–2011

рр.). Ця тенденція свідчить про зростання ролі військово-технічного співробітництва в міжнародних відносинах та світовій торгівлі.

Незважаючи на загальне зростання ринку, слід акцентувати увагу на зниженні в цілому продажів провідних компаній-виробників озброєння, що входять в ТОП 100 світу. За 2014 р. рівень продажу оборонних підприємств зменшився на 1,5%, тобто до 401 млрд. дол. Ці змін СІПРІ пов'язує із проблемами у провідних компаній (які складають значну частину ТОП-100 компаній світу), особливо тих, що розміщені в Західній Європі. Це свідчить про проблемні тенденції на ринку озброєнь для європейських компаній.

У 2011–2015 рр. основними глобальними експортерами стали наступні країни: США (33% світового експорту зброї), Росія (25%), Китай (5,9), Франція (5,6%) та Німеччина (4,7%).

Необхідно зазначити про зміни в перерозподілі світового ринку озброєнь. Так, нещодавно Китай навіть не входив у п'ятірку найбільших експортерів згідно рейтингу СІПРІ, однак, за невеликий проміжок часу він зміг перегнати таких лідерів виробництва, як Велика Британія, Німеччина та Франція, та увійти у трійку експортерів цього рейтингу. Хоча методика рейтингу СІПРІ не відображує обсяги експорту в фінансовому вираженні, однак дозволяє казати про важливу тенденцію на ринку озброєнь – зростання ролі нових військово-промислових країн в світовому експорті, і значною мірою – КНР.

Основними країнами-імпортерами залишаються представники Азії та Близького Сходу: Індія (14%), Саудівська Аравія (7%), Китай (4,7%), ОАЕ (4,6%) та Австралія (3,6%) [5,8]. Ці країни не мають власних розвинених ОПК, хоча й намагаються його розвинути. Прогнозується, що найближчим часом основні імпортери загалом будуть менше купувати озброєння: згідно концепції французького вченого Жана-Поля Ебера, існує пряма залежність ринку озброєнь від вартості нафти [8].

За 2014 р. спостерігається зниження виручки оборонних компаній порівняно з минулим роком. На думку експертів, цьому було дві причини: скорочення військових витрат ряду країн та продовження виводу значної частини військового контингенту США з Іраку та Афганістану. Разом з тим світовій оборонній промисловості вдалось уникнути значних спадів обсягів виручки. Різні злиття та поглинання компаній були викликані не намірами зберегти свій прибуток, а наміром розвивати нові напрямки виробничої діяльності. Порівняно із 2013 р. трійка найбільших оборонних підприємств залишилась такою ж: американські «Локхід Мартін» (Lockheed Martin) та «Боїнг» (Boeing) та

британська «BAe Системз» (BAE Systems), найбільший підрозділ якого знаходиться в США та активно постачає продукцію військового призначення американським збройним силам.

Країни Європейського Союзу традиційно є потужними учасниками ринку озброєнь. В список «СІПРІ ТОП-100» входять 27 національних чи трансєвропейських компаній з ЄС. Сукупна частка компаній ЄС на світовому ринку співвідноситься із часткою лідера – США. Серед західноєвропейських компаній зі списку СІПРІ спостерігається спад у продажах в розмірі 26% у 2014 році. На думку фахівців, ця проблема є наслідком економічних проблем регіону в цілому [10].

Окрім цього, можна виокремити і ряд інших причин:

- не зважаючи на те, що через конфлікт в Україні, збільшили асигнування на оборону, в цілому витрати за 2014–2015 рр. знизились на 8,5% порівняно із 2006 роком.
- поява на ринку нових виробників, які стрімко займають позиції колишніх лідерів (Китай, який не був представлений ще 10 років тому на сьогодні вже обігнав за показником ПІВ таких визнаних лідерів у виробництві зброї як Франція, Німеччина, Велика Британія). Стрімке зростання також демонструють такі країни як Південна Корея, Туреччина, Сінгапур, Бразилія.

Конкуренентоздатність країни на ринку озброєнь складається з наступних факторів:

- якісні та тактико-технічні характеристики військової техніки;
- політичні відносини між продавцем та покупцем;
- ціна продукції та гнучкість цінової політики.

Головною перешкодою швидкого інноваційно-технологічного розвитку будь-якої країни чи підприємства є відсутність попиту на нововведення на початковому етапі їх впровадження, через їх високу собівартість, неможливість масового виробництва через невідповідність їх вимогам усіх складових технологічного ланцюга, відсутність ринкової апробації та, відповідно, незабезпеченість необхідним для окупності витрат, попитом. Єдина галузь, яка може розраховувати на зацікавленість держави та її підтримку на усіх етапах, від розробки до впровадження у виробництво цих технологій, а також забезпечення достатнього попиту, є – військова промисловість. Країна, яка надає ефективну підтримку власному ВПК, забезпечує не тільки геополітичні переваги, а й суттєвий внесок в розвиток інноваційної складової своєї економіки.

Транснаціональні корпорації, що працюють у військово-промисловому комплексі, принципово відрізняються від інших галузей та

знаходяться в унікальних для будь-яких ринків, умовах. Найважливіше – це можливість політичного впливу, яка забезпечується через наявність наступних похідних [5]:

– суверенітет будь-якої держави завжди забезпечувався і забезпечується системою можливостей щодо його самостійного військового захисту. Виходячи з цього, галузь, що виробляє зброю, завжди належить до стратегічно пріоритетних для держави. На сьогодні забезпечити високий технічний рівень виробництва озброєнь можуть тільки потужні ТНК. Більшість країн світу не мають власних ТНК у сфері ВПК, тому закупівля зброї здійснюється у країн-виробників. Для будь-якої держави закупівля у ТНК озброєнь викликає більшою мірою політичне ніж економічне питання. В такому випадку враховується ряд важливих факторів: технічний рівень озброєнь потенційного суперника країни; фінансові можливості країни; можливі політичні перепони при закупівлі озброєнь у певних ТНК. Як правило, залишається обмежена кількість виробників для вибору, тому у ТНК є достатньо можливостей тиску на замовника. Найбільші можливості політичного та фінансового тиску на замовників мають ТНК-виробники високотехнологічного та інноваційного озброєння. Особливо цей тиск проявляється у разі продажу зброї країнам-суперникам у певному потенційно або реально напруженому регіоні, а певний вид зброї, який має унікальні характеристики, буде продаватись не усім країнам. У разі відсутності тиску з боку власної країни, що буває дуже рідко, ТНК обирає ті країни, які підуть на виконання оголошених компанією умов, які досить часто далекі за своїм змістом безпосередньо від правил бізнесу;

– з іншого боку, ТНК мають більшою мірою навіть не зовнішньо-, а внутрішньополітичну вагу. Це викликано, перш за все тим, що можливість торгівлі зброєю на світовому ринку надає країні вагомості на міжнародній політичній арені, що змушує владу рахуватись з думкою ТНК в багатьох політичних питаннях та, разом із тим, враховувати, що вони знаходяться в приватній власності;

– окрім геополітичної та стратегічної важливості для країни наявності в ній ТНК, як постачальника зброї, є й інший аспект цього питання. Військова промисловість є основним постачальником новітніх технологій, які з часом «дифузують» в інші «мирні» галузі виробництва [1,3].

В залежності від сформованої «культури лобювання» інтересів, в різних країнах ступінь впливу ТНК на виробництво певних видів зброї та зовнішню політику різні. В США ТНК мають найбільший вплив на зовнішню політику країни, хоча, якщо співвіднести їх внесок у ВНП

країни з енергетичним та фінансовим сегментами, то він набагато менший. Щодо виробників зброї у ЄС, то їх вплив приблизно відповідає їх частці у ВВП через декілька передумов [5, 7]:

- європейські ТНК у галузі виробництва зброї та технологій подвійного призначення не настільки великі та потужні як ТНК США;
- незважаючи на наявність угруповання ЄС, армії країн цього союзу принципово набагато менші та слабші, та мають менше фінансування порівняно з армією США, а відповідно і замовлення від них менші;
- після зміни геополітичної стратегії США та країн Європи у першій половині ХХ ст. зовнішня політика країн ЄС порівняно із політикою США не така агресивна щодо втручання у внутрішні справи інших країн та геополітику світового експорту озброєння.

В Росії, яка останнє десятиліття постійно нарощує потужності власного ВПК, цей сектор безпосередньо пов'язаний з державою як в політичному так і в економічному аспекті, що дало змогу багатьом російським підприємствам оборонної промисловості увійти у ТОП-100 світових лідерів виробництва зброї [7,9].

Американським виданням «Defense news» представлено рейтинг найбільших оборонних компаній світу у 2014 р. (підрахунки базуються на показниках виручки як внутрішніх так і зовнішніх поставок продукції військового призначення) [10]. Беручи до уваги особливість, що підрахунком частки оборонного сегменту в загальній структурі виручки компанії. У зв'язку із рядом проблем в отриманні, обробці та наданні даних не усі найбільші оборонні компанії увійшли до нього (європейська MBDA). Також не внесені в рейтинг китайські оборонні компанії, оскільки дані про їх фінансові показники є секретною інформацією.

Головною особливістю останніх стратегічних рішень найбільших ТНК США («Локхід-Мартін», «Боїнг», «Рейтіон», «Дженерал Дайнемікс», «Нортроп-Грумман») є скорочення надлишкових потужностей та персоналу, створення незалежних стратегічних секторів, тобто диверсифікація діяльності, яка забезпечує можливість використовувати вдалий технологічний та організаційно-управлінський досвід певних підрозділів для усієї корпорації.

Один з головних американських виробників важкої автомобільної техніки та бойових броньованих машин з протимінним захистом класу MRAP (Mine-Resistant Ambush-Protected) компанія Oshkosh втратила свої позиції з 48 до 27, а прибуток її зменшився на 43,4% (1,725 млрд. дол.)

Дуже показовим щодо залежності та відповідно зацікавленості від певних військових місій є результат американської компанії-підприємця з логістичної підтримки американських збройних сил – ManTech. Вона зменшила свої позиції за рік на 19 пунктів – з 43 на 64 місце та зменшила виручку в два рази – до 1,046 млрд. дол. В даному випадку можна зробити чіткий висновок, що це пов'язано із скороченням масштабів дій американського військового контингенту в Іраку та Афганістані, обслуговуванням яких займається компанія.

Щодо європейських виробників, то тут є характерним створення великих промислових інтегрованих структур на національному, транснаціональному та на трансатлантичному рівнях. Це, насамперед викликано неможливістю реальної конкуренції європейських компаній з потужними ТНК США ні за фінансовими можливостями, які забезпечуються колосальними державними замовленнями та потужністю американської економіки, ні за організаційно-управлінською ефективністю.

В ОПК Франції домінують на сьогодні всього два концерни («Thales» і «СНЕКМА»), а у Великобританії («BAE Systems»), Італії («Фінмекканіка») і Іспанії («CASA») – усього по одному. Серед найбільш діючих прикладів міжнародного укрупнення виділяється аерокосмічний гігант EADS (European Aeronautic Defence and Space Company). Він був створений на базі великих оборонних підприємств Франції (Aerospatiale Matra), Німеччини (Daimler Chrysler Aerospace) і Іспанії (Construcciones Aeronauticas).

У 2014 р. слід зазначити на вихід з першого десятку рейтингу французької Thales. Її прибуток від продажів продукції військового призначення скоротився порівняно із 2013 р. на 22,8% та склав 8,461 млрд.дол. Також скоротилась частка продукції військового призначення в структурі виручки – з 56,3 до 49,1%.

Ряд європейських, американських та азійських компаній підвищили позиції в рейтингу. А саме: японська Kawasaki Heavy Industries) підвищила свої позиції в рейтингу порівняно із 2013 роком на 20 пунктів, піднявшись з 66 на 46 місце, збільшивши прибутки на 900 млн. дол., до 1,909 млрд. дол. Також заслуговує уваги прорив британської Ultra Electronics, яка піднялась з 86 на 68 позицію та отримала прибуток у 951 млн. дол. Американська PAE (Pacific Architects and Engineers Incorporated) піднялась з 85 на 74 місце з прибутками у 895,2 млн дол.

Найгірші результати рейтингу в динаміці, у фінського виробника бронетехніки Patria, прибуток від реалізації продукції військового призначення якого у 2014 році зменшився в 2 рази, та досяг 555,8 млн.

дол., що пересунуло компанію з 64 на 94 позицію. Цей результат є одним з найгірших в рейтингу.

Через збільшення обсягів продажів найкращі результати демонструють російські компанії, що викликано постійним збільшенням держзамовлення. Росія має на сьогодні найбільший портфель замовлень з боку зарубіжних країн, загальні обсяги якого складають більше 56 млрд. дол. США. Основні замовники це Індія, Алжир, Ірак, Єгипет, Китай. Тут слід відмітити, що незважаючи на впроваджені щодо Росії санкції, головні її партнери цих санкцій не застосовують [2, 6].

До списку 2015 р. увійшли сім російських оборонних компаній, найкращий результат серед яких у «Алмаз-Антей», який посів 11 позицію з виручкою 9,2 млрд. дол. ОАК (Об'єднана авіабудівна корпорація) посіла 16 місце з виручкою у 6,24 млрд. дол. Тощо. Деякі компанії вирішили не приймати участі у рейтингу (наприклад «Об'єднана суднобудівна корпорація»), тому фактична кількість російських оборонних компаній скоріше за все більше.

За останні роки європейські країни мають суттєвий спад в продажах – у 2014 році він склав в цілому 26%. Ці тенденції пов'язані з економічними проблемами регіону в цілому та суттєвим зменшенням оборонних бюджетів країн Європи за останнє десятиліття. Не зважаючи на те, що після виникнення військового конфлікту в Україні деякі країни Європи збільшили асигнування на оборону, в цілому витрати за 2014–2015 рр. знизились на 8,5% порівняно із 2006 р. [6,7].

Також суттєвий вплив має поява нових конкурентів, а саме китайських виробників. Окрім цього, стрімке зростання демонструють такі країни як Південна Корея, Туреччина, Сінгапур, Бразилія. Ці країни не мають поки що співставимого з Європою інноваційно-технологічного потенціалу, однак вони сфокусувались та зайняли певні ніші, в яких мають високу конкурентоздатність. Таким чином, країни ЄС поступово втрачають свої позиції на світовому ринку озброєнь.

Серед українських компаній до рейтингу увійшов УкрОборонПром, однак результати компанії за 2014 рік суттєво погіршились – компанія знизилась з 53 на 90 позицію. Компанія «МоторСіч» у 2014 році випала з рейтингу.

Однак, на сьогодні продукція військового призначення, яка виробляється в Україні, в багатьох напрямках відповідає кращим світовим зразкам та достойно конкурує на світових ринках. Українськими підприємствами ОПК на сьогодні ведеться біля 60 проектів зі створення сучасних, інноваційних зразків озброєнь [2].

В нашій країні є передові розробки в суднобудуванні, у виробництві авіатехніки та комплектуючих, радіолокаційного обладнання, засобів протиповітряної оборони, ракетно-артилерійського озброєння та засобів зв'язку, бронетанкової, автомобільної, інженерної та спеціальної техніки. Окрім цього, розроблені системи високоточного ураження, аналогів яким не існує в світі.

Однією з переваг ОПК Україна є те, що вона отримала широку мережу науково-дослідних центрів, які спеціалізуються на розробці в сфері електроніки та кібернетики, лазерної техніки, радіолокаційних станцій виявлення малопомітних цілей. Українські підприємства також мають величезний потенціал в сфері модернізації радянської зброї, яка навіть зараз знаходиться на озброєнні багатьох країн світу [2].

Висновки. Відповідно до наведених вище матеріалів слід зазначити, що в оборонній промисловості відбуваються суттєві структурні зміни. Лідером все ще залишається США, на території яких базуються найбільші та найпотужніші ТНК оборонної промисловості. Характерним є інтеграція виробництва, зосередження на інноваційних технологіях, а саме розробки принципово нових матеріалів, сполук, космічні технології, робототехніка та штучний інтелект. Безперечно, ТНК США на сьогодні мають найкращі умови для отримання найважливіших складових: фінансування за рахунок держзамовлень, інновацій, ринки збуту та політичне лобювання інтересів компаній в усьому світі. Серед нових гравців найбільш потужними та стрімкими за розвитком є ТНК Росії, про що свідчать їх місця у світових рейтингах, та ТНК Китаю, відкритого доступу до інформації про результати їх фінансової та виробничо-технічної інформації не має, однак активний розвиток промисловості та експортно-імпортних операцій свідчить про пріоритетність цієї галузі на сьогодні.

Україна, представлена на світовому ринку озброєнь державним концерном «УкрОборонПром», все ще демонструє значні обсяги продажів ПВП, однак ряд як внутрішньоекономічних так і геополітичних причин поступово призводить до втрати позицій країною та обмеженням появи інноваційних видів озброєнь, конкурентоздатних на світовому ринку.

Література

1. Барабанов М.С. и др. Новые военно-промышленные державы / под ред. Р.Н. Пухова. – М.: Центр анализа стратегий и технологий, 2016. – 168 с.

2. Геополітичний аналіз балансу сил і змін у ньому на фоні російсько-українського конфлікту. М. Сунгуровський [Електронний ресурс] // http://razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=1121
3. Черкин Е. Мифы мирового рынка вооружений [Електронний ресурс] // <http://expert.ru/ural/2016/01/mifyi-mirovogo-ryinka-vooruzhenij>
4. Arms Embargoes Database [Електронний ресурс] // SIPRI. URL: <http://www.sipri.org/databases/embargoes>.
5. Ballester B. European Common Security and Defence Policy [Електронний ресурс] // Europal. April 2013. URL:[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/494466/IPOL-JOIN_ET\(2013\)494466_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/494466/IPOL-JOIN_ET(2013)494466_EN.pdf).
6. Bers J. (1998), «Development and validation of a strategic repositioning model for defense and aerospace contractors», Ph.D. Dissertation, Vanderbilt University.
7. Fleurant A., et al. Trends in International Transfers, 2015 [Електронний ресурс] // SIPRI. URL: <http://books.sipri.org/files/FS/SIPRIFS1602.pdf>.
8. Stein A. Missile Confusion: Turkey's Dance With the Chinese [Електронний ресурс] // Arms Control Wonk. February 19, 2015. URL: <http://www.armscontrolwonk.com/archive/604889/missile-confusion-turkeys-dance-with-the-chinese/>
9. The SIPRI TOP 100 Arms-Producing and Military Services Companies, 2014. [Електронний ресурс] // SIPRI URL: <http://books.sipri.org/files/FS/SIPRIFS1512.pdf>.
10. TOP 100 Global Defense Companies <http://www.defensenews.com/story/defense/policybudget/industry/2015/07/26/defense-news-top-100-main-story-revenues-down/30639503/>

Зіміна А.І.,
канд. екон. наук, доцент кафедри
торговельного підприємництва та логістики
Київського національного торговельно-економічного університету

НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ В ФОРМУВАННІ СУЧАСНИХ ІНТЕГРОВаних ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК ВАНТАЖІВ

Формування та розвиток логістичного підходу до організації поточкових процесів в світовій економіці базується на принципах інтеграції їх в структуру глобальних товаропровідних мереж постачання вантажів та відбувається за рахунок активного впровадження методів та засобів логістики в різних сферах економічної діяльності.

Фундаментальне призначення логістики пов'язане зі запровадженням інструментарію ефективного управління поточковими процесами та реалізацією на практиці оптимальної взаємодії різних бізнес-структур із задоволення споживчих потреб. Системне застосування логістики, яка здатна знижувати видатки шляхом оптимізації матеріальних, фінансових та інформаційних потоків є необхідною умовою підтримки конкурентоспроможності як суб'єктів господарювання так й товарів.

Рух матеріального потоку в глобальних логістичних системах охоплює джерела сировини, виробничі підприємства, розподільчі центри, оптові та роздрібні торговельні мережі, а також кінцевих споживачів, при цьому учасниками логістичних ланцюгів виступають резиденти різних країн. Окремі суб'єкти господарювання в процесі функціонування формують логістичні ланцюги, які крім постачальника та одержувача продукції включають також торговельних та зовнішньоторговельних посередників, транспортні, транспортно-експедиційні та страхові компанії, кредитно-фінансові установи опосередковано впливають на напрямки руху, обсяги та асортиментний склад товарних потоків.

Характерною рисою систем глобальної логістики є зменшення кількості посередників та перевізників. Як правило підприємства-учасники бізнес-процесів намагаються користуватися послугами одного перевізника, який при змішаних перевезеннях несе відповідальність на переміщення вантажів в просторі та часі.

Сучасні перетворення в логістиці не обмежуються тільки вдосконаленням технічних засобів, але й поширюється на організацію логістичних операцій, розробку нових технологій логістичної сфери, впровадження наукових підходів до рішення проблем логістики. Основні напрямки запровадження інновацій в логістичній сфері представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Напрямки розвитку інноваційних технологій в логістиці

Транспортно-технологічні логістичні системи	Вдосконалення організації логістичних процесів	Інновації в галузі логістики	Укрупнення вантажних місць	Транспортно – логістичні центри
<ul style="list-style-type: none"> – комбінування видів транспорту; – фрейджерна система; – ліхтеровозна система; – магістральна система 	<ul style="list-style-type: none"> – інтегровані системи (інтер-модальні, мульти-модальні перевезення, транспортні коридори) 	<ul style="list-style-type: none"> – інформаційні технології; – комп'ютери-зація; – роботизація; – штрихкодування ; – електронна комерція 	<ul style="list-style-type: none"> – контейнеризація; – пакетизація 	<ul style="list-style-type: none"> – дистрибуційні центри; – бондові склади; – складські комплекси; – крос-докінг.

Вдосконалення логістичної інфраструктури при здійсненні бізнес-операцій в першу чергу супроводжується змінами засобів транспортного перевезення, складування, зберігання, митного оформлення та інформаційного супроводження вантажних потоків.

Зміна транспортних технологій характеризується не тільки трансформацією традиційних способів перевезення, але й перетвореннями у фізичному стані вантажів. Наприклад, перетворення одиниць вантажів, які перевозяться в мішках у навалочні (цукор, цемент), навалочні в одиничні (пакети з металевих чушок), одиничні в укрупнені місця (контейнери, контрейлери, палети). Цим досягається суттєве скорочення часу транспортування, енергетичних та трудових витрат. Подібні зміни докорінно перетворюють увесь технологічний процес постачання, потребують в багатьох випадках застосування принципово нових типів рухомого складу або перевантажувального обладнання.

Питання забезпечення високої якості виконання логістичних операцій пов'язані з впровадженням прогресивних методів їх здійснення завдяки технічним та технологічним інноваціям, одним з яких є використання транспортно-технологічних логістичних систем. До них відносять комплекс цілеспрямованих взаємоузгоджених технічних, технологічних, економічних, комерційно-правових і організаційних дій сфері виробництва, торгівлі, транспортування товарів, які перевозяться «від дверей» постачальника «до дверей» покупця на певних полігонах транспортного

ланцюгу з метою досягнення максимальної ефективності від застосування сучасних засобів перевезення вантажів.

Вирішальним фактором розвитку транспортно-технологічних логістичних систем є комбінування різних видів транспорту в процесі переміщення вантажів, що забезпечить ліквідацію зайвих процедур перевантаження при передаванні з одного виду транспорту на інший лише в межах однієї вантажної одиниці. Такий принцип використовується при паромній чи ліхтеровізній системах, коли елементами перевантаження є вантажні одиниці: автомобільний трейлер, залізничний вагон, вантажівка або ліхтер (баржа), які навантажуються на борт судна.

Перспективним напрямком логістизації транспортної діяльності є організація постачання вантажів в інтермодальному сполученні за участі операторів змішаних перевезень, з якими вантажовласник підписує угоду перевезення на весь маршрут слідування. В більшості випадків таким оператором виступає транспортно-експедиційна компанія, яка здійснює від імені вантажовласника весь комплекс транспортних операцій на шляху слідування вантажу.

Відмінною характеристикою інтермодальних систем є те, що об'єктом управління виступає єдина вантажна одиниця – контейнер, яка проходить всі етапи логістичного процесу від постачальника до споживача без переформування й обробки в проміжних ланках ланцюгів постачання, що дозволяє підвищити зберігання вантажів, прискорити обробку контейнерів в пунктах перевалки, мінімізувати експлуатаційні витрати, значно скоротити часові та трудові витрати на вантажо-переробку та підвищити вантажообіг.

Контейнерна транспортно-технологічна система базується на тенденції укрупнення вантажного місця, що призводить до підвищення інтенсивності вантажних операцій при найменших матеріальних і трудових витратах. На початку XXI сторіччя відбувається процес інтенсивної контейнеризації, який отримує все більшого розповсюдження в географічному та товарно-номенклатурному відношенні, стає суттєвою рисою глобалізації світової економіки, що підтверджується збільшенням обсягів контейнерних перевезень на 10 відсотків щорічно.

Впровадження логістичного підходу до здійснення транспортно-експедиторського обслуговування інтермодальних контейнерних систем постачання пов'язано зі застосуванням певних принципів. По-перше, використання єдиних комерційно-правових режимів, які передбачають процедуру спрощення та вдосконалення законодавчої бази в напрямку документарного супроводження перевізного процесу, зокрема підвищен-

ня рівня узгодженості та синхронізації дій учасників, спрощення митних процедур на основі використання технології електронного декларування, попереднє інформування, дистанційне декларування, проведення сплати митних платежів за системою «митна карта», використання стандартних комерційних й перевізних документів міжнародного зразку.

По-друге, впровадження системного підходу до рішення фінансово-економічних питань організації перевезення, зокрема встановлення уніфікованих тарифних правил перевезення вантажів декількома видами транспорту, розробка методів обґрунтованого розподілу наскрізного транспортного тарифу, розробка механізму матеріальної та фінансової відповідальності за порушення вимог до якості логістичних послуг для кожного учасника транспортно-технологічного процесу.

По-третє, використання сучасних логістичних інформаційних систем, які дозволяють здійснювати виконання замовлення більш оперативно та якісно, тобто планувати, управляти та контролювати всі етапи транспортування, відстеження географічного положення вантажу та його стану в форматі реального часу.

Переваги контейнерних перевезень включають можливість забезпечити високу збереженість при доставці вантажів, так як до вантажу практично немає доступу при перевантаженні. Використання стандартних контейнерів призвело до уніфікації транспортних засобів та перевантажувального обладнання, які конструюються та виготовляються з урахуванням габаритів контейнерів, контрейлерів, палет тощо.

Активізація бізнес-процесів за рахунок контейнеризації призводить до підвищення результативності навантажувально-розвантажувальних робіт, їх механізації та автоматизації, скорочення простоїв транспортних засобів, прискорення доставки вантажів. Суб'єкти господарювання мають можливість знизити витрати на упакування, підвищити збереженість вантажу – сталевий контейнер сам є невеликим складом, скоротити потреби в складських приміщеннях та витрати на страхування вантажів.

Особливої уваги потребує контейнеризація на змішаних перевезеннях, тобто послідовне перевезення вантажів різними видами транспорту, при цьому перевізники діють відповідно до різних правових норм, змінюють один одного з ускладненням питань відповідальності в умовах функціонування міжнародного бізнес-середовища.

Із зростанням кількості бізнес-операцій активізації зазнав процес впровадження технічних, технологічних та організаційних інновацій в сфері логістики. Виникла необхідність у спрощенні та уніфікації норм

міжнародного права, які б полегшали процедури перевезень, зробили їх доступними на всіх рівнях та в усіх регіонах.

Сучасні методи здійснення змішаних перевезень неможливі без інноваційних технологій в логістичних операціях, оскільки вони поєднують в єдиний процес виробничі, транспортні, торгові, експедиційні та інші компанії. Це потребує введення нових норм взаємодії, координації, контролю, концентрації виробництва та капіталу, централізації капіталу.

Єдність та безперервність процесу товароруку проявляється в таких тенденціях розвитку логістичних операцій [3]:

- комплексний розвиток матеріально-технічної бази різних видів транспорту (рухомого складу, перевантажувального обладнання, контейнерного парку, інших засобів укрупнення вантажних місць);
- узгодженість параметрів рухомого складу за габаритами, вантажопідйомністю, забезпечення можливості перевалки вантажів на різних видах транспорту, але в єдиній тарі та упаковці;
- застосування типових навантажувально-розвантажувальних засобів;
- ритмічне, узгоджене та прискорене подання рухомого складу до пунктів перевалки контейнерів (порти, залізничні контейнерні термінали) між видами транспорту;
- єдиний комерційно-правовий режим за напрямками змішаних перевезень: єдині правила перевезень, уніфікація вантажних та транспортних документів, полегшення проходження митних процедур, уніфікація документації за якою оформлюються змішані перевезення;
- управління рухом контейнерів та інших укрупнених вантажних місць завдяки єдиним уніфікованим систем управління та відстеження;
- встановлення єдиних тарифних правил перевезення.
- В практиці розвинених країн реалізація подібних тенденцій та умов змішаних перевезень відбулась у поєднанні контейнеризації та інтегрованих транспортно-технологічних систем, в яких робота всіх видів транспорту жорстко взаємопов'язана, навантажувально-розвантажувальні роботи практично автоматизовані, організація процесу постачання відбувається за рахунок обчислювальної техніки.

Організація роботи таких систем здійснюється операторами змішаних перевезень, які діють на основі Конвенції ООН, а саме застосовують єдиний документ, що виконує функції угоди перевезення за єдиною наскрізною ставкою фрахту: інтермодальні або мультимодальні перевезення [1].

Різновиди інтегрованих транспортних систем отримали назву лендбрідж, якщо вантажі прямують в змішаному сполученні за схемою: море – суша – море та при цьому перетинається цілий континент; міні-брідж, якщо вантажі прямують за схемою: море – суша та при цьому

перетинається весь континент; мікробрідж, якщо вантажі прямують за схемою: суша – море, але не перетинають усього континенту; мотор-брідж: суша – море, але при цьому вантажі призначені для економічної зони протягування до даного порту та з суден перевантажуються на автотранспорт[2].

Прояв сучасних тенденцій в галузі функціонування інтегрованих логістичних ланцюгів пов'язано з розвитком мережі бондових складів, на яких здійснюється доробка та передпродажне обслуговування товару. Зокрема це стосується виробництв, які орієнтовані на створення продукції з різними стандартами, що змінюються за країнами, наприклад, електротовари. В нових умовах трансформатори, розетки, кабелі зберігаються окремо та монтуються в останню чергу безпосередньо для відправки в країну споживання, що призводить до зниження обсягів складської продукції та скорочення при цьому логістичних витрат.

Велику популярність в галузі організації логістичних операцій отримала система кросс-докінгу (cross-docking). Традиційно підприємства зберігали продукцію на складах та відвантажували її відповідно із замовленнями споживачів. Система кросс-докінг сьогодні пропонує таку координацію операцій з поставки та збуту, які дозволять забезпечити зберігання продукції на території складу безпосередньо в транспортних засобах, що значно знижує складські витрати. Існує дві форми кросс-докінгу: в першому випадку товари перевантажуються з транспорту, що надійшов безпосередньо на транспорт, що відбуває та немає потреби в складських приміщеннях. В іншому випадку на складі здійснюється додаткова робота з розукрупнення партій товару, пересортуванню, консолідації для відправки окремим замовникам та навантаження на транспортні засоби.

Кросс-докінг означає також, що продукція може зовсім не перевантажуватись, а зберігатися безпосередньо в транспортних засобах (система stocks on wheels) в очікуванні відправки за призначенням. Оскільки складські операції коштовні та займають багато часу їх скорочення значно сприяє підвищенню ефективності логістичних операцій на підприємстві при застосуванні методу швидкого реагування (quick response) на запити клієнтів.

З точки зору організації логістичного обслуговування виробничої діяльності головна роль відводиться оптимізації операцій із утримання запасів. Більшість компаній прагне так скоординувати всю виробничу діяльність, щоб скоротити кількість запасів в логістичних ланцюгах, забезпечити синхронізацію операцій з постачання та відправки товарів за методом точно в строк (just-in-time) та налагодити акумулюючі системи.

Логістика транспортно-складських комплексів будується на застосуванні сучасних досягнень в сфері інформатики та автоматизації та характеризується різноманітністю наборів технічних засобів: стелажі, навантажувально-розвантажувальні та складські машини, вантажорозподільні системи, вимірювальні пристрої, пакетоутворювальні та обв'язувальні механізми.

На сучасному етапі розвитку економіки в світі створено низку необхідних вимог до складських систем:

- обладнання для вантажопереробки та зберігання має бути максимально стандартизоване;
- конструкція системи вантажопереробки має забезпечувати безперервність матеріального потоку;
- інвестиції в складське господарство мають бути спрямовані на обладнання для переміщення вантажів, а не на стаціонарне обладнання;
- завантаження складського обладнання має бути максимальним;
- при виборі обладнання вантажопереробки слід прагнути до мінімізації відношення між вагою підйомно-транспортних машин та їх вантажопідйомністю;
- конструкції складських систем мають передбачати максимально можливе використання сили тяжіння.

Системи складування та вантажопереробки, які застосовуються сучасними складськими комплексами поділяються на механізовані, напівавтоматизовані, автоматизовані та комп'ютеризовані. Механізовані системи застосовують багато різновидів підйомно-транспортного обладнання. Найбільш розповсюдженими є: виделкові навантажувачі, самохідні навантажувачі, бугельні буксирні лінії, тягачі з причепами, конвеєри, карусельні механізми, ручні навантажувачі, буксирувальники-тягачі, підлогові відкидальні теліжки, аутригерні стелажні штабелери та інші. Склади також оснащені автоматичними пристроями: внутрішньо складські системи автоматичного управління транспортними засобами, комп'ютеризовані сортувальні лінії, роботи та різноманітні види нахильних стелажів.

Інтерес представляє процес роботизації складських операцій. На складах роботів використовують для розукрупнення або навпаки формування укрупнених вантажних одиниць. Для розукрупнення робот має визначити упаковки, обрати необхідні та розмістити їх на смугу конвеєру за упорядкуванням.

Збір даних та обмін інформацією є важливою сферою діяльності логістичної системи. Раніше основними носіями інформації слугувала

паперова документація, ведення якої потребувало великих витрат часу та породжувало багато перешкод й помилок. Штрихове кодування та електронне зчитування (сканування) кодів вирішили цю проблему. Наклейки з штрихкодами розміщуються на окремих товарних упаковках, ящиках, контейнерах та залізничних вагонах. Для ідентифікації вантажів використовують сканування. Сканери зчитують штрихкод та трансформують його в потрібну інформацію, що забезпечує контроль за вантажопотоками, місцем зберігання, часом відвантаження та постачання.

Організація інформаційних потоків в режимі реального часу є найважливішою умовою ефективного функціонування логістичних систем. Основними системами обміну інформацією в логістиці, торгівлі, управлінні є EDI, як пов'язує «електронною мовою» залізничні шляхи, вантажну клієнтуру, автомобільних та повітряних перевізників, фрахтових агентів, митні органи, банки. Користувачі мають можливість здійснювати контроль за рухом вантажівок, приймати відповідні управлінські рішення, відправляти транспортну та супроводжувальну документацію. Сьогодні достатньо через провайдера піддатися до системи через Інтернет за допомогою комп'ютера, модема та програмного забезпечення. В більшості країн світу відбувається заміна паперових технологій передачі інформації на міжкомп'ютерну передачу стандартних текстів ділових документів. Використання EDI сприяє ліквідації простоїв та зникнення товарів в межах ланцюга руху товарної маси від продавця до покупця зменшує видатки в торгівлі на 30–50% [4].

На сьогодні існує декілька методів визначення рівня логістичної ефективності економічної системи країни. Перший підхід базується на оцінці логістичної складової, тобто долі в кінцевій ціні товару витрат на логістичні операції, яка може сягати до 80% споживчої вартості. Ця величина прямопропорційно залежить від рівня розвитку країни в цілому, зокрема її економічного, політико-правового, соціального-культурного, технологічного середовища. В цьому сенсі промислово-розвинені країни вдало досягли оптимальної частки коливання сукупних витрат в ціні товарів на логістичні операції від 15% до 20% в загальній вартості товарів в «кінцевій» точці товарного потоку, які вже дійшли до кінцевого споживача, в той час коли країни, що розвиваються мають частку 50-80%. Адже, без сумніву існує широкий діапазон можливостей зниження логістичних витрат за рахунок формування логістичного ланцюга поставок споживчої цінності найбільш ефективним способом.

Один з напрямків реформування процесу товароруку в логістичному ланцюгу полягає в площині створення механізму, який гнучко та ефективно забезпечить взаємодію основних елементів логістичної системи: постачання – виробництво – складування – зберігання – транспортування – збут. Умови розвитку економічних процесів потребують створення організаційних об'єднань промислових суб'єктів, підприємств складської, транспортної та торговельної інфраструктури ринку в інтегровані логістичні ланцюги постачання споживчої цінності. Саме вони мають надійно, своєчасно та з мінімальними витратами здійснювати постачання продукції споживачу.

Передумовами для впровадження інтегрованого логістичного підходу до активізації процесу та скорочення витрат товароруку є:

- розуміння механізмів ринку та логістичної складової в реалізації конкурентних переваг підприємств;
- реальні перспективи та сучасні тенденції інтеграції учасників господарських зв'язків й розвитку нових організаційних форм – логістичних мереж;
- технологічні можливості в галузі новітніх інформаційних технологій, які відкривають принципово нові можливості для взаємодії та зниження витрат.

На сьогодні вже існує система показників оцінки ефективності логістики, до яких відносять: загальні логістичні витрати, якість логістичного сервісу, тривалість логістичних циклів, продуктивність, повернення від інвестицій в логістичну інфраструктуру. Ці показники є комплексними та формують основу звітності фірм та планів різних рівнів. У складі загальних логістичних витрат можна виділити: витрати на виконання логістичних операцій, збитки від логістичних ризиків, витрати на логістичне адміністрування.

Перспективним напрямком розвитку вважається логістична концепція управління процесом створення доданої вартості від початкових стадій видобутку сировини та матеріалів для виробництва до розподілу, використання, споживання та утилізації продукції. В практиці будь-якого підприємства має місце низка бізнес-процесів, структура яких впливає з прийнятих підприємством стандартів обертання матеріалів, інформації, порядку прийняття управлінських рішень та організації руху матеріалів у технологічних процесах.

У більшості підприємств, що мають логістичні служби складаються спеціальні звіти логістичної продуктивності за показниками: кількість оброблених замовлень в одиницю часу, вантажні відправлення

на одиницю складських потужностей і вантажомісткість транспортних засобів, норма операційних логістичних витрат на одиницю інвестованого капіталу, норма логістичних витрат на одиницю виробленої продукції, логістичні витрати в дистрибуції на одиницю обсягу продажу.

Інший підхід в оцінці ефективності логістичних операцій формується за рахунок рейтингу присутності на національному ринку найбільших логістичних провайдерів та динаміки розвитку показників їх діяльності у порівнянні з іншими країнами світу. Значну роль також відіграє частка володіння активами цих підприємств резидентами (національна належність капіталу) або нерезидентами (використання іноземних інвестицій).

Ця оцінка визначає стан ринку логістичних послуг як одного з основних факторів впливу на розвиток сприятливого бізнес-середовища країни, зокрема потенціалу її міжнародного позиціонування в рейтингу країн світової економіки. На українському ринку функціонують такі основні логістичні провайдери як DHL, DB Schenker, ASSTRA, FM Logistic, GEFCO, Kuehne&Nagel, Logistisc Expert, Panalpina, Raben, Rhenus Revival, Комора-С, УВК, УДЦТС, Ліски, ПАКОБО, які надають послуги першого, другого та третього рівня глибини здійснення логістичних операцій – PL. До переліку виконуваних операцій входять: перевезення власними транспортними засобами, складування та зберігання (тривале), проміжне зберігання (cross-docking), контроль проходження митниці, виконання аутсорсингу послуг, перевантаження, консолідація відправлень, фінансове супроводження (організація розрахунків за послуги), стеження за дислокацією вантажів та інші види інформаційного забезпечення (telematics, tracking), консалтингові послуги, підготовка експортної, імпортної та фрахтової документації, ведення обліку та управління залишками вантажів на складі, додаткові послуги з додаванням вартості (фасування, розподіл, повернення тари), передпродажна та післяпродажна підготовка, координація та оптимізація руху вантажів, підготовка рішень, що пов'язані з управлінням логістичним ланцюгом, стратегічне планування ланцюга постачання, спрямоване на підвищення конкурентоспроможності замовника.

Третій підхід до оцінки логістичної активності країни є величина індексу ефективності логістики (Logistics Performance Index – LPI), який складається на підставі опитування фахівців міжнародних, національних та регіональних логістичних компаній. Сутність цього методу, який розроблено Світовим банком передбачає дослідження кожні два роки 160 країн за низкою індикаторів із бальною системою (від 1 до 5) через

опитування експертів, фахівців що мають досвід роботи в сфері логістики. За єдиним форматом для кожної країни формується база даних з визначеним рівнем ефективності роботи митних органів, якості інфраструктури, простоти організації міжнародних постачань товарів, компетентності та якості логістичних послуг, можливості відстеження вантажів, дотримання термінів постачань (рівень інтервалу). Увага до LPI з боку осіб, які визначають економічну політику зростає. Зокрема це стосується вимірювання впливу на розвиток взаємозв'язків в ланцюгу постачання. Даний індекс використовує Європейська комісія при формуванні системи оцінки ефективності транспорту та митного союзу ЄС. Хоча індекс LPI – це певний інструмент призначений для підвищення поінформованості та стимулювання інновацій, який дозволяє дізнатися про стримуючі фактори розвитку країн, здійснити моніторинг тенденцій та ступеню розвитку логістики в країнах світу.

Забезпечення поступового, пропорційного розвитку логістичної активності як інструменту впливу на економічне зростання країни потребує певних зрушень у функціонуванні перш за все митної сфери діяльності на підставі збільшення об'ємів переміщуваних через кордон товарів як наслідок зростання зовнішньоторговельного обороту в умовах глобалізації світової економіки.

Світовий досвід свідчить про необхідність встановлення основних критеріїв якості здійснення митних формальностей країнами, які прагнуть стати рівноправними учасниками економічних взаємовідносин. До них належать:

- спрощення митних процедур;
- прискорення митного оформлення;
- прозорість та передбачуваність дій митних органів для учасників зовнішньоекономічної діяльності;
- партнерський підхід у відносинах митних органів з учасниками зовнішньоекономічної діяльності, в тому числі створення ефективних процедур вирішення спірних питань.

Митна система України впроваджує європейські стандарти управління ризиками, що передбачає цілий комплекс заходів, які включають розширене застосування електронного декларування, запровадження

ІТ-рішень, автоматизацію ідентифікації партій товарів, спрощену процедуру визначення митної вартості. Так, у 2015 році митниці оглядали лише 3,5% товарів, що в 3,6 рази менше, ніж у 2014 році. Частка

визначення митної вартості товарів за ціною контракту наблизилась до загальноєвропейських стандартів – 83% .

Важливим напрямком у сприянні розвитку логістики в країні є спрощення механізму організації міжнародних поставок за рахунок створення найбільш оптимального бізнес-середовища через використання світового досвіду управління логістичним ланцюгом товароруку. Перш за все це пов'язано з вибором привабливих контрагентів, скороченням логістичних витрат, оптимізацією процесу доставки сировини, матеріалів, комплектуючих, напівфабрикатів тощо.

Крім того, це стосується сприяння подоланню бар'єрів у міжнародному постачанні та оптимізації руху фінансових та інформаційних потоків, що супроводжують процес постачання. Вибір каналу приналежності дозволяє характеризувати момент переходу прав власності на партію товару, що є предметом договорів купівлі-продажу на підставі використання базисних умов поставки Інкотермс-2010, які розробляються Міжнародною торговою палатою та мають статус міжнародного стандарту. Завдяки застосування цих правил кожна зі сторін бере на себе обов'язки з фізичної доставки, сплати певних операцій, а також ризики процесу товароруку. Цей факт засвідчує можливість конкретизації виконання обов'язків кожною стороною при вирішенні спорів в арбітражному порядку.

Суттєвою складовою системи оцінки активності логістичної діяльності є якість торгової та транспортної інфраструктури. Слід відмітити, що саме характеристики потенціалу країни з надання послуг транспортних вантажних перевезень формують привабливість країни як для іноземних інвесторів так й для національного бізнесу. У забезпеченні сталого розвитку економічних відносин, які стають все більш складними за кількістю учасників та механізмом здійснення, важливу роль відіграє транспорт. На даний момент транспортна логістика має багаторівневу складну структуру, а логістичні ланцюги вирізняються своєю довжиною та різноманітністю, залучаючи в процес доставки вантажу від виробника до кінцевого споживача різні види транспорту.

Транспорт на відміну від інших галузей господарства має лінійно-вузловий характер розміщення, що підтверджує специфічність його використання та набір операцій у портфелі послуг. Основними елементами територіальної структури є транспортні шляхи – магістралі , транспортні пункти – залізничні й автостанції, річкові й морські порти, аеропорти та вузли. Важливе значення для операцій перевезення мають також транспортні коридори. Це – політтранспортні магістралі (разом із

розміщеними вздовж них об'єктів транспортної інфраструктури), якими здійснюються перевезення.

Світовий ринок логістичних послуг сьогодні характеризується впровадженням аутсорсингу – цілеспрямованого відокремлення та передачі всіх або декількох функцій бізнес-процесу на виконання спеціалізованим організаціям – логістичним провайдерам. Застосування аутсорсингу в логістиці дозволяє підприємствам окрім зосередження уваги на основному виді діяльності та зменшенні капіталовкладень ще й отримати ресурси та технології, які недоступні всередині підприємства. Окрім того, отримати високоякісні сервісні послуги, гнучко реагувати на зміну ситуації на ринку, та як наслідок реалізувати конкурентні переваги.

Таким чином, сучасні тенденції розвитку економічних взаємовідносин між учасниками бізнес-процесів характеризується всебічним впровадженням системних структурних перетворень та пошуком нових можливостей ефективного використання потенціалу кожної країни, які базуються на підґрунті логістичного підходу до управління на всіх рівнях.

Впровадження логістичного підходу в процес формування інтегрованих ланцюгів поставок вантажів характеризується низкою факторів та чинників, які пов'язані з поширенням інноваційних технологій логістичної сфери, вдосконаленням логістичної інфраструктури, трансформацією засобів транспортних перевезень, складування, митного оформлення, інформаційного супроводження вантажних потоків.

Зростає увага до визначення об'єктивних методів достовірної оцінки стану логістичної активності національної економіки в умовах високого рівня світової конкуренції, оскільки саме цей фактор більш повно віддзеркалює рівень економічного розвитку країни в цілому.

Література

1. Алькема В.Г., Сумець О.М. Логістика: теорія та практика : навч. посіб. – К. : Професіонал, 2007. – 216 с.
2. Єгоров О.Б. Митна економіка. – О.: ПЛАСКЕ ЗАТ, 2005. — 224 с.
3. Кристофер М. Логістика та управління ланцюжками постачань / пер. з англ. В.С. Лукинського. – СПб. : Питер, 2005. – 316 с.
4. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування : підручник.– Львів : Вид-во Нац. університету «Львівська політехніка», 2006, – 292 с.

Ільченко Г.О., к.ю.н.,
старший викладач кафедри міжнародного приватного,

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

За даними щорічного рейтингу легкості ведення бізнесу від Світового банку Doing Business-2016, Україна піднялася одразу на 13 позицій, посівши 83 місце. Ключовою реформою, яка сприяла підвищенню рейтингу, є спрощення реєстрації бізнесу (зростання на 40 рядків) [1]. Але, не дивлячись на такі позитивні тенденції, сам процес державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності ще зарано називати досконалим. Слід зазначити, що в останні декілька років було внесено ряд змін і новел у законодавство, що регулює цей процес.

Так, суб'єкт господарювання підлягає державній реєстрації як юридична особа чи фізична особа – підприємець у порядку, визначеному Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» (далі – Закон) [2]. Дія цього Закону поширюється на державну реєстрацію всіх юридичних осіб незалежно від організаційно-правової форми, форми власності та підпорядкування, їхньої символіки (у випадках, передбачених законом), громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб – підприємців.

Відповідно до п. 4 ст.1 цього Закону державна реєстрація юридичних осіб, громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців (далі – державна реєстрація) – офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, засвідчення факту наявності відповідного статусу громадського об'єднання, професійної спілки, її організації або об'єднання, політичної партії, організації роботодавців, об'єднань організацій роботодавців та їхньої символіки, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу – підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій, передбачених цим Законом.

Відповідно до Наказу Міністерства Юстиції України від 09.02.2016 № 359/5 «Про затвердження Порядку державної реєстрації

юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи» державна реєстрація проводиться за заявою заявника шляхом звернення до суб'єкта державної реєстрації, нотаріуса [3].

Заявником може бути (п. 8 ч. 1 ст.1 Закону):

- засновник (засновники) або уповноважена ними особа – у разі подання документів для державної реєстрації створення юридичної особи;
- фізична особа, яка має намір стати підприємцем, або уповноважена нею особа – у разі подання документів для державної реєстрації фізичної особи підприємцем;
- фізична особа-підприємець або уповноважена нею особа – у разі подання документів для проведення інших реєстраційних дій щодо фізичної особи-підприємця.

Заява та документи для державної реєстрації можуть подаватися у паперовій формі або у електронній формі, крім випадків державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі, у зв'язку із зміною керівника юридичної особи, розміру статутного (складеного) капіталу (пайового фонду) або розміру частки кожного із засновників (учасників), а також інших випадків, передбачених законами.

У паперовій формі заява та документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. Заява про державну реєстрацію підписується заявником. У разі подання заяви для державної реєстрації поштовим відправленням справжність підпису заявника повинна бути нотаріально засвідчена.

У електронній формі заява та документи подаються заявником на порталі електронних сервісів (кабінет електронних сервісів [4]).

Відповідно до п. 14 ч. 1 ст. 1 Закону суб'єктом державної реєстрації юридичних осіб та ФОП можуть бути:

- виконавчі органи сільських, селищних та міських рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації, нотаріуси, акредитовані суб'єкти.
- виконавчі органи сільських, селищних та міських рад (крім міст обласного та/або республіканського Автономної Республіки Крим значення) набувають повноважень з державної реєстрації інших юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців відповідно до цього Закону у разі прийняття відповідною радою такого рішення.

Акредитованим суб'єктом може бути юридична особа публічного права, у трудових відносинах з якою перебуває не менше ніж три

державні реєстратори та яка до початку здійснення повноважень у сфері державної реєстрації уклала:

- договір страхування цивільно-правової відповідальності з мінімальним розміром страхової суми у тисячу мінімальних розмірів заробітної плати, встановленої законом на 1 січня календарного року;
- договір з іншим суб'єктом державної реєстрації та/або нотаріусом (у разі коли акредитований суб'єкт здійснює повноваження виключно в частині забезпечення прийняття та видачі документів у сфері державної реєстрації).

Акредитація суб'єктів та моніторинг відповідності таких суб'єктів вимогам акредитації здійснюються Міністерством юстиції України у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Відповідно до ст. 4 Закону державна реєстрація базується на таких основних принципах:

- 1) обов'язковості державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі;
- 2) публічності державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі та документів, що стали підставою для її проведення;
- 3) врегулювання відносин, пов'язаних з державною реєстрацією, та особливостей державної реєстрації виключно цим Законом;
- 4) державної реєстрації за заявницьким принципом;
- 5) прийняття документів для державної реєстрації та здійснення державної реєстрації за принципом екстериторіальності в межах України;
- 6) єдності методології державної реєстрації;
- 7) об'єктивності, достовірності та повноти відомостей у Єдиному державному реєстрі;
- 8) внесення відомостей до Єдиного державного реєстру виключно на підставі та відповідно до цього Закону;
- 9) відкритості та доступності відомостей Єдиного державного реєстру.

Проведення державної реєстрації регулюється Розділом IV Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань». Так, подання документів для державної реєстрації розкривається у ст. 14 цього Закону:

1. Документи для державної реєстрації можуть подаватися у паперовій або електронній формі.

У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням.

2. Якщо документи подаються особисто, заявник пред'являє свій паспорт громадянина України або тимчасове посвідчення громадя-

нина України, або паспортний документ іноземця, або посвідчення особи без громадянства, або посвідку на постійне або тимчасове проживання.

У разі подання документів представником додатково подається примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) документа, що засвідчує його повноваження.

3. Документи в електронній формі подаються заявником через портал електронних сервісів у порядку, визначеному Міністерством юстиції України в Порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи.

4. Документи в паперовій формі приймаються за описом, примірник якого в день їх надходження видається заявнику з відміткою про дату їх отримання та кодом доступу в той спосіб, відповідно до якого були подані документи.

Документи, що подаються для державної реєстрації, повинні відповідати таким вимогам (ст. 15 Закону):

1) документи мають бути викладені державною мовою та додатково, за бажанням заявника, – іншою мовою (крім заяви про державну реєстрацію);

2) текст документів має бути написаний розбірливо (машинодруком або від руки друкованими літерами);

3) документи не повинні містити підчищення або дописки, закреслені слова та інші виправлення, не обумовлені в них, орфографічні та арифметичні помилки, заповнюватися олівцем, а також містити пошкодження, які не дають змоги однозначно тлумачити їх зміст;

4) документи в електронній формі мають бути оформлені згідно з вимогами, визначеними законодавством;

5) заява про державну реєстрацію підписується заявником. У разі подання заяви про державну реєстрацію поштовим відправленням справжність підпису заявника повинна бути нотаріально засвідчена...

Форми заяв про державну реєстрацію затверджені Наказом Міністерства юстиції України від 06.01.2016 № 15/5 «Про затвердження форм заяв у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» [5].

Відповідно до ст. 18 Закону для державної реєстрації ФОП подаються такі документи:

1) заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем;

2) заява про обрання фізичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість за формою, затвердженою центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної податкової і митної політики, – за бажанням заявника;

3) нотаріально засвідчена письмова згода батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування – для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності.

Якщо документи подаються особисто, заявник пред'являє свій паспорт громадянина України або тимчасове посвідчення громадянина України, або паспортний документ іноземця, або посвідчення особи без громадянства, або посвідку на постійне чи тимчасове проживання.

У разі подання документів, крім випадку, коли відомості про повноваження цього представника містяться в Єдиному державному реєстрі, представником додатково подається примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) документа, що засвідчує його повноваження.

Забороняється вимагати додаткові документи для проведення реєстраційних дій, якщо вони не передбачені статтею 18 Закону.

Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, здійснюється щодо юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців – протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів.

Протягом цих 24 годин розгляд документів може бути зупинено або відмовлено у державній реєстрації.

Відповідно до ст. 27 Закону підставами для зупинення розгляду документів, поданих для державної реєстрації, є:

1) подання документів або відомостей, визначених цим Законом, не в повному обсязі;

2) невідповідність документів вимогам, установленим статтею 15 цього Закону;

3) невідповідність відомостей, зазначених у заяві про державну реєстрацію, відомостям, зазначеним у документах, поданих для державної реєстрації, або відомостям, що містяться в Єдиному державному реєстрі;

4) невідповідність відомостей, зазначених у документах, поданих для державної реєстрації, відомостям, що містяться в Єдиному державному реєстрі;

5) невідповідність реєстраційного номера облікової картки платника податків або серії та номера паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків, повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта) відомостям, наданим відповідно до статті 13 цього Закону;

б) несплата адміністративного збору або сплата не в повному обсязі;

7) подання документів з порушенням встановленого законодавством строку для їх подання.

Зупинення розгляду документів з підстав, не передбачених цією статтею, не допускається.

Розгляд документів зупиняється на строк, що становить 15 календарних днів з дати їх подання. Повідомлення про зупинення розгляду документів із зазначенням строку та виключного переліку підстав для його зупинення та рішення суб'єкта державної реєстрації про зупинення розгляду документів розміщуються на порталі електронних сервісів у день зупинення та надсилаються заявнику на адресу його електронної пошти.

У разі подання документів, необхідних для усунення підстав для зупинення розгляду документів, протягом встановленого строку розгляд документів поновлюється.

У разі поновлення розгляду документів обчислення строку розгляду документів, поданих для державної реєстрації, і проведення реєстраційних дій починається з дня подання документів, необхідних для усунення підстав для зупинення розгляду документів.

Документи, що потребують усунення підстав для зупинення розгляду документів, повертаються (видаються, надсилаються поштовим відправленням) заявнику не пізніше наступного робочого дня з дня надходження від заявника заяви про їх повернення.

Підстави для відмови у державній реєстрації ФОП перераховані ч. 2 ст. 28 Закону:

1) документи подано особою, яка не має на це повноважень;

2) у Єдиному державному реєстрі містяться відомості про судові рішення щодо заборони у проведенні реєстраційної дії;

3) не усунуто підстави для зупинення розгляду документів протягом встановленого строку;

4) наявні обмеження на зайняття підприємницькою діяльністю, встановлені законом;

5) наявність в Єдиному державному реєстрі запису, що фізична особа вже зареєстрована як фізична особа – підприємець.

Повідомлення про відмову у проведенні державної реєстрації повинно містити посилання на конкретну норму (пункт, статтю) законодавства із зазначенням, що саме порушено під час оформлення та подання документів, а також повинно бути зазначено, який саме пункт чи стаття поданого заявником документа (статуту, протоколу тощо) не відповідає нормам законодавства.

Відмова у державній реєстрації з підстав, не передбачених статтею 28 Закону не допускається.

Повідомлення про відмову у державній реєстрації із зазначенням виключного переліку підстав для відмови та рішення суб'єкта державної реєстрації про відмову у державній реєстрації розміщуються на порталі електронних сервісів у день відмови у державній реєстрації.

У разі відмови у державній реєстрації документи, подані для державної реєстрації (крім документа про сплату адміністративного збору), повертаються (видаються, надсилаються поштовим відправленням) заявнику не пізніше наступного робочого дня з дня надходження від заявника заяви про їх повернення. Після усунення причин, що були підставою для відмови у державній реєстрації, заявник може повторно подати документи для державної реєстрації.

За державну реєстрацію справляється адміністративний збір у такому розмірі:

1) 0,3 мінімальної заробітної плати – за державну реєстрацію змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі, крім внесення змін до інформації про здійснення зв'язку з юридичною особою – 410 грн.;

2) 0,1 мінімальної заробітної плати – за державну реєстрацію змін відомостей про прізвище, ім'я, по батькові або місцезнаходження фізичної особи – підприємця – 140 грн.;

3) 75 відсотків адміністративного збору, встановленого цією частиною, – за державну реєстрацію на підставі документів, поданих в електронній формі [6].

За виправлення технічної помилки, допущеної з вини заявника, справляється адміністративний збір у розмірі 30 відсотків адміністративного встановленого збору.

У разі відмови в державній реєстрації адміністративний збір не повертається.

Реєстраційна справа в паперовій формі зберігається у суб'єкта державної реєстрації за місцезнаходженням юридичної особи, фізичної особи – підприємця (щодо юридичної особи (крім громадського формування) та фізичної особи – підприємця – у виконавчих органах міської ради міст обласного та/або республіканського Автономної Республіки Крим значення, Київській, Севастопольській міських, районних, районних у містах Києві та Севастополі державних адміністраціях).

Суб'єкт державної реєстрації, який провів реєстраційну дію, протягом трьох робочих днів з дня її проведення надсилає документи, подані для проведення реєстрації, відповідному суб'єкту державної реєстрації, уповноваженому зберігати реєстраційні справи.

Згідно з ч. 2 ст. 58 ГК України відкриття суб'єктом господарювання філій (відділень), представництв без створення юридичної особи не потребує їх державної реєстрації.

Відомості про відокремлені підрозділи суб'єктів господарювання залучаються до її реєстраційної справи та включаються до Єдиного державного реєстру в порядку, визначеному законом.

Відповідно до ст. 15 Закону до оформлення документів, що подаються для державної реєстрації, висуваються наступні вимоги:

1) документи мають бути викладені державною мовою та додатково, за бажанням заявника, – іншою мовою (крім заяви про державну реєстрацію);

2) текст документів має бути написаний розбірливо (машинодруком або від руки друкованими літерами);

3) документи не повинні містити підчищення або дописки, закреслені слова та інші виправлення, не обумовлені в них, орфографічні та арифметичні помилки, заповнюватися олівцем, а також містити пошкодження, які не дають змоги однозначно тлумачити їх зміст;

4) документи в електронній формі мають бути оформлені згідно з вимогами, визначеними законодавством;

5) заява про державну реєстрацію підписується заявником. У разі подання заяви про державну реєстрацію поштовим відправленням справжність підпису заявника повинна бути нотаріально засвідчена;

6) рішення уповноваженого органу управління юридичної особи повинно бути оформлено з дотриманням вимог, встановлених законом, та відповідати законодавству;

7) установчий документ юридичної особи повинен містити відомості, передбачені законодавством, та відповідати законодавству;

8) установчий документ юридичної особи викладається у письмовій формі, прошивається, пронумеровується та підписується засновниками (учасниками) або уповноваженими ними особами;

9) установчі документи банків, інших юридичних осіб, які згідно із законом підлягають погодженню (реєстрації) відповідно Національним банком України, іншими державними органами, подаються з відміткою про їх погодження відповідним органом;

10) внесення змін до установчого документа юридичної особи оформляється шляхом викладення його в новій редакції;

11) передавальний акт (у разі злиття, приєднання, перетворення) та розподільчий баланс (у разі поділу або виділу) юридичної особи повинні відповідати вимогам, встановленим законом;

12) документи, видані відповідно до законодавства іноземної держави, повинні бути легалізовані (консульська легалізація чи проставлення апостиля) в установленому законодавством порядку, якщо інше не встановлено міжнародними договорами;

13) документ, викладений іноземною мовою, повинен бути перекладений на державну мову із засвідченням вірності перекладу з однієї мови на іншу або підпису перекладача в установленому законодавством порядку.

Форма заяви про державну реєстрацію юридичних осіб затверджена Наказом Міністерства юстиції України від 06 січня 2016 року № 15/5»Про затвердження форм заяв у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» [5].

Найменування юридичної особи повинно містити інформацію про її організаційно-правову форму (крім державних органів, органів місцевого самоврядування, органів влади Автономної Республіки Крим, державних, комунальних організацій, закладів, установ) та назву. Назва юридичної особи може складатися з власної назви юридичної особи, а також містити інформацію про мету діяльності, вид, спосіб утворення, залежність юридичної особи та інші відомості згідно з вимогами до найменування окремих організаційно-правових форм юридичних осіб, установленими Цивільним та Господарським кодексами України та цим Законом.

У найменуванні юридичних осіб забороняється використовувати:

- повне чи скорочене найменування державних органів або органів місцевого самоврядування, або похідні від цих найменувань, або

історичні державні найменування, перелік яких установлює Кабінет Міністрів України, – у найменуваннях юридичних осіб приватного права;

- символіку комуністичного та/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів, заборона використання яких встановлена Законом України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки»;
- терміни, аббревіатури, похідні терміни, заборона використання яких передбачена законом.

Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів. Державна реєстрація може проводитися у скорочені строки. Підстави, порядок та розмір плати за проведення державної реєстрації у скорочені строки встановлюються Кабінетом Міністрів України.

Підставами для зупинення розгляду документів, поданих для державної реєстрації передбачені у ст. 27 Закону. Розгляд документів зупиняється на строк, що становить 15 календарних днів з дати їх подання.

Також, за наявності підстав, що передбачені у ст. 28 цього Закону, може бути відмовлено у державній реєстрації.

З 07.05.2011 Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та фізичної особи – підприємця» [7] передбачено скасування свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та фізичної особи – підприємця та використання натомість виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Відповідно до ст. 25 та ст. 43 Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та фізичної особи – підприємця» не пізніше наступного робочого дня після отримання державним реєстратором від органів статистики, доходів і зборів, Пенсійного фонду України даних про взяття на облік юридичної особи, а також фізичної особи – підприємця державним реєстратором видається (надсилається поштовим відправленням з описом вкладення) засновнику або уповноваженій ним особі один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи та виписка з ЄДР [8].

Отже, за рахунок скорочення кількості процедур та часу реєстрації суб'єктів господарювання певним чином вдалось покращити рейтинг

України у Doing Business-2016. Проте ще залишається ряд позицій, що не сприяють веденню бізнесу. Серед них можна назвати «нелегкість» сплати податків, складну процедуру вирішення проблеми неплатоспроможності, складності у транскордонній торгівлі тощо. Тому для досягнення такого очікуваного економічного зростання потрібно не зупинятися на досягнутому, а продовжувати процес реформування не за ради реформування, а за для досягнення результату.

Література

1. Укрінформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrinform.ua/rubric-economics/1904817-doing-business-2016-ukrajina-pidnyalasya-u-reytingu-na-13-pozitsiy.html>
2. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : Закон України від 15.05.2003 № 755-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/755-15>
3. Про затвердження Порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи: Наказ Міністерства Юстиції України від 09.02.2016 № 359/5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0200-16>
4. Кабінет електронних сервісів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kap.minjust.gov.ua/>
5. Про затвердження форм заяв у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Наказ Міністерства юстиції України від 06.01.2016 № 15/5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0014-16>
6. Плата за проведення державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців. Міністерство юстиції України. Глобинське районне управління юстиції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://globyne.just.gov.ua/news/690/>
7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та фізичної особи – підприємця: Закон України від 07.04.2011 № 3205-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/3205-17>
8. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ebpz/120--ekologichniy-podatok/7939.html>

Індутний В.В., д-р. геол-мін. наук,

професор кафедри товарознавства та митної справи
Черняк Л.В., доцент, канд. техн. наук,
доцент кафедри товарознавства та митної справи,
Пірко́віч К.А., доцент, канд. техн. наук,
доцент кафедри товарознавства та митної справи,
Київський національний торговельно-економічний університет

ІДЕНТИФІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ І ВАРТІСТЬ ЮВЕЛІРНИХ ПРИКРАС В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ РИНКУ

Глобалізація світової економіки, міжнародна корпоратизація виробництв та інтеграція банківських систем стали головною причиною значного зближення культур різних народів, скорегували напрями їх розвитку, сприяли більш тісному взаємному інформаційному обміну, а також створили нові естетичні смаки і символізм. Вже відомі, а також череда ще не достатньо вивчених аспектів розвитку глобальної культури, мають панівний вплив на сучасне ювелірне мистецтво та масове виробництво ювелірних виробів. Протягом останніх п'яти – семи років асортимент ювелірних товарів стрімко змінювався, розширювався та набував нового символізму й змістовностей, а отже, знову виникає потреба у фаховому товарознавчому вивченні та переосмисленні наявних систем класифікування та оцінки ювелірних прикрас. Водночас ми вважаємо, що не варто скасовувати чи вдосконалювати вже існуючі та звичні для фахівців класифікаційні системи. Доцільно збільшити їх розмаїття та конкретизувати їх спеціалізацію для створення нових можливостей вирішення більш широкого кола практичних завдань.

Серед найбільш вагомих причин, які обумовили швидку еволюцію видів товарів на глобалізованому ринку ювелірних виробів особливу увагу привертають такі:

- поява необмежених можливостей для вивчення культурного спадку, традицій, обрядовості й національного символізму різних народів;
- поява надвеликих міжнародних виставок-ярмарків та конкурсних інституцій при них, які не тільки служать майданчиком для обміну ідеями, але й виступають потужними провайдерами на міжнародному ринку, що номінують кращі авторські розробки провідних майстрів, популяризують їх у засобах масової інформації, забезпечують доступність інформації про ці конкурси в інформа-

- ційних мережах й, нарешті, створюють передумови для появи тих чи інших нових тенденцій в світовій моді;
- поява в ювелірному мистецтві загальної тенденції до врахування й системного прогнозування особливостей розвитку моди на міжнародному рівні та намагання просувати ювелірні вироби у єдиному комплексі (тренді) з тенденціями розвитку моди одягу, взуття та усіх особистих аксесуарів;
 - поява нових способів ефективного просування талановитих авторів та компаній до найвищих показників популярності у найстисліші терміни;
 - розширення мереж торгівлі по усьому світу;
 - залучення нових банківських механізмів ф'ючерсного кредитування масового ювелірного виробництва та окремих художників-ювелірів у відповідності з тенденціями моди;
 - поява нових видів ювелірних прикрас для мобільних телефонів, автомобілів, галантерейних виробів та іншого;
 - поява можливості необмеженої міжнародної кооперації у виробництві ювелірних виробів;
 - повна доступність усього розмаїття відомих дорогоцінних каменів з усього світу у будь-якому виді огранювання;
 - повна доступність дорогоцінних металів та можливість використання їх у вигляді стандартизованих за пробою сплавів готових до виробництва;
 - доступність сучасного комп'ютерного обладнання для художнього проектування ювелірних виробів;
 - доступність сучасних технологій для виробництва.

У той же час, аналіз ринку ювелірних виробів, який ми здійснили у відповідності з раніше опублікованою методикою [1, 2], вказує на значне посилення конкурентної боротьби між наявними на ринку виробниками, а також між законодавцями моди, в результаті чого відбулося загострення тенденції до більш чіткої диференціації ювелірних виробів за ознакою роздрібних цінових показників (рис. 1). З'являються дуже дешеві ювелірні вироби, в яких мінімізовані витрати на дорогоцінні метали й коштовне каміння, а також дуже дорогі вироби, виготовлені майстрами, які спеціалізуються на створенні ювелірних творів мистецтва. Відтак нині існує поважна причина для побудування класифікації ювелірних виробів за ознакою їх вартості, адже вартість відзеркалює консолідовану якість.

Слід звернути увагу на те, що відносно низькі роздрібні вартісні показники на ювелірні вироби нині набули вирішального значення для просування ювелірних компаній на глобальний ринок, де переваги мають лише ті, хто має доступ до власних й відносно дешевих джерел сировини – дорогоцінних каменів та дорогоцінних металів з країн Азії та Африки. Тому велика кількість провідних ювелірних компаній є корпоративними інвесторами в родовища дорогоцінних каменів та металів по усьому світу, і це дозволяє їм вести гнучку цінову політику на власну продукцію та витримувати значні коливання біржових цін на дорогоцінні метали.

Найбільшими постачальниками ювелірних товарів на світовий ринок стали Індія та Китай, про що свідчать офіційні відомості асоціацій виробників цих країн.

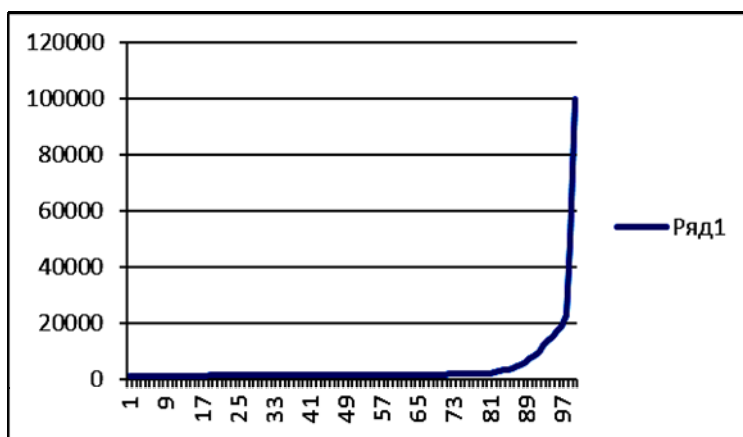


Рис. 1. Розподіл показників вартості ювелірних виробів на ринку України. Вісь ординат – вартість ювелірних виробів за штуку. Вісь абсцис – порядок вартості (ПВ) – порядковий номер окремої групи виробів в укладеній та проаналізованій авторами базі первинних даних. Інформація збиралася з інтернет сторінок українських виробників та торгових підприємств [3], а також джерел [4, 5, 6].

З поданого вище рисунка бачимо, що більша частина виробів (до 88%), яка представлена на ринку України, орієнтована на споживача з відносно низькими статками. Це пояснюється кризовим станом споживання товарів для задоволення гуманітарних потреб в цілому, адже гранично низькі доходи більшості громадян України автоматично впливають на ліквідність представленого на внутрішньому ринку

дорогого одягу, взуття, галантерейних виробів й ювелірних прикрас. Наявний стан речей у повній мірі віддзеркалюється в асортименті продукції українських виробників та дилерів іноземних компаній, які ретельно відслідковують обсяги продажу відповідних груп товарів та намагаються продавати те, що користується попитом.

Відтак, стає зрозумілим, що найбільшим попитом нині користуються дуже дешеві ювелірні вироби масового виробництва з золота та срібла – тоненькі ланцюжки, прості й тонкі шлюбні обручки, сережки, хрестики та обручки з не дуже дорогими каменями. Частина потенційних покупців віддає перевагу біжутерії, асортимент якої в наш час значно збільшився, а якість не поступається за естетичними оцінками ювелірним виробам.

Виходячи з описаного, усе розмаїття сучасних ювелірних виробів, що представлені на ринку України, можна поділяти на кілька товарознавчих груп за ознакою їх вартості й потенціалу ліквідності. Ми також вважаємо, що у вартісних показниках найкращим чином віддзеркалюється якість товарів, спрямованість на певний сектор споживання та загальний рівень задоволення гуманітарних потреб населення.

Така класифікація не суперечить традиційним системам, що описані в роботі з товарознавства [7]. Вона лише збільшує розмаїття наявних підходів до вивчення особливостей сучасного ринку відповідних видів товарів. Отже, враховуючи сказане, та фрагментуючи шкалу вартісних показників, що описані на рис. 1, ми пропонуємо розглянути такі п'ять груп ювелірних виробів:

Перша група. Її слід охарактеризувати як групу найдешевших або гранично дешевих виробів, яка нині охоплює більше 85 відсотків ювелірних прикрас на ринку України. Ці прикраси є найбільш доступними потенційному споживачеві й оцінюються у межах від 1050 до 2100 гривень (середня вартість – 1575 гривень), що нині віддзеркалює наявні фінансові можливості основної маси громадян України. Доречно відмітити, що ця цифра становить приблизно 3% середньої річної заробітної плати в 2015 році, яку, за даними Міністерства фінансів України, визначено на рівні 1514,64 гривень [8].

Основна маса ювелірних виробів, які успішно продаються на ринку України, – це тиражовані дешеві й прості вироби для задоволення гуманітарних потреб переважної частини населення – шлюбні обручки, прості каблучки та сережки, ланцюжки, хрестики й інше.


Собівартість таких виробів, які виготовляються досить великими тиражами, залежить переважно від вартості дорогоцінних металів. У

якості вставок використовують синтезовані камені або спеціальне скло. При виготовленні цих прикрас не застосовують складних технологій, а виробничі витрати максимально мінімізують. Цей висновок легко зробити, приймаючи до уваги вартість золота, пробу та вагу виробу.

У якості прикладу пропонуємо розглянути ювелірний виріб, що реалізується в торгівельній мережі gold.ua (табл. 1).

Таблиця 1

Золота обручка з фіанітом

Зображення предмета	Характеристика
	<p>Золота обручка зі вставкою фіаніта (діамантове огранювання). Метал – золото 585⁰. Колір металу – червоний. Вага – 1,08 г. Тип обручки – солітер. Ширина – 3 мм. Шинка – 2 мм. Висота – 8 мм. Вартість 1281 грн.</p>

Вивчаючи цей виріб, зазначимо, що вартість використаного у ньому золота (згідно з даними Національного банку України про вартість золота станом на 7 вересня 2016 року) становить – 1,08 x 0,585 x 1142,77 = 722,00 гривні. Для таких виробів вартість каменя враховується за ціною вартості золота. До вартості матеріалів додається вартість виробничих та накладних витрат (яка, за інформацією виробників, становить близько 200 гривень на одиницю продукції), вартість операції клеймування та торгівельна надбавка. Крім того, виробник повинен вкладати у кінцеву ціну готового виробу свою додану вартість, з якої формується прибуток. Отже, стає зрозумілим, що виправданість виробництва дешевих ювелірних виробів першої групи цілком залежить від їх тиражованості й можливостей швидкої реалізації, адже низька прибутковість виробництва може бути виправданою лише за умови швидкого обігу капіталу.

Загальні ідентифікаційні ознаки ювелірних виробів першої групи – вага – 1–3 грами, невисока пробність металу (375, 585 проба), відсутність дорогих каменів, відсутність ознак застосування складних технік виготовлення (лише лиття, полірування та закріпка невеликої кількості каменів).

Такі ювелірні вироби не можуть бути предметом експорту в більш заможні країни й служать задоволенню гуманітарних потреб на

внутрішньому ринку. Вони не мають високих естетичних якостей й не відзначаються яскравими дизайнерськими рішеннями.

Друга група ювелірних виробів – це вироби, розраховані на споживачів з порівняно високими статками (так званий «середній клас»). Вартість таких виробів коливається у інтервалі від 2100 до 10000 гривень за взірець (середня вартість 6060 гривень). З поданого вище рисунка бачимо, що таких споживачів на території України не більше 10–12% від загальної кількості потенційних покупців ювелірних прикрас. Такі вироби теж є сенс називати масовими, однак вони характеризуються наявністю вставок з кольоровими дорогоцінними каменями та маленькими діамантами (до 0,2 карати), мають ускладнені конструктивні особливості й часто супроводжуються відомостями про високий рівень популярності виробника, його торгової марку та участь у міжнародному ринку. Асортимент виробів широкий й охоплює усі наявні нині групи.

В табл. 2 наведено приклад ювелірного виробу другої групи вартості, представлений на сайті торгової мережі gold.ua.

Таблиця 2

Обручка з коштовними каменями та діамантами

Зображення предмета	Характеристика
	<p>Жіноча золота обручка з танзанітами та діамантами. Метал – золото 585⁰. Колір металу – червоний. Вага – 2,67 г. Вставки – 8 діамантів. Колір вставки – білий. Група кольору – 3. Група чистоти – 4. Вага – 0,044 карат. Форма вставки – круг. Вставки – 8 танзанітів. Колір вставки – фіолетовий. Вага – 0,33 карат. Форма вставки – круг. Вставка – 1 танзаніт. Колір вставки – фіолетовий. Вага – 0,305 карат. Форма вставки – круг. Вартість 8385 грн.</p>

Ювелірні вироби другої групи вирізняються від першої наявністю окремих ознак стилістичної приналежності до широко відомих взірців

ювелірного мистецтва, а також наявністю ознак реалізації художнього задуму.

Для виготовлення ювелірних виробів другої групи потрібно здійснювати складні операції лиття та полірування, пов'язані зі складними формами. Значних витрат часу потребують операції з комплектації та закріпки каменів. Ювелірні вироби цієї групи також виготовляються з золота низьких проб. Їх вага не перевищує 10 грамів. Більша частина ваги приходить на дорогоцінні камені та їх симулянти.

Подеколи наявність дорогоцінних каменів замінюють більш складними техніками реалізації художнього задуму – філігрань, складна поверхнева обробка металів, гравірування тощо. Водночас вироби не концентрують у собі дуже дорогих кольорових каменів й великих діамантів, залишаючись у визначених цінових інтервалах.

В цілому такі ювелірні вироби, виготовлені в Україні, можуть бути предметом експорту, однак, у дуже обмежених обсягах, оскільки не витримують конкуренції за ознакою співвідношення якості до вартості.

Третя група ювелірних виробів – це твори ювелірного мистецтва, виготовлені у одному екземплярі або дуже обмеженим тиражем (від п'яти до десяти екземплярів). Обмеженість тиражу пояснюється тим низькою ліквідністю таких виробів, а також пов'язаними з цим слабкими темпами обіговості капіталу.

Вартість такої роботи складається не тільки з вартості витрат на виробництво, а й включає суттєві витрати на художнє проектування (яке, наприклад, може нині мати вартість від 25 000 гривень і більше), реєстрацію прав інтелектуальної власності. Можуть мати й місце й інші додаткові витрати (підтримання патентів, корпоративні зобов'язання та інше). Прослідковується також тісний зв'язок вартісних показників з рівнем визнання художника-ювеліра та його місцем в загальному процесі формування сучасних смаків споживачів й моди в цілому. Цей фактор вважається провідним.

Пойменовані вироби оцінюються від 10 до 180 тис. гривень. Вартість матеріалів, з яких виготовляють такі ювелірні вироби, не перевищує 10 – 20% від рівня роздрібною ціни.

Критерії для товарознавчої ідентифікації таких виробів та виділення їх з системи споріднених є такими: наявність іменника відомого на національному рівні майстра, відсутній або обмежений тираж, наявність ознак дотримання авторського стилю та наявність художньої ідеї (образу), який легко упізнається спостерігачем. Для таких виробів

характерні ознаки застосування високих та нових технологій в проектуванні та фізичній реалізації прикраси.

Як правило, при виготовленні ювелірних виробів третьої групи, виробник намагається просувати авторський стиль та акцентувати на суттєвих відмінностях його від добре відомих «класичних» мотивів у ювелірному мистецтві, генерувати нові тенденції у розвитку сучасного ювелірного мистецтва. Вага виробів набагато більша від виробів першої та другої груп та подеколи становить до 20-30 грамів. Використовується біле й жовте золото високих проб або платина. Дорогоцінні камені мають країну походження та характеризуються високою якістю за ознаками чистоти та насичення кольору.

В табл. 3 представлено зрізець ювелірного виробу відомої в Україні та за її межами ювелірної компанії «Zarina» та його короткий опис (фото з сайту компанії).

Таблиця 3

Обручка з коштовними каменями та діамантами компанії «Zarina»

Зображення предмета	Характеристика
	<p>Вага – 7,41 г. Вставки – діамант, сапфір. Метал – золото 585⁰. Колір металу – білий. Діамант 6-Кр57-0,32-4/6А Сапфір син 92-Круг-1,5 Т(5)/3С Колекція – дорогоцінна скарбничка. Вартість – 57900 грн.</p>

Четверта група ювелірних виробів – це виключно одиничні авторські твори високого ювелірного мистецтва, які характеризуються усіма ознаками притаманними третій групі, але також вже набули історичної та загальнокультурної цінності й увійшли до загального культурного спадку ювелірного мистецтва. Вони виготовлені широко відомими майстрами та були номінованими вищими відзнаками на все-світньо відомих міжнародних конкурсах або причетні до життя відомих особистостей, історичних подій тощо. Такі ювелірні вироби, як правило, коштують значно більше виробів, описаних третьою групою, незалежно від того, якою була вартість матеріалів, з яких вони виготовлені. Їх слід розглядати виключно індивідуально як пам’ятки культури (або визначні

твори ювелірного мистецтва), а також оцінювати згідно з відповідними регламентами [9, 10], які передбачають повний облік та врахування поїменованих видів інформації.

В табл. 4 подано приклад такої ювелірної прикраси.

Таблиця 4

Обручка з коштовними каменями та діамантами

Зображення предмета	Характеристика
	<p>Авторський витвір ювелірного мистецтва – обручка «Австралійська ніч», створена в 2012 році за проектом відомого українського дизайнера, ювеліра, члена Спілки дизайнерів України Станіслава Дрокіна.</p> <p>Брутто розміри ювелірної прикраси 40x 29 мм, висота – 33 мм, загальна вага предмета – 32,87 г.</p> <p>Матеріали: золото, діаманти, дорогоцінні камені, а також австралійський опал.</p> <p>Жовте золото 750⁰ – 25,78.</p> <p>Andamooka Matrix Opal – 31,01 x 23,34 x 5,97 мм.</p> <p>Діаманти чорні – 413.</p> <p>Смарагди – 24.</p> <p>Цаворити – 42.</p> <p>Сапфіри сині – 34.</p> <p>Сапфіри помаранчеві – 58.</p> <p>Сапфіри жовті – 24.</p> <p>Ювелірна прикраса брала участь в національному та міжнародних конкурсах ювелірного мистецтва, де отримала найвищі оцінки журі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – переможець конкурсу «Найкраща ювелірна прикраса року», номінація «Найкращий перстень», приз «Золоте сузір'я» (Україна, Київ, 2012 р.); – лауреат конкурсу «Русская линия – 2012», номінація «Высокое ювелирное искусство» (Росія, Москва, 2012 р.); – приз переможця в міжнародному конкурсі «Центуріон», нове дизайнерське ім'я в США (Centurion Emerging Designer Awards Competition, Скоттсдейл, 2014). <p>Прогнозована стартова вартість виробу при продажу з аукціону на території України – 1 550 991 грн.</p> <p>(Інформація надана експертною компанією ТОВ «АртАналітікс»).</p>

До четвертої групи слід також віднести антикварні ювелірні вироби та прикраси, причетні до історичних подій, видатних особистостей та широко відомих й визначних колекцій. Ці прикраси не завжди

демонструють найвищі якості у сучасному розумінні вимог до ювелірних виробів, що виявляється в недосконалому підборі та огранюванні коштовних каменів, наявності незначних технічних вад та інше. Однак, вони розглядаються виключно як культурний спадок світового ювелірного мистецтва певного часу й не пов'язуються з сучасним високим ювелірним мистецтвом.

В табл. 5 подано приклад такої прикраси – вотивний хрест з застібкою, створений в кінці XIX – на початку XX століття на високому художньому та технічному рівнях за індивідуальним проектом – на замовлення – про що свідчить наявність портретних зображень. На портретах зображена імператриця Євгенія – дружина Франца Йосипа – імператора Австрійської імперії. Прикраса виготовлена з дотриманням традицій високого європейського ювелірного мистецтва відповідного часу та класичних християнських пропорцій й, вочевидь, має причетність до важливої події.

Таблиця 5

Вотивний хрест з коштовними каменями та діамантами

Зображення предмета	Характеристика
	<p>Матеріали: золото, срібло, мідь та дорогоцінні камені. Виріб орнаментований довільно ограненими діамантами (загальна кількість 150 штук). Присутні також 11 огранених смарагдів, а також морські перли (50 штук). Перли, що представлені у прикрасі, двох типів. Перший – це недорогі перли з розмірами 3-6 мм у діаметрі, довільної форми (барочні) з отворами. Другі – круглі перли високої якості без отворів й підібрані за діаметром від 1 до 2 мм.</p> <p>Висота прикраси – 120 мм; ширина – 93 мм. Вага – 50,5 г. Клейма виробника та пробіра відсутні.</p> <p>Прогнозована вартість при вільному продажу – 50 000 000 грн.</p> <p>(Інформація надана експертною компанією ТОВ «АртАналітікс»).</p>

П'ята група ювелірних виробів – це також унікальні об'єкти, які оцінюються за найвищими показниками вартості, але їх цінність не має нічого спільного з традиціями високого ювелірного мистецтва й пов'язується лише з дуже дорогими й унікальними каменями – великими діамантами, сапфірами, рубінами, унікальними австралійськими та мексиканськими опалами та інше. Такий виріб є лише оправою до дуже

дорогого каменя й прекрасною публічною презентацією окремих особистостей у їх заможності та знаності на коштовностях. Приклад таких виробів приведений в табл. 6.

Таблиця 6

Золотий чоловічий перстень

Зображення предмета	Характеристика
	<p>Золотий чоловічий перстень має іменник виробника «TENZO» та дві проби «585» і «925», що свідчить про використання двох металів, відповідно, золота 585 проби та срібла 925 проби. Загальна вага виробу 16.036 г.</p> <p>Характеристики природного бірманського сапфіра описані у сертифікаті, виданому гемологічною лабораторією Токіо (сертифікат є важливою складовою супровідної інформації про виріб), у якому зазначені ідентифікаційні характеристики – колір, якість огранювання й чистота каменя.</p> <p>Розміри дорогоцінного каменя (12,74x13,15x 6,45 мм) та його вага – 10,19 карата.</p> <p>Прогнозована вартість сапфіра – 899250,38 доларів США .</p>

Таким чином, представлені вище описи окремих товарознавчих груп ювелірних виробів різної складності та приведені приклади вказують на можливість швидкої товарознавчої ідентифікації якості та попереднього прогнозування їх вартості при прийнятті важливих рішень уповноваженими особами щодо необхідності проведення усього комплексу подальших експертних та оціночних робіт. Такий підхід є корисним при проведенні візуальних експертиз працівниками митних органів та органів слідства.

На рис. 2 перша група ювелірних прикрас описується цінovими інтервалами, позначеними на осі абсцис цифрами 1–3. Друга група ювелірних виробів описується цінovими інтервалами, позначеними цифрами 3–4. Третя група ювелірних прикрас описується інтервалами, позначеними цифрами 4–9. Четверта та п'ята групи ювелірних виробів на рисунку не відображені, адже їх вкрай мало й вони не можуть бути описаними за допомогою традиційних статистичних моделей вивчення ринку.

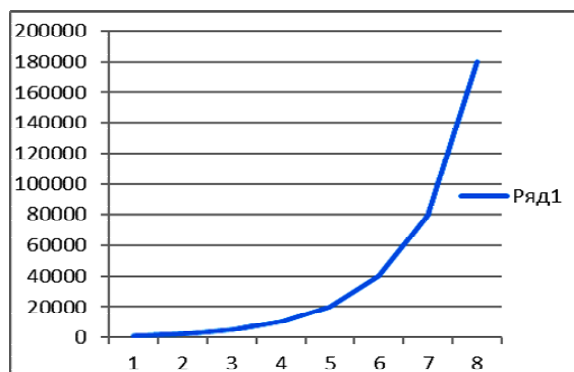


Рис. 2. Теоретично обрховане (за методом найменших квадратичних відхилень К.Ф. Гауса) співвідношення вартісних показників на ювелірні вироби у гривнях за штуку (вісь ординат) та виділених вище товарознавчих груп. Вісь абсцис – вартісні інтервали, що описуються відповідними групами.

Вивчаючи поданий графік видно, що емпірично виявлена тенденція добре описується формально за допомогою рівняння:

$$C = 2^{(x \cdot 1,014 + 9,24)}$$

де, x – виділений інтервал на осі абсцис;

коефіцієнт кореляції до спостережених даних за К. Пірсоном – 0,99.

Отже, вартість ювелірних прикрас, що нині представлені на ринку України, може вважатися добре прогнозованим параметром за наявності повної та достовірної інформації про їх основні товарознавчі ідентифікаційні характеристики.

В результаті проведених досліджень ми переконалися в тому, що вимоги переважної кількості споживачів задовольняються на основі дешевих ювелірних виробів, вартість яких більш як на половину залежить від вартості дорогоцінного металу, з якого вони створені. Такі вироби можуть розглядатися як об'єкт довгострокових інвестицій за умови зростання цін на дорогоцінні метали.

Вироби другої й третьої груп не можуть розглядатися як об'єкти для вкладення фінансів, адже їх ринкова ціна в недостатній мірі залежить від ринкових цін на дорогоцінні метали. Ці вироби виготовляються на замовлення.

Вироби четвертої групи можуть стати предметом прибутку в майбутньому, але лише у якості авторських мистецьких творів й за умови широкої популяризації авторського доробку.

Література

1. Індутний В.В. Ринки культурних цінностей: Порівняльний аналіз / В.В. Індутний // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2014. – №1. – С. 19–27.
2. Індутний В.В. Оцінка пам'яток культури / В.В. Індутний. – К. : СПД Моляр С.В., 2009 – 537 с.
3. Електронні ресурси: www.gold.ua/; www.diamant.kiev.ua; zarina.ua/ua; www.zolotoyvek.ua; goldenmarket.com.ua; www.3carata.com.ua/
4. Ювелірне мистецтво України. – К.: ТОВ «Київський міжнародний контрактний ярмарок, 2013. – 241 с.
5. Шмагало Р. Художній метал України ХХ – ХХІ ст.: Енциклопедія художнього металу / Р. Шмагало. – Львів: Львівська національна академія мистецтв, 2015 – Т. II. – С. 156, 161, 177, 215.
6. Ювелирное обозрение. Каталог: зима, весна 2013. – 2013. – 58 с.
7. Артюх Т.М. Товарознавча експертиза ювелірних коштовностей. Теорія та практика : монографія / Артюх Т.М. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 303 с.
8. Електронний ресурс: <http://index.minfin.com.ua/index/average/>
9. Індутний В.В. Застосування функції розподілу Лоренца в товарознавстві / В.В. Індутний // Товари і ринки. – 2015. – № 2 (20). – С. 168–178.
10. Індутний В.В. Формула Ральфа Хартлі й прогнозування вартості пам'яток культури / В.В. Індутний // Культура і сучасність: альманах. – 2014. – № 2. – С. 70–78.

Кизименко І. О.,
канд. іст. наук, доцент
доцент кафедри філософських та соціальних наук
Київський національний торговельно-економічний університет

ТОРГІВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ОСВІТА В УКРАЇНІ (1965– 1991 РР)

Період 1965–1991 рр. є одним із складних і суперечливих. У політичному житті української республіки він характеризувався відмовою від гасла «будівництва комунізму» на невизначений термін, а натомість продовжувалося будівництво «суспільства розвиненого соціалізму». У межах даного періоду – в 1985–1991 рр. – відбувалася «перебудова», яка проголошувала в управлінні демократизацію, гласність, консенсус та плюралізм думок, характеризувалася здебільшого появою нових яскравих гасел та відсутністю конкретних корисних справ.

Після повоєнної відбудови народного господарства з кінця 50-х років у країні розпочався динамічний розвиток промисловості і сільського господарства, збільшувалося виробництво товарів народного споживання, зростала купівельна спроможність населення. Все це сприяло розширенню торгівлі на селі, а отже і зростанню обсягів господарської діяльності споживчої кооперації. Так, за 1959–1965 роки товарообіг споживчої кооперації України зріс на 85,3 відсотка. Значно збільшилися обсяги заготівлі сільськогосподарських продуктів та сировини. Впродовж тільки цих семи років у селах і районних центрах було відкрито понад 12 тисяч крамниць. Мережа підприємств громадського харчування зросла в 2,1 раза. В цей же період споживча кооперація збудувала 38 консервних заводів, внаслідок чого потужність консервного виробництва зросла в 6,6 раза, що, по суті, означало створення нової галузі господарства не тільки кооперації, а й економіки в цілому. В 50–70-х роках ХХ століття споживча кооперація України перетворилася в досить могутню галузь господарської діяльності, а її статутний капітал і фонди виробничих підприємств становили четверту частину обсягів кооперативної галузі всього Союзу.

Динамічний екстенсивний розвиток споживчої кооперації потрібно було поєднати з якісними змінами в організації та ефективності кооперативного господарювання, поліпшенням якості торговельного обслуговування населення і діяльності закладів громадського харчування. Саме такі завдання ставилися перед кооперативними товариствами і спілками на зборах Ради Центроспілки СРСР у листопаді 1958 року, рішеннями яких вони зобов'язувалися здійснити заходи з поліпшення культури торгівлі на селі, зі спеціалізації магазинів та із впровадження прогресивних форм торгового обслуговування населення.

Істотні зміни відбувалися в організації гуртової торгівлі. Полтавська, Черкаська, Львівська, Харківська, Дніпропетровська та інші обласні споживчі спілки налагодили безпосередні зв'язки з промисловими підприємствами – виробниками швейних виробів, взуття, тканин та інших непродовольчих товарів.

Разом зі зростанням у 1,5 раза обсягів діяльності споживчої кооперації України у 1959–1965 роках зросла й чисельність її працівників. Більшість їх – 216,5 тисячі – була зосереджена в торгівлі. На виробничих підприємствах працювало 88,5, у громадському харчуванні – 60,2, у заготівлях – 33,7 тисячі чоловік.

Для забезпечення зростаючих потреб споживчих товариств і спілок, їхніх підприємств і організацій в освічених фахівцях, які були б здатні забезпечити виконання завдань, що ставилися перед споживчою кооперацією, в ці роки в системі Укоопспілки було відкрито коопера-

тивні технікуми в Донецьку, Харкові, Сімферополі, Києві та Сумах. Зростав випуск підготовлених цими навчальними закладами фахівців. Якщо в 1958 році вони випустили 2 970 молодших спеціалістів – товарознавців, економістів, бухгалтерів, технологів, то в 1965-му вже було підготовлено 9 380 таких фахівців, або в 3,2 раза більше. Завдяки цьому кількість спеціалістів у споживчій кооперації України із середньою спеціальною освітою збільшилася за сім років у 3,7 раза і перевищила 1965-му 44 тисячі осіб. Поліпшувався і якісний склад управлінських працівників і фахівців вищої ланки, але він був явно недостатнім. Якщо в 1958 році в споживчій кооперації республіки працювало 2,2 тисячі спеціалістів з вищою освітою, що становило 0,6% від загальної чисельності працівників, то в 1965-му їхня чисельність зросла у 2,7 раза, а питома вага склала 1,17 відсотків. У споживчій кооперації окремих областей України на тисячу працівників припадало лише 10–13 фахівців з вищою освітою. Дещо кращими показники були в Закарпатській, Львівській, Івано-Франківській, Тернопільській та інших областях, розташованих ближче до Львівського торговельно-економічного інституту.

Зростання обсягів діяльності споживчої кооперації та висування щедалі вищих вимог до рівня комерційної, правової, фінансово-економічної роботи стали гальмуватися через відсутність необхідної кількості фахівців та управлінських кадрів, які могли б успішно вирішувати науково-технічні, організаційні та фінансово-господарські проблеми, що поставали з тогочасним розвитком споживчої кооперації. Було очевидним, що навіть розширена мережа кооперативних технікумів, які почали діяти в усіх обласних центрах України, не могла задовольнити потреби споживчих товариств і спілок у фахівцях вищої кваліфікації, які могли б вирішувати не тільки складні господарські питання, а й стати організаторами подальшого розвитку споживчої кооперації. Слід наголосити, що в 50–60-і роки, коли після повоєнної відбудови народного господарства споживча кооперація розвивалася високими темпами й динамічно збільшила обсяги свого господарювання, саме кооперативне господарювання за технологіями і рівнем технічного забезпечення перетворювалося в різновид індустріальної галузі виробництва зі зростаючими внутрісистемними й позасистемними господарськими зв'язками. Тому відсутність потрібної кількості товарознавців, інженерів-технологів, бухгалтерів, економістів з вищою освітою не дозволяла забезпечити належну господарську ефективність та подальший розвиток кооперативної галузі. Таких фахівців у той час для споживчої кооперації в Україні готував

лише Львівський торговельно-економічний інститут (ЛТЕІ), який підпорядковувався Центроспілці СРСР. У зв'язку з віддаленістю ЛТЕІ та низьким рівнем життя населення в цьому регіоні тоді мало навчалось вихідців зі центральних, східних і південних областей України, а направлені для роботи у споживчі товариства і спілки цих областей випускники львівського вишу, які переважно були уродженцями західних областей, надовго там не затримувалися. Та й направлялося їх дуже мало. Ось чому на початку 60-х років на порядку денному стало питання про відкриття в регіонах кооперативних інститутів.

Після приходу в середині 1960-х років до влади нового керівництва на чолі з Л. Брежнєвим в СРСР відбулася низка економічних реформ. Їх автори не ставили собі за мету докорінну перебудову радянської економічної системи. Партійна правляча еліта планувала провести лише її корекцію без структурних змін соціалістичного фундаменту. Ці реформи обмежилися прийняттям радянським урядом низку постанов, що стимулювали господарську ініціативу на місцях. Проте ці заходи стали значним поштовхом для росту радянської економіки. Кінець 1960-х – початок 1970-х років – період максимальних темпів зростання народного господарства. Це слугувало передумовою до активного розвитку споживчої кооперації, яка досягла свого максимуму в кількісних та якісних показниках за весь час існування радянської влади в УРСР.

Після того як місто Сталіно було перейменоване в місто Донецьк, з'являється Донецький інститут радянської торгівлі (ДІРТ). Так почався його «донецький період». Починаючи з 1960 року Донецький торговельний інститут активно відкриває свої філії у багатьох містах України (Сімферополь, Керч, Харків, Київ, Одеса, Львів, Запоріжжя, Кривий Ріг, Луганськ).

Згодом на базі цих філій були створені Київський торгово-економічний університет, Харківська академія технології та організації харчування, Криворізький інститут народного господарства, Керчинський інститут рибного господарства.

У 1966 р. був організований учбово-обчислювальний центр, де всі роботи виконувалися на електронній машині «НАІРА». На цей час у деяких містах України були створені філіали ДІРТ, зокрема у Києві, Одесі, Кривому Розі, Ворошиловграді, Сімферополі, Запоріжжі та Львові.

У 60-х – 70-х рр. у вузі формуються власні наукові школи, якими керували: професор Ф.Д. Фесенко – автоматизована обробка економічної інформації у торгівлі; професор А.А. Шпіг – дослідження теоретико-методологічних проблем контролю у торгівлі; професор В.Л. Вербер, який

очолював єдину в Східній Україні наукову школу статистики торгівлі; професор В.Б. Тилкін – дослідження асортименту продовольчих товарів лікувального і профілактичного призначення та інші.

У 1970 р. за успіхи в підготовці фахівців і у зв'язку з 50-річчям від дня заснування ДІРТ було нагороджено грамотою Президії Верховної Ради Української РСР.

Незабаром, після переїзду до Донецька, в ДІРТ відкривається Університет культури, який охоплює 400 слухачів. Мета відкриття – виховання у студентів почуття прекрасного. Також починають функціонувати Народний університет торгівлі, Народний університет громадського харчування, факультет громадських професій, факультет комуністичного виховання.

У 60-х рр. в ДІРТ працювало шість гуртків художньої самодіяльності: близько 200 студентів брало участь у хоровому і танцювальному колективах, у духовому та естрадному оркестрах, у студентському театрі естрадної мініатюри.

Нової форми набули вечори відпочинку. Вони стали проводитися в інститутському молодіжному кафе «Студентський вогник» за чашкою кави, з участю студентів інших вузів, а також представників літератури і мистецтва м. Донецька.

У 70-х рр. проводяться заходи, направлені на підвищення загального культурного рівня студентів та формування у них естетичного смаку. Сюди можна віднести виступ перед вузівським колективом артистки кіно С. Світличної в 1974 р., проведення новорічного карнавалу з подальшою його трансляцією по телебаченню, вечорів, присвячених творчості А. Пугачової, пісням Великої Вітчизняної війни та інше. У 1972 р. в інституті починає працювати Народний університет культури: створені раніше три народних університети були об'єднані в один – Народний університет торгівлі.

Вихованню у студентів сумлінного ставлення до своїх обов'язків сприяли договори про співдружність з передовими виробничими колективами. У 1973/74 навчальному році сто відсотків навчальних груп заключили такі договори з передовими виробничими колективами міста. Серед них бригада робітників забою шахти ім. Абакумова, очолювана Героєм Соціалістичної Праці, депутатом Верховної Ради УРСР В.М. Пихтеревим, бригада ділянки ВКР шахти ім. Горького, колектив універмагу «Білий лебідь» та інші. Традиційними формами співробітництва студентства інституту з виробничими колективами стали: проведення спільних комсомольських активів, суботників, вечорів відпо-

чинку. У результаті почала зростати суспільно-політична активність студентів.

Досвід роботи ДПРТ у цьому напрямі був узагальнений ЦК Комсомолу України і знайшов відображення на сторінках газет «Комсомолец Донба-су», «Молодь України», «Радянська торгівля». Невід'ємною частиною студентського життя був третій трудовий семестр. Кожен рік кілька груп приїздило до колгоспів і радгоспів області для надання допомоги при збиранні врожаю. У середині 60-х років в інституті зароджуються перші будівельні загони. Активну участь у їх створенні приймали студенти товарознавчого факультету В.А. Нечай, І.Х. Баширов, В.Т. Яцишин та інші.

У подальшому, аж до 1991 р., студентські будівельні загони працювали в Росії (м. Тюмень), Калмикії, Молдавії. Існували також обмінні загони, що працювали за кордоном, зокрема в Польщі.

Деякі студентські колективи залишалися влітку у Донецьку і працювали за прилавком магазинів. Про позитивні аспекти такого досвіду неодноразово писали міські газети, акцентуючи увагу на тому, що майбутні спеціалісти торгівлі закріплюють теоретичні знання на практиці, а також навчаються рахувати державну копійку і спілкуватися з покупцями.

Починаючи з 1987 року у структурі штату студентських будівельних загонів ДПРТ відбувалася постійна реорганізація. Передвісником ринкових умов господарювання був створений в м. Києві студентський центр сервісу (СЦС). Саме на базі торгівельного інституту вперше у Донецькій області було створено подібну структуру. Однією із перших у Донецьку вона отримала право самостійно вести господарську діяльність. Окрім традиційних форм будзагонівського руху, у вузі створювалися тимчасові трудові колективи з числа викладачів, що виконували наукові розробки на замовлення підприємств. Було створене молодіжне госпрозрахункове об'єднання «Меркурій» (директор С.М. Шестов). На початок 90-х років будзагонівський рух зовсім припинив своє існування.

У роки перебудови керівництвом вузу була зроблена спроба створити нову модель взаємовідносин між теорією і практикою. У процесі навчально-виховної роботи виявляли студентів з яскраво визначеними рисами керівника і відповідно до цього їм підбирали посаду на період проходження виробничої практики.

Інтернаціональне виховання було пов'язане в першу чергу з іноземними студентами. І якщо в 50-х роках їх було не більше двох десятків, то в наступні роки і до 1991 року контингент іноземців нара-

ховував 150–200 чоловік. У вузі навчалися громадяни із 68 країн світу, які представляли Африку, Азію, Латинську Америку, Близький Схід. У 1978 році був створений факультет з роботи з іноземними студентами, а з травня 1979 р. в гуртожитку почав діяти інтерклуб «Співдружність», який набув великої популярності серед іноземних та радянських студентів. Влітку та восени іноземні громадяни працювали в будівельних загонах і на сільськогосподарських роботах.

Серйозних успіхів було досягнуто в розвитку спорту. Якщо в харківський період свого існування в інституті не було жодного спортсмена-першорозрядника, не кажучи вже про майстрів спорту і кандидатів, то в подальшому ситуація кардинально змінилася.

Новою особливістю цього напрямку стала поява групи студентів, чий спортивні досягнення знаходились на рівні всесоюзних і міжнародних. Так, чемпіоном СРСР 1968 р. і бронзовим призером 1969 р. з боксу став майстер спорту СРСР міжнародного класу Едуард Кауфман. У цей же час переможцем молодіжної першості країни стає Геннадій Покидаєв, а серед юнаків – Олександр Сопін. Бронзовими призерами чемпіонату країни стали Володимир Шакуров і Валентин Дружинін, переможцями і призерами Центральної ради ДСТ «Спартак» – Анвар Наджинов, Петро Харкін, Микола Сахно, Олександр Президентов, Микола Безуглий та інші. Однак найяскравішою зіркою, зіркою першою величини, став випускник товарознавчого факультету, двократний чемпіон СРСР і переможець спартакіади народів СРСР, заслужений майстер спорту з боксу Владислав Засипко. Плідну роботу з цією плеядою «майстрів шкіряної рукавички» проводили заслужені тренери УРСР Ю.В. Бухман і О.О. Чмутов. Учасником XX літніх Олімпійських ігор в Мюнхені став майстер спорту СРСР міжнародного класу з плавання, экс-чемпіон країни Валентин Партика. Серед відомих спортсменів слід назвати майстрів спорту СРСР міжнародного класу зі спортивної гімнастики братів Володимира і Анатолія Камбових, Олександра і Михайла Цирюльникових, призера спартакіади народів СРСР з важкої атлетики Віктора Єфремова, экс-рекордсмена СРСР у легкоатлетичному багатоборстві для закритих приміщень, майстра спорту СРСР міжнародного класу Тетяну Шлапакову. Студентами ДІРТ у різні роки були відомі гравці футбольної команди «Шахтар» В. Рудаков, М. Соколовський, В. Головка, В. Грачов та інші. На початку 80-х рр. у вузі діяли 23 спортивні секції; в них майстрів спорту – 47, кандидатів у майстри спорту і першорозрядників – 187; кількість же спортсменів II і III розрядів складала близько 600–700 чоловік. Спортивний клуб

інституту неодноразово (1980–1985 рр.) ставав переможцем соціалістичного змагання серед вузів Донецької області. За великий внесок у розвиток фізичної культури і спорту завідувач кафедри фізичного виховання В.Є. Гончаренко у 1985 році був нагороджений орденом Трудового Червоного Прапора. У 1988 році спортивний клуб інституту взяв участь у II республіканських літніх студентських іграх і з загальною сумою 1068 балів посів 7-е місце серед вузів України (всього брало участь 150 вузів). 60–80-і роки наочно показали можливості правильно-го поєднання навчання з участю у великому спорті.

Етап з 1959–1991 рр. – став періодом всебічного розвитку і творчого пошуку нових форм наукової, навчальної і виховної роботи. Виникають власні наукові школи. Складається система міжнародного співробітництва вузу з іншими країнами.

Відомо, що торговельний навчальний заклад в Києві існував ще до Великої Вітчизняної війни. Після війни в Києві працювала філія Все-союзного Московського заочного технікуму радянської торгівлі. Вона знаходилась в кімнаті середньої школи по вул.Кудрявській. По штату філія технікуму складалась з двох працівників: завідувача відділення Орлова Миколи Семеновича та методиста Марковської Стефанії Дмитрівни. Заняття проводились вечорами у кабінетах школи. З 16 квітня 1955 року філія Московського технікуму стала філією Могилів-Подільського технікуму радянської торгівлі. На її базі 1 квітня 1957 року було відкрито Київський заочний технікум радянської торгівлі, який з 9 серпня 1958 року реорганізований у Київський технікум радянської торгівлі. Директорами технікуму були Кончин Олексій Степанович, а потім Гордієнко Олексій Степанович, обидва – учасники Великої Вітчизняної війни. Гордієнко О.С. після роботи в технікумі ще довгі роки очолював Управління учбових закладів Міністерства торгівлі УРСР.

Київський технікум радянської торгівлі розташовувався по вулиці Чигоріна і готував фахівців не лише з торгівлі, а й для громадського харчування. Оскільки потреба в кваліфікованих працівниках в державі зростала і прийом студентів до технікуму збільшувався, то в 1964 році від Київського технікуму радянської торгівлі були відокремлені відділення з підготовки фахівців для громадського харчування. Так було започатковано Технікум громадського харчування. Щодо Київського технікуму радянської торгівлі, то 18 січня 1964 року наказом Міністерства торгівлі УРСР № 26 було створено Київський технікум радянської торгівлі. Після реорганізації, 1 лютого 1964 року, для нього було влаштовано справжнє свято – технікум отримав нову, шойно збудо-

вану споруду по вул. Львівській, 2/4, де знаходиться і по теперішній час. Директором технікуму було призначено Турову Антоніну Семенівну, людину складної долі, доброзичливу та відповідальну, ветерана Великої Вітчизняної війни, яка керувала ним до виходу на пенсію в 1970 році.

Заняття у нинішньому приміщенні розпочались з 1 вересня 1964 року. Це був найвищий будинок місцевості. Його оточували приватні садиби та садочки. Біля технікуму можна було побачити зайців, а перед вікнами на гілках дерев гралися білочки. Станції метро «Святошин» ще не було, і студенти з міста їхали по проспекту трамваєм № 14, а з пригороду – електричкою.

В технікумі на той час готували фахівців зі спеціальностей: «Товарознавство продовольчих товарів», «Товарознавство непродовольчих товарів» та «Бухгалтерський облік».

З 1964 року при Київському технікумі радянської торгівлі працювало торговельне училище, яке з 1967 року переїхало в будівлю по вул. Кіото.

Згодом директором став Задорожній Іван Кирилович, а з 1975 року і протягом 28 років навчальний заклад очолювала Сідоріна Валентина Іванівна. За цей час технікум декілька разів змінював свою назву. 1991 рік – Київський торговий коледж, 1997 рік – Київський торгово-економічний коледж, а з 18 липня 2003 року – Торговельно-економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету.

Історія Київського національного торговельно-економічного університету бере початок від Київського філіалу Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі, заснованого в 1946 році. У зв'язку із створенням в 1958 році Міністерства торгівлі СРСР і підпорядкуванням йому навчальних закладів, розташованих на території України, згідно з постановою Ради Міністрів СРСР № 50 від 14 січня 1959 Київська філія Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі було підпорядковане Харківському інституту радянської торгівлі, в тому ж році – Донецький інститут радянської торгівлі

У вересні 1965 року директором філії призначений кандидат економічних наук Василя Задорожного. Заступником директора став кандидат економічних наук Олексій Колчигін. Нагальна потреба в кадрах вищої кваліфікації для галузі торгівлі сприяла створенню на базі філії самостійного вищого навчального закладу. Постановою Ради Міністрів СРСР № 195 від 4 березня 1966 на базі Київського філіалу Донецького інституту радянської торгівлі створено Київський торгово-

економічний інститут, до складу якого увійшли Одеський і Херсонський філії.

У складі інституту почали діяти 4 факультети: торговий, економічний, технологічний та підвищення кваліфікації. У жовтні 1966 ректором КТЕІ призначена кандидат філософських наук Тамара Скирда. З її ініціативи включені в план будівництва і побудований інститутський комплекс у складі навчально-лабораторного корпусу, гуртожитків, комбінату харчування, актовий зал. Провідними науково-педагогічними кадрами стали Лев Безпалій, Василь Горелкіних, Володимир Іваницький, Михайло Мельман, Олексій Колчигін, Анна Рудавська та інші. На викладацьку роботу в інститут перейшли з Українського науководослідного інституту торгівлі і громадського харчування Міністерства торгівлі СРСР. Для забезпечення навчального процесу висококваліфікованими кадрами-педагогами було створено аспірантуру, спеціалізована вчена рада з захисту кандидатських дисертацій.

У 1986–1987 роках на посаді ректора працював доктор економічних наук, професор Іван Майборода, в 1988–1990 роках – кандидат економічних наук, професор Віктор Невесенко. У листопаді 1991 року на посаду ректора призначений Анатолій Мазаракі. Постановою Кабінету Міністрів України № 542 від 29 серпня 1994 навчальний заклад перетворено в Київський державний торгово-економічний університет.

Започаткування першоджерел майбутнього Полтавського університету економіки і торгівлі відображало лише частину загального процесу економічного та інтелектуального зростання української нації в той період і відбувалося в контексті загальних потреб господарського та соціального розвитку. В повоєнний період у більшості областей України діяли сільськогосподарські, педагогічні, будівельні інститути, відносно розвиненою була мережа класичних університетів, медичних інститутів і вищих навчальних закладів, які готували фахівців для гірничої, металургійної, нафтодобувної, легкої промисловості, літакобудування тощо. А ось кількість вищих навчальних закладів для торгівлі та громадського харчування була вочевидь недостатньою. Тому відкриття в Полтаві вищого навчального закладу споживчої кооперації слід розглядати в одній площині з утворенням у 1959 році Донецького інституту радянської торгівлі, а в 1961-му – Харківського інституту громадського харчування. Ці новостворені, шляхом реорганізації раніше діючих, вищі навчальні заклади були покликані забезпечити розгортання державної торгівлі та громадського харчування в східних областях України, промисловість яких на цей час розвивалася надзвичайно високими темпами. Однак ці вищі не могли повною мірою вирішити проблему кадрового

забезпечення підприємств цих галузей навіть у державному секторі економіки, а тим більше – в кооперативному. Було цілком очевидним, що вирішити це завдання було можливо лише шляхом створення самостійного вищого навчального закладу споживчої кооперації, який би забезпечував фахівцями торгівлю і громадське харчування в сільській місцевості, яка була зоною діяльності кооперації.

Отже відкриття вищого навчального закладу споживчої кооперації, зоною діяльності якого мали б стати центральні, східні та південні області України зумовлювалася нагальними суспільними потребами того часу. Проте, його заснування саме в Полтаві зумовлювалося впливом кількох інших, пороте важливих факторів. Зокрема, певний вплив на відкриття в Полтаві вищого навчального закладу споживчої кооперації справили наявні в цьому місті традиції з підготовки фахівців комерційної справи. Адже ще в 1900 році братами Баєрами було відкрито Полтавське комерційне приватне семикласне училище, яке готувало фахівців-комерсантів. Згодом, після заснування у 1916-му Полтавської спілки споживчих товариств, тут активно діяли кооперативні курси, а також кооперативна школа. На початку 20-х років функціонував у Полтаві й кооперативний технікум, але в 1923-му його об'єднали з сільськогосподарським, організувавши агрокооперативний технікум. Останній був віднесений до категорії вищих навчальних закладів. У 1930 році на базі цього та інших технікумів міста було створено Полтавський сільськогосподарський інститут, який мав кооперативний факультет. 1944 року Полтавська обласна спілка споживчих товариств відкрила в місті торгово-кооперативну школу, яку в 1957-му було перетворено в кооперативний технікум. Тобто, на початку 60-х років минулого століття в Полтаві існували певні здобутки та традиції кооперативної освіти, в кооперативному технікумі і сільськогосподарському інституті були викладачі, які могли б стати ядром для викладацького складу новостворюваного вишу.

Цілком очевидно, що ще один вищий навчальний заклад споживчої кооперації міг бути створений лише за умови, що об'єктивна потреба в ньому сприйнята низовими і вищими кооперативними органами управління. Більше того, перспективи його створення залежали від того чи знайдуться ініціатори, які б узяли на себе досить важку справу – отримати відповідне рішення в Кабінеті Міністрів СРСР та ЦК КПРС, створити матеріально-технічну базу вишу і забезпечити його освітню діяльність.

І такі люди знайшлися. А першим кроком, з якого розпочинається 50-літня історія Полтавського університету економіки і торгівлі, стало відкриття у 1961-му Полтавського навчально-консультаційного пункту (ПНКП) Львівського торгово-економічного інституту Центроспілки СРСР.

Література

1. Етапи розвитку споживчої кооперації України: уроки історії // Проблеми розвитку споживчої кооперації України в ринковому середовищі. Зб. наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції. Частина 1. – Київ; Львів: Коопосвіта, 1998. – С. 109–120.
2. Гелей С.Д. Львів – столиця української кооперації // Українська кооперація: Історичні та соціально-економічні аспекти (Співавт. Пастушенко Р. – Львів: Коопосвіта, 1998. – Т. 1. — С. 59–67.
3. Гелей С.Д. Львівська комерційна академія: Нарис історії / І.Г. Патер, І.Я. Соляр // Укр. іст. журн. – 2009. – № 5. – С. 219–222. – укр.
4. Пиріг О.А. Ринок і торгівля України (історичний аспект) / О.А. Пиріг. – К., 1996. – 199 с.
5. Мазаракі А.А., Пиріг О.А., Скирда Т.І Історія Київського національного торговельно-економічного університету / А.А. Мазаракі , О.А. Пиріг., Т.І. Скирда та ін. – К. : Книга, 2006. – 256 с.

Комаха В.О.,

асистент кафедри товарознавства та митної справи, Київський національний торговельно-економічний університет

Свідерський В. А.,

професор, доктор технічних наук,
завідувач кафедри технології композиційних матеріалів, НТУУ «КПІ»

ВПЛИВ ОСНОВНИХ КОМПОНЕНТІВ НА ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ВОДНО-ДИСПЕРСІЙНИХ ФАРБ

ВДФ представляють собою суспензії наповнювачів і пігментів. Їх якість залежить від властивостей сировинних матеріалів і формується у процесі виробництва [1].

Основні характеристики фарб, їх стійкість і адгезія до підкладки залежать від плівкоутворювача. Останній впливає на технологічні властивості фарб та термін служби покриття в різних умовах експлуатації, блиск і час висихання [2]. Найбільш поширеними плівкоутворювачами, що використовують в рецептурах ВДФ, є водні дисперсії акрилових, акрилстирольних полімерів, а також полімерів вінілацетату [3].

Вибір основних мономерів плівкоутворювача обумовлює властивості фарб і покриттів. Акрилати застосовують в основному при виробництві фарб для внутрішніх робіт, що дають покриття підвищеної надійності. Водні дисперсії акрилового полімеру здатні утворювати плівки, що володіють високою водостійкістю, стійкістю до дії агресивних середовищ. Стирол-акрилові дисперсії є універсальними, а вінілацетатні – використовують для виробництва фарб призначених для створення покриттів на поверхнях з невисоким експлуатаційним навантаженням [2, 3].

Серед виробників водних полімерних дисперсій одне з чільних місць на ринку Європи та України займає міжнародна хімічна компанія *Synthos S.A.*, що виготовляє дисперсії для фарб під торговельними марками *Osakryl*, *Winacet*. Також широкий асортимент акрилових та стирол-акрилових дисперсій різного призначення випускають такі концерни як *Rohm & Haas* (торгова марка – *Primal*) та *BASF* (торгова марка – *Acronal*) [1].

Основними показниками водних дисперсій полімерів є сухий залишок, розмір часток, в'язкість, значення рН, колоїдна стабільність, вміст залишкових мономерів та летких речовин [4].

Розмір часток дисперсії впливає на плівкотвірну здатність зв'язуючого, блиск покриття і здатність проникати в пористі підкладки. Більш того, розмір часток впливає на площу внутрішньої поверхні системи і таким чином визначає необхідну кількість стабілізатора [5].

Водні дисперсії полімерів без додавання загущувача практично псевдопластичні, тобто їх в'язкість знижується при збільшенні швидкості зсуву. Плівкоутворювачі для ЛФМ зазвичай мають в'язкість 50–1500 мПа·с (при 100 с⁻¹ відповідно до EN ISO 119). Значення рН плівкоутворювачів впливає на в'язкість дисперсій і фарб. При збільшенні рН в'язкість зростає залежно від кількості в полімері мономерів, що містять карбоксильні групи [1].

Стабільність дисперсій в процесі виготовлення і застосування залежить від кількості стабілізатора (емульгатора), а також розміру часток і вмісту нелетких сполук. При однаковій кількості частинок наповнювача і стабілізатора стабільність дисперсії зі зменшенням розмірів її частинок різко знижується внаслідок швидкого збільшення внутрішньої площі поверхні. При підвищенні вмісту нелетких речовин колоїдна стабільність знижується в результаті посилення взаємодії між частками, що пояснюється зростанням щільності упаковки [6].

Нижче відзначимо найбільш важливі технічні вимоги, що висуваються до сучасних плівкоутворювачів залежно від мети застосування водно-дисперсійних ЛФМ та типу підкладки [7, 8]: низьке водопоглинання; висока «пігментна ємність»; атмосферостійкість; висока адгезія до різних підкладок, в тому числі у вологому стані; високі деформаційно-міцнісні властивості плівок; висока паропроникність та хімічна стійкість; колоїдна стабільність та сумісність з іншими компонентами рецептури водно-дисперсійних ЛФМ (пігментами, наповнювачами, розчинниками, добавками та ін.); відповідність вимогам з охорони навколишнього середовища.

Поряд з плівкоутворювачами вагомий вклад у формуванні якості водно-дисперсійних фарб належить пігментам і наповнювачам, які можуть використовуватися для надання покриттям: естетичної привабливості – кольору та покривності, матовості чи глянцю; захисних властивостей – атмосферостійкості та корозійної стійкості; експлуатаційних властивостей – підвищення міцності плівки, твердості, надання поверхні антиконденсаційних властивостей [9].

Пігменти та наповнювачі являють собою дисперсні мінеральні та органічні речовини, основними відмінностями яких є різниця коефіцієнтів заломлення світла (відповідно *DIN 55923*, *DIN 55945* значення коефіцієнта заломлення світла для наповнювачів менше 1,7) і, як правило, розмір частинок [10, 11].

Поділ окремо на пігменти і наповнювачі багато в чому умовний, і на практиці зазвичай оперують поняттям пігмент-наповнювач. Однак це не означає, що пігменти-наповнювачі «дублюють» властивості пігментів [12].

Пігменти використовують для надання фарбі кольору, білизни та покривності, що досягається завдяки вищим коефіцієнтам заломлення, ніж у плівкоутворювачів. Тоді як пігменти-наповнювачі за рахунок близького з плівкоутворювачами показника заломлення світла мало впливають на покривність, але можуть використовуватися для регулювання глянцю або блиску покриття [12-15].

Наприклад, вигідніше використати такий пігмент-наповнювач як карбонат кальцію в поєднанні із діоксидом титану для досягнення необхідної білизни в матових або напівматових фарбах. Разом з тим, після випаровування води і заміщення утворених пор повітрям, карбонатні наповнювачі мають достатню покривність і можуть застосовуватися самостійно в якості пігментів або їх часткових замінників у складі водно-дисперсійних фарб, що є економічно доцільним [13, С. 48–50].

Крім того, пігменти-наповнювачі використовують для змін реологічних і седиментаційних характеристик фарб. На реологічну активність,

здатність до диспергування наповнювача і фізико-механічні властивості покриттів суттєво впливає форма його часток. На відміну від пластинчатих або волокнистих наповнювачів кубічної і ромбоєдричної структури легше диспергуються і мають меншу оліємісткість [16, 17].

Неорганічні мінеральні наповнювачі володіють цілим комплексом фізичних, фізико-хімічних, хімічних та технологічних властивостей [19]. Технологічними показниками якості пігментів та наповнювачів, визначальними для їхнього використання у складі водно-дисперсійних фарб, є колір, дисперсність, покривність, змочуваність, оліємісткість. До експлуатаційних характеристик відносять світлостійкість, хімічну та термостійкість, безпечність.

Дисперсність, що характеризується ступенем подрібнення, залежить від природи матеріалу й методів його обробки. З дисперсністю пов'язані колірні властивості пігменту, його фарбуюча здатність, покривність і оліємісткість. При високому рівні дисперсності наповнювачів і пігментів досягається максимальна щільність упаковки їх частинок в плівках, що підвищує механічну міцність та атмосферостійкість покриттів.

Як правило, наповнювачі використовують для здешевлення лакофарбового матеріалу, проте їх застосування також може призвести до модифікації властивостей фарб. Залежно від типу наповнювача можна підвищити твердість покриття, стійкість до механічного стирання та забруднень, паропроникність та реологічні властивості фарб.

Найчастіше в якості наповнювача використовують карбонат кальцію. В Західній Європі частка карбонату кальцію в формі кристалічного кальциту і аморфної крейди складає 80–90% від усіх наповнювачів, що використовують в рецептурах ВДФ [20].

Карбонатам кальцію характерна висока хімічна активність в карбоксилвмісних плівкоутворюючих системах, завдяки чому підвищуються захисні властивості покриттів [21, 22].

Підвищення технологічних та експлуатаційних властивостей фарб здійснюють шляхом використання добавок (диспергаторів, антиспіювачів та піногасників, коалесцентів, біоцидів, загущувачів тощо), які є невід'ємними компонентами високоякісних ЛФМ. Незважаючи на невеликий вміст (0,02–5%) добавок у складі фарб, їх вартість істотно впливає на ціну кінцевого продукту [23].

Добавки прискорюють і полегшують процеси диспергування, змочування субстрату, регулюють плівкоутворення, усувають дефекти поверхні та виконують багато інших функцій при виготовленні, транспортуванні, зберіганні, нанесенні матеріалів і формуванні покриттів, а також забезпечують комплекс необхідних властивостей ВДФ [24–26].

Основним етапом виготовлення водно-дисперсійних фарб є процес диспергування, під час якого відбуваються процеси змочування пігментів і наповнювачів, руйнування агломератів, забезпечується оптимальна диспергованість складових компонентів, стабілізація дисперсії. Полегшує ці процеси використання диспергаторів [27, 28].

Високі швидкості перемішування компонентів при виготовленні водних ЛФМ приводять до утворення стійкої піни, що, як відомо, є результатом стабілізуючої дії ПАР. У зв'язку з цим, виникає необхідність застосування піногасників, які повинні бути нерозчинними у середовищі, легко проникати в оболонку піни і розподілятися на межі поділу повітря/рідина [29].

Механізм піногасіння полягає у виштовхуванні стабілізуючих піну ПАР з поверхні поділу фаз, що забезпечує зменшення поверхневого натягу та руйнування піни. Посилити механізм дії піногасників можна введенням до їх складу дисперсної гідрофобної частинки, яка буде адсорбувати ПАР на своїй поверхні [30–33].

Використовують різні типи добавок для запобігання утворенню піни при виготовленні і нанесенні ВДФ: на основі мінеральних, природних або синтетичних масел (аліфатичних, ароматичних) і гідрофобної частинки (силікони, кварц, полісечовини); полімерні піногасники (без силікону) на основі блоксополімерів, які запобігають піноутворенню шляхом вибіркової несумісності [34–35].

До складу фарб, отриманих із водних систем, можуть вводити промотори адгезії. Для збільшення адгезійної міцності, яка значною мірою обумовлює захисну здатність покриттів, особливо важливою є адгезія покриття на поверхні підкладки. Промотори адгезії здатні адсорбуватися на поверхні підкладки з утворенням фізичного або хімічного зв'язку [36–37].

Широке застосування для покращення адгезії знаходять силікати та алкоксисилани. Останні також надають покриттям високі УФ-, термо- та хімічну стійкість, антикорозійні властивості, забезпечуючи міцний хімічний зв'язок як із субстратом, так і полімерною матрицею покриття [38].

Спеціальні добавки використовують для запобігання утворення дефектів на поверхні покриття при його формуванні, до них належать силікони, воски, полімерні продукти. Необхідним критерієм вибору таких добавок є низький поверхневий натяг і сумісність з плівкоутворювачем, що дозволяє їм у процесі формування покриття мігрувати на межу поділу покриття-повітря і забезпечувати зміну властивостей покриття [39].

Зі збільшенням попиту на матові покриття зростає використання матуючих агентів. При формуванні покриття матуючий агент розподіляється на межі поділу фаз покриття-повітря і створює мікрошорсткість його структури.

Використовують природні та синтетичні матеріали у вигляді дисперсій та порошків: природний віск у розчині похідних естерів карбонової кислоти, мікронізований віск, які підвищують матовість та стійкість покриття до подряпин [38].

ВДФ та покриття на їх основі піддаються біологічній деструкції під дією різноманітних бактерій, грибків, морських водоростей, завдяки наявності у своєму складі вологи та кисню повітря, що є сприятливим середовищем для росту і розвитку мікроорганізмів. Розвиток мікроорганізмів у фарбах і покриттях можна контролювати за допомогою біоцидів, серед яких розрізняють бактерициди (тарні консерванти), фунгіциди (перешкоджають розвитку грибків), альгіциди (перешкоджають розвитку водоростей).

Проти біорушення покриттів використовують кремнійорганічні сполуки – діоксид кремнію, алкоксисилани, полісилоксани [39]. Покриття з такими добавками мають низький поверхневий натяг, а інертність силоксанів запобігає нарощуванню мікроорганізмів на їх поверхні [40–41].

Таким чином, на якість ВДФ впливає вибір компонентів, показники основних властивостей цих компонентів та їх співвідношення. Використання цільових добавок є необхідною умовою досягнення високої якості, а також надання специфічних властивостей сучасним водно-дисперсійним фарбам.

Найважливішими вимогами до експлуатаційних властивостей, що дозволяють лакофарбовим покриттям (ЛФП) виконувати свої функції в процесі терміну їх служби є високий рівень адгезії шарів покриття з субстратом, висока твердість, міцність при вигині і ударі, водо- та вологонепроникність, атмосферостійкість, комплекс декоративних властивостей (покривність, колір, ступінь блиску, фактура).

Рівень експлуатаційних властивостей покриттів визначає їх надійність та довговічність, а отже дає змогу оцінити рівень якості лакофарбових матеріалів [42]. Відомо, що одним із ефективних напрямків покращення експлуатаційних властивостей ВДФ та покриттів на їх основі є введення до складу композиції фарби функціональних мінеральних наповнювачів [43–44].

Наповнювачі окрім пасивної функції заповнення вільного простору та зниження вартості фарб, можуть виконувати активну функцію, а саме структурування композиції, зміцнення покриття, покращення механічних фізико-механічних та декоративних властивостей [45, 46].

Оскільки наповнені ВДФ являють собою колоїдні дисперсні системи, в яких дисперсна фаза (наповнювачі та пігменти) розподілена в дисперсійному середовищі (дисперсії полімерів), властивості таких систем в значній мірі визначається процесами взаємодії компонентів на високорозвиненій межі поділу фаз [47, 48].

При суміщенні високодисперсних наповнювачів і високоякісних полімерів, відмінних за своєю молекулярною природою, неможливо отримати матеріали з заданими властивостями або в непоодиноких випадках взагалі здійснити їх поєднання [49].

Вплив наповнювача на властивості полімерної композиції залежить не тільки від його природи, розмірів зерен і концентрації в системі, а й від ступеня спорідненості його поверхні до хімічної природи полімерної матриці, тобто один і той же наповнювач може мати різну ступінь активності по відношенню до різних полімерних дисперсій [50–51].

Процеси, що протікають при суміщенні наповнювачів та водних дисперсій плівкоутворювачів можуть бути поділені на три етапи [53]. На першому етапі все повітря та волога видаляються з поверхні пігмента і заміщуються на розчин зв'язуючого. Міжфазовий поділ тверда поверхня – газ (поверхня наповнювача – повітря) заміщуються на межу поділу тверда поверхня – рідина (наповнювач – зв'язуюче). Для цього розчин зв'язуючого повинен проникати в простір між агломератами.

Другий етап представлений виключно подрібненням агломератів наповнювача. За допомогою механічної енергії в процесі диспергування (дія удару та зсуву) агломерати наповнювача розпадаються і, відповідно зменшуються у розмірі.

На третьому етапі дисперсія наповнювача повинна бути стабілізованою, для того щоб запобігти процесу неконтрольованої флокуляції та попередити утворення нових агломератів дисперсної фази.

Процес змочування, а саме швидкість просочування дисперсійного середовища в простір між агломератами дисперсної фази описується рівнянням Уошборна [54, 55]:

$$V \sim \gamma_{FI} \cdot \cos \theta \cdot \frac{r^2}{l \cdot \eta},$$

де V – швидкість змочування; γ_{FI} – поверхневий натяг дисперсійної фази; θ – кут контакту на межі поділу фаз; r – радіус пор дисперсної фази; l – довжина пор дисперсної фази; η – в'язкість дисперсійної фази; $\gamma_{FI} \cdot \cos \theta$ – тиск розтікання.

Найбільш значущими факторами згідно рівняння являються полярність поверхні наповнювача та розчину зв'язуючого, в'язкість

рідкої фази, а також геометрія незаповнених пор всередині агломерованих структур. Особливо важливим є міжфазовий натяг на межі поділу фаз наповнювач-полімер, де функціональні групи модифікатора на поверхні наповнювача взаємодіють із розчином зв'язуючого [56].

На етапі змочування (під змочуванням наповнювача розуміють такий розподіл макромолекул зв'язуючого на його поверхні, який дозволяє утворити щільноупакований поверхневий шар) є можливість оптимізації наповнювача шляхом модифікування поверхні з метою прискорення його змочування зв'язуючим.

Задані властивості наповнених покриттів можна отримати тільки за умови рівномірного розподілу частинок наповнювача в полімерній матриці [57]. Агломерати зменшують у розмірах на стадії диспергування, ідеальним наслідком якого являється утворення окремих частинок наповнювача. В агломератах наповнювача простір між окремими частинками заповнений повітрям та вологою. Ці окремі частинки контактують між собою лише по краям та кутам. Поверхнева енергія часток дисперсного матеріалу тим вища, чим менші їх розміри. Тому, частинки наповнювачів менших розмірів, володіючи високою поверхневою енергією мають хорошу змочуваність, а відповідно і адгезійні властивості [58].

Проте, чим вищою є поверхнева енергія частинок тим вищою є ймовірність їх агрегації. Це явище призводить до негативних наслідків – замість рівномірного розподілу часток наповнювача в дисперсійному середовищі плівкоутворювача, утворюються його агрегати розміром від кількох одиниць до сотень мікрометрів [57]. Висока початкова дисперсність наповнювача не є запорукою його високої активності в будь-якому полімері [54].

На стадії диспергування в системі підвищують енергію, внаслідок чого утворюються дрібні частки (з більшою поверхнею поділу фаз в розчині полімера). Після цього система прагне подолати стан, збагачений енергією, з тим, щоб повернутись до початкових низькоенергетичних умов [53].

Явище флокуляції зумовлює те, що тонко подрібнені частки наповнювача знову утворюють флокулянти. Внаслідок цього з'являються такі негативні ефекти, як зменшення покривності, міцності, блиску, а також зміна реологічних властивостей фарб [58].

Як відомо, вище згадані процеси взаємодії можна регулювати за допомогою модифікаторів, що за своєю природою являються поверхнево-активними речовинами. Їхнє використання обумовлюється підвищен-

ням активності наповнювачів шляхом закріплення на поверхні останніх функціональних груп споріднених до полімера [59–61]. В такому випадку сили взаємодії між частками наповнювача значно зменшуються, в наслідок чого для руйнування таких зв'язків достатнім є використання в процесі виробництва традиційного диспергуючого обладнання [62].

Основна роль модифікаторів зводиться до кращого розподілу наповнювача в полімерному середовищі і відповідно до досягнення максимально можливої його дисперсності в полімері. Для таких речовин характерна поверхнево-активна структура: полярні структурні гідрофільні елементи разом з неполярними структурними гідрофобними елементами знаходяться в одній молекулі. Не дивлячись на таку специфічну будову, подібні молекулярні комбінації являються активними саме в міжфазовій області наповнювач – плівкоутворювач [62].

Поверхнево-активні модифікуючі агенти, інша функція яких полягає у створенні просторового бар'єру для утворення агломератів, володіють двома специфічними особливостями структури. По-перше, ці продукти містять споріднені до поверхні наповнювача адгезійні групи, що забезпечують міцні та надійні адсорбційні зв'язки на поверхні пігмента-наповнювача. По-друге, вони містять сумісні з полімерними смолами вуглеводневі радикали, які після адсорбції на поверхні наповнювача відштовхуються якомога далі від останньої в розчин полімерної смоли.

Модифікування неорганічних поверхонь здійснюється за рахунок активних функціональних груп модифікаторів, що забезпечують переважну взаємодію і міцний зв'язок з поверхнею наповнювача навіть в умовах її конкурентної взаємодії з іншими компонентами системи.

Ефективність активації пов'язана з адсорбційними зв'язками модифікатора з поверхнею наповнювача. Поверхневі властивості часток наповнювача являються вирішальним фактором при визначенні ефективності застосування певних модифікуючих агентів. Неорганічна поверхня карбонатних наповнювачів (мікрокальцит, крейда) має іонний характер і проявляє достатньо високу поверхневу полярність, що робить адсорбцію поверхнево-активних речовин достатньо легкою.

Від природи полярних груп ПАР і поверхні наповнювача залежить характер зв'язків, що виникають між ними: міцні (хемосорбційні) або неміцні (фізичні). Хемосорбційний шар поверхнево-активних сполук виникає при взаємодії аніонних ПАР з наповнювачами основної природи – окислами і солями основних металів (MgO, CaCO₃), або катіонактивних ПАР з наповнювачами кислої природи (SiO₂), обох типів

модифікаторів з наповнювачами, що мають амфотерну поверхню (TiO_2). Ненадійно закріплений фізично зв'язаний шар активуючих агентів виникає при зворотньому поєднанні ПАР і наповнювача, а також при використанні таких неіоногенних ПАР, як багатоатомні спирти [63].

Теоретично, найкращі результати модифікації неорганічної поверхні можна отримати шляхом перемішування матеріалів з модифікуючими агентами в кульових млинах протягом певного часу перед введенням у композицію. Це дозволяє модифікатору закріпитись на поверхні пігмента-наповнювача без конкурентної адсорбції з боку розчинника (води) та зв'язуючого (полімерних смол) [64].

Метод попередньої механохімічної модифікації неорганічних матеріалів може забезпечити необхідні умови для неконкурентної адсорбції функціональних груп модифікаторів на поверхні наповнювачів, що забезпечить надійність новоутворених зв'язків привитого шару з поверхнею, а при використанні правильних концентрацій модифікаторів – мономолекулярний шар на поверхні наповнювача [65, 66]. Його суть зводиться до того, що під час процесів подрібнення і мікронізації проводять гідрофобізацію поверхні, додаючи ПАР в зону активного подрібнення матеріалу.

А оптимальними умовами використання модифікуючих агентів є такі, що забезпечують: міцність зв'язку з поверхнею наповнювача; спорідненість модифікованої поверхні до наповнюваного полімеру; оптимальне насичення поверхні наповнювача функціональними групами модифікатора.

В зв'язку з цим модифікування поверхні мінеральних наповнювачів ПАР є ефективним методом їх активації, що дозволяє зробити її спорідненою до полімера, покращити змочування часток розплавом полімера, підвищити розподіл часток в об'ємі композиційного покриття.

Таким чином, активація поверхні мінеральних наповнювачів з метою їх введення до складу ВДФ являє собою великий науковий і практичний інтерес, в основі якого лежать процеси конкурентної взаємодії компонентів на високорозвинених поверхнях межі поділу фаз полімер – наповнювач та активуючої дії модифікаторів, функціонуючих саме на цій поверхні.

Література

1. Казакова Е.Е. Водно-дисперсионные акриловые лакокрасочные материалы строительного назначения. – М. : ООО «Пэйнт-Медиа», 2003. – 136 с.

2. Черняк Л.В. Основні критерії в підборі складу лакофарбових матеріалів. // Споживча оцінка асортименту та якості товарів.: Зб. наук. пр. держ.торг.- екон. ун.-т, Київ 2000, – С. 45–49
3. Брок Т., Гротеклаус М., Мишке П. Европейское руководство по лакокрасочным материалам и покрытиям / под ред. Л.Н. Машляковского. — М.: ООО «Пейнт-медиа», 2004. — 548 с.
4. Dieter Stoye, Werner Freitag. Paints, coatings and solvents (ed.). – 2. completely rev. ed. – Weinheim; New York: Basel: Cambridge; Tokyo: Wiley-VCH. 1998
5. T.A. Vilgis, G.Heinrich, M. Kluppel. Reinforcement of Polyer Nano-Composites. Theory, experimwnts and applications. – NY. Cambridge University Press. – 2009 – 223 p.
6. Эмульсионная полимеризация и ее применение в промышленности, М., 1976; Hansen F. K., Ugelstad J., в кн: Emulsion polymerisation, N. Y.-[a. o.], 1982, p. 51-92.
7. Ємченко І.В. Технологічні особливості отримання вихідних композицій для захисних покриттів / І.В. Ємченко, М. М. Гивлюд // Вісник Хмельницького національного університету.– 2005. – Т. 1, Ч 1. – № 5. – С. 90–92.
8. Сорокин М.Ф. и др. Химия и технология пленкообразующих веществ / учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / М.Ф. Сорокин, З. А. Кочнова, Л. Г. Шодэ. – М. : Химия, 1989. – 480 с.
9. Ламбурн Р. (ред.). Лакокрасочные материалы и покрытия. Теория и практика / Пер. с англ. – СПб.: Химия, 1991. – 512 с. – пер. изд.: Великобритания, 1987.
10. DIN 55943. Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): DIN-Taschenbuch 157: Farbmittel 2. Pigmente, Füllstoffe, Farbstoffe. Beuth Verlag GmbH, Berlin/Wien/Zürich, 3. Aufl. 1997.
11. DIN 55945. Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): DIN-Taschenbuch 157: Farbmittel 2. Pigmente, Füllstoffe, Farbstoffe. Beuth Verlag GmbH, Berlin/Wien/Zürich, 3. Aufl. 1999.
12. G. Vuxbaum, G. Pfaff (Hrsg.): Industrial Inorganic Pigments, 3. Auflage, Wiley-VCH, Weinheim 2005.
13. Temple C. Patton: Pigment Handbook. Volume I: Economics. John Wiley & Sons, New York.
14. Handbook of Fillers: 2nd Edition, by George Wypych. ISBN 1-895198-19-4 (ChemTec Publishing); ISBN 1-884207-69-3 (William Andrew, Inc.. Published by ChemTec Publishing, Toronto, Ontario, Canada. Copublished by Plastics Design Library, a division of William Andrew Inc., Norwich, NY USA, 1999 – 754p.

15. Гуревич М.М. Оптические свойства лакокрасочных покрытий / Гуревич М.М., Ицко Э.Ф., Середенко М.М.; под общ. ред. Э.Ф. Ицко. – Изд. 2-е, испр. и доп.. – Санкт-Петербург : Профессия, 2010. – 217 с.
16. Кац Г.С., Милевски Д.В. (ред.). Наполнители для полимерных композиционных материалов Справочное пособие : пер. с англ. – М. : Химия, 1981. – 736 с.
17. Fillers for Paints: Fundamentals and Applications. European coatings literature. Detlef Gysau. Vincentz Network GmbH & Co KG, 2006 – 199p.
18. Курта С. А. Наповнювачі – синтез, властивості та використання : навчальний посібник / Сергій Андрійович Курта. – Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпат. нац. ун-ту ім. В. Стефаника, 2012. – 296 с.
19. Полимерные пленки / Е.М. Абдель Бари (ред); пер. с англ. под ред. Г.Е. Занкова. – СПб.: Профессия, 2005. – 352 с.
20. Функциональные наполнители для пластмасс. / под ред. М. Ксантоса. пер. с англ. под ред. Кулезнева В.Н. – СПб.: Научные основы и технологии, 2010. – 462 с.
21. Пахаренко В.А., Киреенко Е.М. Наповнені термопласти . – К. : «Техніко», 1985. – 167 с.
22. Тригуб С.О., Лемешко В.М., Шевченко В.В. Цільові добавки для водних плівкотвірних систем // Полімерний журнал, 2005.– Т. 27 № 2, С. 77–82
23. Маския Л. Добавки для пластических масс. Пер. с англ. — М. : Химия, 1978. 184 с.
24. Берлин А.А. и др. Принципы создания композиционных материалов. – М. : Химия, 1990.
25. Липатов Ю.С. Будущее полимерных композиций. – Киев : Наукова думка, 1984. Ланге К.Р. Поверхностно-активные вещества: синтез, свойства, анализ, применение Под науч. ред. Л.П. Зайченко. – СПб.: Профессия. 2007. – 240 с.
26. Plastics additives: an industrial guide / Ernest W. Flick. / New York / William Andrew Publishing, 2001 – 313 p.
27. Tracton A. Coatings Technology Handbook, Third Edition. – NY, CRC Press, 2005 – 828 p.
28. Verkholtantsev V. Coatings // Europ. Coating J.. -1999. №5. -P 653-659.
29. Hare C. // J. Prot. Coat. And Linings. – 2001. –18, № 6. – P. 63–71.
30. Heilen W., Klocker O., Adams J. // Polymers, Paint Colour Journal. – 1996. – 186, № 4376. – P. 10–12.
31. Davison G., Lane B. Additives in Water-borne Coatings. The Royal Society of Chemistry, Cambridge UK, 2003. – 98 p.

32. Холмберг К., Йенсон Б., Кронберг Б., Линдман Б. Поверхностно-активные вещества и полимеры в водных растворах. – Москва: Бином. Лаборатория знаний, 2007. – 528 с.
33. Хаяс Я. Поліпшення змочування субстрату покриттями на водній основі / Я. Хаяс // Український лакофарбовий журнал. – 2008. – № 6. – С. 44–49. Najas, J. (2008), «Substrate wetting improvements for aqueous coatings», Ukrainskyi lakofarbovyi zhurnal, no. 6, pp. 44–49.
34. Веселовский Р.А. Регулирование адгезионной прочности полимеров. – Киев: Наук, думка, 1988. – 176 с.
35. Маламатов А.Х. Структура, властивості і механізми посилення полімерних нанокompatитів. дис. докт.техн.наук. – Нальчик, 2006 .
36. Плугатьрь В.И. Повышение адгезионной прочности эпоксифенольного покрытия к стальной поверхности диспергированием и модифицированием наполнителя / В.И. Плугатьрь, В.В. Кравцов, О.А. Макаренко // Вестник ОГУ №2, 2007. – С. 164–168.
37. Мережко Н.В. Дослідження впливу поверхнево-активних речовин різної природи на властивості покриття // Вісник КНУТД. – 2011. – № 6. – С. 118–124.
38. Эберхардс Р. / Р. Эберхардс, А. Клот // Лакокрасоч. матер. и их применение. – 2003. – № 2–3. – С. 23–25.
39. Ємченко І.В. Біо- та вогнестійкі захисні покриття для целюлозовмісних матеріалів на основі наповнених поліорганосилоксанів / І.В. Ємченко, О.З. Микитин, О.І. Мартинюк / Товарознавчий вісник: Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет.– Луцьк, 2009: ЛНТУ.– С. 102–111.
40. Лецкий Д.В. Бициды для лакокрасочных материалов / Д.В. Лецкий, С.В. Вурзель // Лакокрасочные материалы и их применение. – 2005. – № 12. – С. 20–22. Letskiy, D.V. and Vurzel, S.V. (2005), «Biocides for paints», Lakokrasochnyye materialy i ikh primeneniye, no. 12, pp. 20–22.
41. Зеemann У. Внутритарные консерванты для водных систем / У. Зеemann // Лакокрасочные материалы и их применение. – 2011. – № 1–2. – С. 28–33. Zeemann, U. (2011), «Packaging preservatives for aqueous systems», Lakokrasochnyye materialy i ikh primeneniye, no. 1–2, pp. 28–33.
42. Ємченко І. В. Композиційні захисні покриття // Вісник ЛКА : зб. наук. праць – 2004 – Вип. 6. – С. 158–163.
43. Яковлев А.Д. Химия и технология лакокрасочных покрытий : учебник для вузов. – СПб.: ХИМИЗДАТ, 2008. – 448 с.

44. Козлов Г.В., Буря О.І., Афшагова З.Х., Мікітаєв А.К. Структурний аналіз пластичності полімерних наноккомпозитів , наповнених вуглецевими нанотрубками // Нанотехнології, 2008. – № 2 . – С. 33–36.
45. Коваленко Н.А., Борисов А.В.. Улучшение качества лакокрасочных материалов при использовании функционального наполнителя MINEX // Лакокрасочная Промышленность, № 1–2, 2011. – С. 14–20
46. Липатов Ю.С. Фізична хімія наповнених полімерів / Ю.С. Липатов. – М. : Хімія, 1977. — 304 с.
47. Мережко Н.В. Властивості та структура наповнених кремнійорганічних покриттів : монографія. – К. : КНТЕУ, 2000. – 257 с.
48. J. Bentley, G. Turner. Introduction to Paint Chemistry and principles of paint technology. – London/UK.: Chapman & Hall, 1997. – 298 p.
49. Липатов Ю.С. Межфазные явления в полимерах. – Киев : Наук. думка, 1972. – 195 с.
50. Толстая С.Н. Адсорбционное взаимодействие поверхностно-активных веществ и полимеров на поверхности дисперсных наполнителей и механизм их активации // Успехи коллоидной химии. М. : Наука, 1970, с. 348–353.
51. Дерягин Б.В., Кротова Н.А., Смигла В.П. Адгезия твердых тел. – М. : Наука, 1973. – 280 с.
52. Толстая С.Н. Научные основы применения поверхностно-активных модификаторов в лакокрасочных материалах // Пути повышения качества лакокрасочных материалов. М.: Знание, 1977. – С.103–108.
53. K. Holmberg, A. Matthews, in: D. Dowson (Ed.), Coatings Tribology: Properties, Techniques and Applications in Surface Engineering, vol. 28, Elsevier Science B. V., Amsterdam, Netherlands, 1994.
54. Толстая С.Н., Шабанова С.А. Применение поверхностно-активных веществ в лакокрасочной промышленности. – М.: Химия, 1976. – 176 с.
55. G.D. Parfitt and K.S. W. Sing, Eds., Characterization of Powder Surfaces. London: Academic Press, 1976.
56. Ахмедов К. С. Водорастворимые полимеры и их взаимодействие с дисперсными системами / К.С. Ахмедов, Э.А. Арипов, Г.М. Вирская. – Ташкент : ФАН, 1969. — 251 с.
57. Чмутіна І.А., Рвикіна Н.Г., Дубнікова І.Л. та ін Контроль однорідності розподілу наночастинок в полімерній матриці . В кн. : Тези конференції «Нанотехнології – виробництво – 2007». Фрязіно , 2007 – с. 229–234
58. H. P. Preuss, Pigments in Paint. Park Ridge, NJ: Noyes, 1974.

59. Давыдова Е.В. Исследование процесса струйного измельчения пигментов, наполнителей и порошковых композиций и его интенсификация с помощью добавок поверхностно-активных модификаторов: автореф. дис. канд. техн. наук. – Харьков, 1975. – 26 с.
60. Давыдова Е.В., Толстая С.Н. Измельчение железистоокисных пигментов в струйной мельнице в присутствии поверхностно-активных веществ и изготолвлений на их основе эмалей // Лакокрасочные материалы и их применение, 1986, № 5, С. 12–14.
61. Янова Л.П. Механохимическое модифицирование поверхности порошков ионных кристаллов прививкой полимера // Физико-химические свойства и структура полимеров. – К.: Наукова думка, 1977, С. 136–140.
62. T. C. Patton, Paint Flow and Pigment Dispersion, 2d ed. New York: John Wiley, 1979.
63. Абрамзон А.А., Бочаров В.В. и др. Поверхностно-активные вещества. Справочник. – Л.: Химия, 1979. – 376 с.
64. Кузнецов В.А. Исследование в области механохимической прививки полимеров на поверхности твердых минеральных тел при их разрушении: Автореф. дис. канд. хим. наук. – М., 1977. – 22 с.
65. Янова Л.П., Кузнецов В.А., Толстая С.Н. Роль воды в создании активной поверхности твердых тел в процессе механохимической привитой полимеризации мономера // II Всесоюзный симпозиум «Активная поверхность твердых тел, июль 1977, Тарту, С.84.
66. Кротова Н.А. Основные направления развития исследований механоэмиссионных и механохимических процессов // Материалы V Всесоюзного симпозиума «Механоэмиссия и механохимия твердых тел». Ч. 1. Таллин, 1977, С. 24–38.

Кудлай В.С., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту, Київський національний
торговельно-економічний університет
Бородавка Т.Л., студент 1 курсу магістеріуму ФЕМП
Горбаченко А.А., студент 1 курсу магістеріуму ФЕМП,
Київський національний торговельно-економічний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВАМИ РИНКУ СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ

Абсолютна більшість сучасних підприємств активно і успішно використовує стратегічний інструментарій для активізації та покращення своєї діяльності. Вагомий внесок у розвиток методології стратегічного управління внесли І. Ансофф, М. Портер, Р. Акофф, У. Кінг, П. Друкер, Г. Мінцберг, К. Прахалад, Д. Нортон та інші. У своїх працях вони акцентували свою увагу на виборі стратегічних напрямів розвитку компанії, їх доцільності та впливу на подальшу діяльність компанії.

Проблематику стратегічного управління досліджували такі українські науковці як А. Мазаракі, А. Наливайко, І. Смолін, І. Ігнат'єва, Л. Балабанов, Л. Довгань, З. Шершньова та іншими. Одним з головних висновків у працях вищезазначених учених є те, що одна з необхідних умов ефективної роботи менеджменту українських підприємств на сьогодні полягає у формуванні стратегічного мислення їх керівників, що базується на міцних знаннях основ стратегічного управління.

Нині існує багато різних дефініцій поняття «стратегія». Зокрема, Г. Мінцберг запропонував використовувати п'ять «П» для розкриття суті стратегії як такої, а саме *стратегія* – це: план; прийом виверту, що застосовується з метою перехитрити противника або конкурента; модель (з англ. pattern), що являє собою певну послідовність шаблонів дій або принципів поведінки, яких можуть або притримуватися, або ні.; позиція, відповідно до чого стратегія являє собою посередницьку силу між організацією та оточуючим її середовищем; перспектива, коли зміст стратегії складається не тільки з обраної позиції, але і з укорінених способів сприйняття світу [1].

Отже, *стратегія підприємства* – це генеральний план, або модель дій підприємства на ринку, що розробляється на основі творчих науково-обґрунтованих підходів до прийняття стратегічних рішень і призначений для досягнення стратегічних цілей. [1]

Єдиної стратегії для всіх організацій не існує. Кожна організація (підприємство, компанія, фірма) навіть однієї галузі унікальна, тому і визначення її стратегії також оригінальне, бо залежить від позиції підприємства на ринку, його потенціалу, динаміки розвитку, поведінки конкурента, стану економіки, соціального середовища і багатьох інших чинників.

Стратегія для компанії – це не просто план дій, це її системний навігатор, який допомагає випереджати конкурентів на сформованих ринках і створювати нові. Потреба в перегляді стратегії постає перед топ-менеджерами компанії, зовнішні можливості яких перевищують внутрішню спроможність ці можливості використовувати, для яких прискорення росту і формування нової внутрішньої системи координат є пріоритетом тривалого розвитку [1].

Будь-який власник і керівник будують свою діяльність, сподіваючись на успіх. У свою чергу успіх асоціюється з успіхом підприємства, що потребує додаткових зусиль для вдосконалення всіх підсистем підприємства. Загальна стратегія має враховувати не лише бажання, а й можливості розвитку, які випливають з характеристик зовнішнього та внутрішнього середовищ. Базою для обґрунтування можливостей здійснення обраних загальних стратегій є загальні конкурентні стратегії, конкурентні переваги підприємства загалом та окремих його підсистем. Будь-яка загальна стратегія базується на обраних загальних конкурентних стратегіях, розгорнену характеристику яких дав М. Портер.

Загально-конкурентні стратегії існують у таких *видах*:

- лідирування у зниженні витрат (цін);
- диференціація;
- фокусування.

Ці стратегії пов'язують визначені керівниками цільові орієнтири щодо заповнення стратегічної прогалини з конкурентними перевагами, завдяки яким підприємство може їх досягти (більш розгорнену характеристику стратегій за М. Портером).

Поєднання загальних і загально конкурентних стратегій залежить від характеристик галузі, загальної конкурентної позиції фірми в середовищі, а також характеристик самого підприємства.

Розглянемо зміст і механізм формування конкурентних переваг за рахунок використання цих стратегій у табл. 1. [2]

Таблиця 1

Характерні ознаки конкурентних стратегій (згідно з підходом М. Портера)

Лідерування на основі зниження витрат (цін)	<p>Виробничі характеристики : «ніхто не зробить це дешевше».</p> <p>Маркетингові особливості: «розрахунки ціни / низькі витрати»</p> <p>Стандартизована продукція : тільки кілька різновидів, обмеженість вибору</p> <p>Ніяких значних змін у веденні справ: «репутація скромної та надійної компанії».</p> <p>Урахування особливостей «кривої досвіду»: зниження цін → додатковий дохід за рахунок зростання обсягів продажу та частки ринку → зниження умовно-постійних витрат на одиницю продукції внаслідок ефекту масштабу.</p> <p>Висока продуктивність у розрахунку на 1 робітника.</p> <p>Зниження витрат на інновації.</p> <p>Можливості встановлення нижньої границі ринкових цін: лідерська позиція дає змогу використовувати ціни як наступальну чи оборонну зброю.</p> <p>Допустимий низький маржинальний прибуток при великих оборотах.</p>	<p>При технологічному прориві (винаході, створення нової технології) – ризик втратити перевагу</p> <p>Сходження нанівець зроблених раніше інвестицій. Необхідність додаткових витрат («витрати конверсій») на реконструкцію (ліквідацію) масового виробництва.</p> <p>Дослідження конкурентами тих самих показників внаслідок імітації та цілеспрямованих заходів щодо зниження витрат.</p> <p>Запізнення з реакцією на зміни на ринку внаслідок надзосередження на проблемах витрат.</p> <p>Інвестиційне зростання витрат, внаслідок чого неможливо звести до мінімуму переваги диференціації.</p>
Диференціація	<p>Виробничі характеристики: «ніхто не зробить це краще».</p> <p>Маркетингові особливості: «наші продукти (послуги) – найкращі серед інших».</p> <p>Основа – різноманітність, вибір за моделями, партіями, деталями, обслуговуванням тощо.</p> <p>Створення більше однієї відмінної характеристики товару (послуги).</p> <p>Різнманітні інновації.</p> <p>Індивідуальні ціни, які перевищують витрати на отримання різноманітних ознак.</p> <p>Інтенсивна рекламна та збутова діяльність.</p>	<p>Привабливість диференціації (тобто особливість асортименту, додаткових послуг) може стати меншою, ніж економічні мотиватори, оскільки диференціація, як правило, дорого коштує (порівняно з серійним і масовим виробництвом аналогічної продукції).</p> <p>Потреби у диференціації зменшаться внаслідок підвищення інформованості споживачів про ситуацію на ринку взагалі та по окремих групах товарів.</p> <p>Імітація може приховати різницю між товарами (особливо на етапі зрілості галузі).</p>

Форсування	<p>Виробничі характеристики: «виготовлене саме для тебе».</p> <p>Маркетингові особливості: «ми задовольняємо твої потреби краще за всіх».</p> <p>Спеціалізація на певну нішу: сегмент покупців, географічний регіон, кінцеве споживання .</p> <p>Конкурентні переваги захищаються:</p> <p>а) лідируванням на основі зниження витрат у певному сегменті ринку або</p> <p>б) поглибленою диференціацією (виготовлення продукту або надання послуги для задоволення особливих потреб споживачів цільового сегмента)</p>	<p>Зниження ефекту диференціації фокусуванням за рахунок підвищення витрат на обслуговування вузької стратегічної цільової групи («рух ліворуч від точки безбитковості»).</p> <p>Скорочення відмінностей у характеристиках потреб вузької стратегічної групи та ринку взагалі (потенційна витрата споживачів).</p> <p>За рахунок подальшої сегментації ринку всередині стратегічної цільової групи, що здійснює конкурент (втрата споживачів).</p>
------------	--	--

Стратегія «лідювання на основі зниження витрат, цін». Низька собівартість продукції є основою для відповідного (нижчого за середній рівень) рівня цін. Ідеться про відносно низьку собівартість порівняно з конкурентами і означає орієнтацію на завоювання більшої частки ринку, тобто наступальну стратегію.

Ця стратегія базується на оптимізації всіх частин виробничо управлінської системи: виробничих потужностей, які використовують технологічні переваги великомасштабного виробництва, рівня витрат на сировину, матеріали, енергоносії; продуктивності праці, структури систем розподілу тощо, тобто орієнтуванні на високий рівень показників ефективності виробництва. З іншого боку, це стратегія повинна знижувати інші показники конкурентоспроможності: якості виготовлення окремих деталей, швидкій доставці продукції покупцям і відповідному рівню сервісу, надійності та технічній взаємодоповненості до раніше виготовлених частин тощо.

Перевагами стратегії, що розглядається, є:

- *для конкурентів* – у підприємства з найменшими витратами краща конкурентна позиція на ринках, де домінує цінова конкуренція. Перебуваючи в захищеній від цінових баталій позиції лідера, підприємство має змогу розширювати свою частку ринку за рахунок низьких цін і отримувати вищий чи рівний маржинальному по галузі прибуток;
- *для споживачів* – відносно низькі ціни лідера спонукають до купівлі його продукції, відшкодовуючи витрати на виробництво та забезпечуючи маржинальний прибуток для подальшого розвитку фірми. У цьому наочно проявляється реакція спільного інтересу покупця та виробника. При обмеженості ринкового попиту частина найдорожчих товарів залишається нереалізованою.
- *для постачальників* – більша частка ринку дає змогу «перебирати на себе» великі обсяги поставок сировини, матеріалів тощо для певної галузі. Це допомагає справлятися (на основі переговорів і вертикальної інтеграції різних типів) зі зростанням цін на купівлю ресурсів. В іншому випадку вплив високих цін на матеріали може звести нанівець зусилля, спрямовані на зниження витрат, або залишити підприємство в ізоляції від постачальників, че-рез рівень цін, які воно готове сплачувати за сировину та матеріали; для підприємств, які потенційно можуть увійти в галузь – лідерська позиція означає лише місце підприємства в галузі й безпосередньо не впливає на рішення про входження всіх інших підприємств у галузь. Однак ця позиція є орієнтиром для фірм, що говорить про той рівень витрат, якого треба

досягти, щоб успішно конкурувати на даному ринку. Для лідера можливість подальшого зниження витрат і цін є своєрідним запасом міцності в боротьбі з новими конкурентами;

- для товарів-замінників (субститутів) – лідери щодо зниження витрат (цін) мають переваги порівняно з конкурентами при проникненні на ринок галузі привабливих за ціною субститутів, оскільки їхні товари є найбільш конкурентоспроможними за ціною [2].

Стратегія диверсифікації. За своїм змістом диференціація може бути різною за розмахом, глибиною та формами.

Перевагами диференціації є:

- для конкурентів – підприємство має переваги, оскільки захищене (ізольоване) від стратегій суперників наявністю торгових знаків, марок або відомого імені виробника;
- для споживачів – зорієнтована на задоволення певних потреб продукція високої якості підвищує лояльність покупців до конкурентного виробника, створюючи труднощі для альтернативних продавців у боротьбі за їхню прихильність. Якість товарів дає змогу встановлювати вищі ціни, оскільки споживачі готові їх сприйняти;
- для постачальників – високі ціни кінцевої продукції дають змогу отримувати вигідний маржинальний прибуток і встановлювати зв'язки із сильними постачальниками, обираючи їх за критеріями поставок високої якості. Це посилює економічну позицію виробника, особливо в умовах обмеженого обсягу будь-яких видів сировини, матеріалів і комплектуючих;
- для підприємств, які потенційно можуть увійти у галузь, лідерство у диференціації.

Лідерство у диференціації продукції найбільш прийнятне, якщо:

- існує багато способів диференціації продукту (послуги);
- різноманіття продукції (послуг) сприймається споживачами як цінність;
- є можливість використання товару (послуги) різними способами і це відбиває потребу покупців;
- стратегія диференціації використовується небагатьма підприємствами галузі;
- підприємство може запропонувати дещо таке, з чим не працюють конкуренти і що базується на: унікальних властивостях продукту;
- технічних перевагах виготовлення; більшому обсязі «послуг підтримки»;
- привабливості продукту чи послуги за принципом «більша вигода за ті самі гроші тощо».

Є можливість конкурувати по одному ключовому товару,

здійснюючи основну диференціацію навколо нього. Такий ключовий товар може відігравати роль базису, на якому:

а) реалізується маркетингова політика просування продукту;

б) здійснюється прив'язка споживача до фірми-виробника, що дає змогу створити умови для урізноманітнення задоволення потреб поряд зі збільшенням переваг, пов'язаного з високою вартістю переходу до споживання іншого продукту іншого виробника.

Ці особливості ставлять підприємство у вигідну позицію, що оберігає його від загроз з боку заміників у такій мірі, в якій проявляється лояльність споживачів до продукції відомої якості відомих виробників. [2]

Стратегія фокусування – це більш глибока диференціація продукції, що випускається фірмою, або досягнення нижчих цін (витрат) на сегменті, що обслуговується. Іноді обидві сторони цієї стратегії реалізуються одночасно.

Треба розглянути графік переваг від орієнтації на задоволення специфічних потреб або від більших обсягів виробництва при виборі стратегії фокусування. У ході обирання стратегії фокусування з орієнтацією на зниження цін/витрат складається ситуація, коли на конкурентному сегменті підприємство досягає нижчих цін порівняно з рештою ринку, що обслуговується галуззю, тобто виникає додаткова «крива досвіду», яка характеризує події на сегменті ринку.

Така стратегія доцільна за таких умов:

- наявності чіткого розмежування різних груп покупців, котрі мають специфічні потреби й використовують продукт по-різному;
- відсутності конкурентів, що претендують на обслуговування вузького конкретного сегмента;
- неможливості використання наявних ресурсів підприємства на більш широкому сегменті;
- наявності значних відмінностей у розмірах, темпах зростання, прибутковості інтенсивності впливу п'яти конкурентних сил, що робить одні сегменти більш привабливими, ніж інші. [2]

Розглянемо дані стратегії на прикладі підприємств, які працюють на ринку пива. Структура ринку олігополістична з низьким вмістом невеликих виробників. Основна конкурентна боротьба ведеться між чотирма компаніями:

- «САН ІнБев Україна» – 38%;
- ПАТ «Оболонь» – 30,2%;
- «Славутич» (Carlsberg Group) – 23,7%;
- «SABMiller» («Сармат») – 4,1%. [3]

«САН ІнБев Україна» – лідер внутрішнього ринку пива України.

Компанія має єдине управління, за рахунок чого має місце економія на закупівлях, впровадження кращих технологій тощо. Компанія найактивніше реалізує стратегію лідирування у витратах, в рамках якої розробила свою систему управління якістю LIMS (Laboratory Information Management System), розвиває людські ресурси, має одну з кращих дистрибуторську мережу по Україні, активно застосовує стратегії інновацій, горизонтальної інтеграції (злиття й поглинання), впроваджує програму оптимізації VPO (Voyager Plant Optimization). При впровадженні стратегії диференціації особлива увага приділяється маркетинговим стратегіям. Продукція компанії представлена в усіх цінкових нішах, бренд «Чернігівське» лідирує на ринку за продажами. Компанія займається розвитком ліцензійного виробництва, а також ексклюзивним імпортом бельгійських брендів. Застосовуючи стратегію фокусування, підприємство при вдосконаленні торгової марки «Янтар» концентрує свої зусилля на південному регіоні країни.

Отже, дана компанія використовує три конкурентні стратегії:

- *стратегію лідирування у витратах*: єдине управління компанії дає ефект синергії за рахунок економії на закупівлях, впровадження кращих технологій і розробок, а також перехресного ліцензування;
- *стратегію диференціації*: повнота портфелю брендів компанії в цілому, розвиток ліцензійного виробництва, ексклюзивний імпорт бельгійських брендів;
- *стратегію фокусування*: концентрація на південному регіоні при просуванні торгової марки «Янтар».

ПАТ «Оболонь» – єдиний національний крупний представник ринку пива. Компанія є лідером з виробництва пива в Україні. До її складу входить наймасштабніший пивоварний завод в Україні – Київський пивзавод «Оболонь» потужністю 113,7 млн. дол. на рік. На ньому ж, а також на солодовому заводі в Хмельницькій області здійснюється виробництво солоду для всієї компанії. За рахунок цього досягається економія на сировині, а також на логістичних витратах. До того ж компанія переробляє пивну дробину і реалізує її як корм для тварин, що також дозволяє знизити собівартість продукції. Реалізуючи стратегію диференціації, компанія розширює лінійку своїх брендів, посилює позиції брендів «Зібберт», «Десант», впроваджує новітні методи торгового маркетингу в контролюванні продажів продукції. Також для підсилення іміджу компанія вдосконалює соціальну відповідальність, займається благодійністю, розвиваючи культуру, спорт, приймає участь у діяльності міжнародних асоціацій з якості, захисту навколишнього середовища та інше. В рамках стратегії фокусування компанія при розвитку бренду

«Nike» концентрує зусилля на молодіжному сегменті.

Таким чином, ПАТ «Оболонь» найбільшу увагу приділяє стратегіям лідирування у витратах і диференціації.

«Славутич» (Carlsberg Group). Зважаючи на економічні умови сьогодення і використовуючи стратегію лідирування у витратах, «Славутич» розглядає варіант повного зупинення виробництва на київському заводі і перерозподіл його потужностей на запорізький і львівський. Таким чином, потужності запорізького заводу будуть збільшені. Компанія також намагається знизити витрати, впроваджуючи новітні технології автоматичного управління. При реалізації стратегії широкої диференціації компанія вдало позиціонує кожен торгову марку, результатом чого є зміцнення позицій брендів компанії на ринку (ліцензійні бренди компанії займають лідируючі позиції на ринку) і збільшення частки ринку. Компанія також фокусується на окремих ринкових нішах, наприклад, при розвитку бренду «Туборг» здійснює фокусування на окремому сегменті ринку – молоді.

Таким чином, «Славутич» приділяє однакову увагу всім трьом стратегіям конкуренції, а саме:

- *стратегії лідирування у витратах*: впровадження новітніх технологій автоматичного управління, перерозподіл потужностей до запо–різького і львівського заводів, де нижче вартість енергоносіїв і сировини тощо;
- *стратегії диференціації*: високий рівень постійного позиціонування кожної торгової марки, надання їй особливих характеристик (стимулювання збуту, реклама, унікальні акції, соціальні заходи, бренди мають свою легенду);
- *стратегії фокусування*: виділення окремого цільового ринкового сегменту (молоді) при позиціонуванні бренду «Туборг». [4]

Отже, з вище наведеного можна зробити висновок, що для досягнення конкурентних переваг великі підприємства повинні впроваджувати конкурентні стратегії лідирування у витратах і диференціації, а малі та середні пивовари – реалізовувати різні конкурентні стратегії фокусування, концентруючись або на виробництві окремого виду продукції, або на реалізації продукції в окремому невеликому регіоні (сегменті ринку), або на наданні послуг окремому сегменту споживачів. Конкретизація шляхів впровадження даних стратегій є предметом подальших досліджень.

Для вдосконалення стратегічного планування, яке покращить розробку і реалізацію конкурентної стратегії на харчовому підприємстві, визначені такі напрямки:

- розробка оригінальної стратегії, яку важко скопіювати конкурентам;
- вдосконалення організаційної структури підприємства з метою

- зменшення бюрократизації;
- визначення осіб, відповідальних за розробку системи стратегічного планування, які повинні бути професіоналами в даній сфері, або навчання існуючого топ-менеджменту підприємства стратегічному мисленню;
- впровадження інновацій саме в систему і методи управління, не тільки у виробництво;
- оптимізація корпоративного портфелю брендів у кризових умовах;
- розвиток торгового маркетингу;
- використання нових джерел інвестування;
- розробка інновацій у системі фінансування;
- вдосконалення систем якості, особливо на підприємствах, які не є лідерами галузі.

Можна виділити такі проблеми впровадження стратегічного планування на українських підприємствах:

- негативний досвід директивного планування;
- нестабільність та невизначеність процесів, що відбуваються в економіці України, створюють враження про неможливість оцінки майбутніх шансів і загроз, тобто унеможливають планування;
- небажання встановлювати мету та розробляти стратегії;
- опір змінам з боку персоналу підприємства і бажання надалі використовувати звичні характеристики системи;
- матеріальні та часові обмеження, які є стійкими бар'єрами для керівників підприємства щодо розробки стратегічного плану.

Нажаль, на більшості українських підприємств стратегічне планування сьогодні залишається тільки теоретичною концепцією, власники та керівники підприємств не завжди розуміють необхідність його застосування. Також у працях українських дослідників недостатньо уваги приділено процесу адаптації підходів стратегічного планування до вітчизняних підприємств.

Стратегічне планування не знайшло ще достатньо повного застосування на українських підприємствах. Одна з причин у тому, що методи стратегічного планування, які використовуються в зарубіжній практиці, не адаптовані до вітчизняного ринку і, як наслідок, результати їх використання виявляються не завжди задовільними.

Основною помилкою у процесі планування на українських підприємствах є недостатнє врахування того, що зовнішнє середовище підприємства здатне швидко змінюватися. Стратегічні плани складають на основі того, що ринок буде стабільно розвиватися за попередніми тенденціями, а поведінка конкурентів буде сталою.

Також більшість українських підприємств майже не враховує вплив макроекономічних факторів. Домінує твердження, що на Україну

не посилюється вплив глобальних тенденцій. Але у зв'язку з проявами міжнародної кризи в нашій країні для багатьох підприємств значення макрофакторів стає очевидним.

Література

1. Стратегічне управління: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Г.Т. П'ятницька, Л.В. Лукашова, Н.В. Ракша; за ред. Г.Т. П'ятницької. – К. : Київ, нац. торг.-екон. Ун-т, 2013. – 408 с.
2. Економіка підприємства: магістерський курс : підручник. Ч. I / за ред. проф. Загірняка М.В., Перерви П.П., Маслак О.І. – Кременчук, 2015. – 736 с.
3. Струк К.П. Сдули пену. Пивной рынок на пороге насыщения. / К.П. Струк // Контракты. – 2015. – № 1. – С. 43–45.
4. Силивончик А. Вместе с ростом пивного рынка замедляется и маркетинговая активность на нем / А. Силивончик // Бизнес. – 2015. – № 34. – С. 90–92.

Кучаковська Н. О.

кандидат юридичних наук,
доцент кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
Київського національного торговельно-економічного університету

ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Для правового забезпечення здійснення в Україні зовнішньоекономічної діяльності важливе значення має встановлення кола суб'єктів такої діяльності та з'ясування їх правосуб'єктності. Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. [1] (далі – Закон) зовнішньоекономічну діяльність (далі – ЗЕД) визначено як діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами (ст. 1). Тобто Закон вказує на суб'єктів ЗЕД як суб'єктів господарювання різної державної належності.

Вже неодноразово зверталась увага науковців на неоднакове визначення кола суб'єктів ЗЕД в Законі та Господарському кодексі України від 16.01.2003 р. [2] (далі – ГК).

Так, відповідно до ч. 1 ст. 378, ч. 2 ст. 55 ГК, суб'єктами ЗЕД в Україні є:

- господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до Господарського кодексу України, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;
- громадяни України, іноземці та особи без громадянства, зареєстровані як підприємці відповідно до законодавства України.

У ч. 2 ст. 378 ГК передбачено, що у зовнішньоекономічній діяльності можуть брати участь також зовнішньоекономічні організації, що мають статус юридичної особи, утворені в Україні відповідно до закону органами державної влади або органами місцевого самоврядування.

Відповідно ж до ст. 3 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», перелік суб'єктів ЗЕД в Україні значно ширший, включає:

- фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України;
- юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні дома, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;
- спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України; інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України;
- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України.

Усі суб'єкти ЗЕД мають рівне право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак (ст. 5 Закону).

Щодо фізичних осіб в ч. 2 ст. 5 Закону уточнено, що вони мають право здійснювати ЗЕД з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають право здійснювати ЗЕД, якщо вони зареєстровані як підприємці. Фізичні особи, які не мають постійного місця проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони є суб'єктами господарської діяльності за законом держави, в якій вони мають постійне місце проживання або громадянами якої вони є.

В.А. Малига звертає увагу, що при здійсненні ЗЕД можуть виникнути певні труднощі визначення обсягу правоздатності іноземних фізичних осіб. Аби бути учасниками ЗЕД вони мають бути суб'єктами господарювання за особистим законом. Відповідно до ст. 19 Закону України «Про міжнародне приватне право» від 23.06.2005 р. [3], право фізичної особи на здійснення підприємницької діяльності визначається правом держави, у якій фізична особа зареєстрована як підприємець. За відсутності в державі вимог щодо обов'язкової реєстрації застосовується право держави основного місця здійснення підприємницької діяльності. На сьогодні у державі не опрацьовані механізми перевірки подібних обставин (наприклад, довідка певного змісту, видана компетентними органами держави перебування, яка пройшла консульську легалізацію чи спрощене підтвердження адреси громадянами, що мають безвізовий режим перебування у країні). Немає можливості вивчати законодавство кожної іноземної країни для виявлення відповідності, тому таку функцію перекладають на українського контрагента, який бажає укласти контракт з іноземним громадянином або апатридом [4, с. 28].

Юридичні особи мають право здійснювати ЗЕД відповідно до їх статутних документів з моменту набуття ними статусу юридичної особи (ч. 2 ст. 5 Закону).

Слід відмітити, що серед суб'єктів ЗЕД в Україні Закон виділяє спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності. Однак відповідно до ст. 62 ГК, підприємство є юридичною особою і тому немає необхідності виділяти підприємства в окрему групу суб'єктів ЗЕД. До того ж, чинне законодавство України не містить поняття «спільне підприємство». У ст. 63 ГК, яка визначає види та організаційно-правові форми утворення підприємств, згадується лише про існування іноземних підприємств та підприємств з іноземними інвестиціями (залежно від частки іноземного інвестора у статутному капіталі підприємства). Так, у разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків, воно визнається підприємством з

іноземними інвестиціями; підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається іноземним підприємством (ч. 2 ст. 63, ст. 116-117 ГК).

Крім того, на відміну від ГК, Законом до суб'єктів ЗЕД віднесено структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення, тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України, та об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які також не є юридичними особами згідно з законами України, але мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність (ст. 3 Закону).

З цього приводу слід зазначити, що згідно з ч. 1, 2 ст. 55 ГК, суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством; суб'єктами господарської діяльності України можуть бути лише юридичні особи та фізичні особи – підприємці, зареєстровані відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» (у редакції Закону від 26.11.2015 р.) [5]. Відповідно до ст. 118 ГК, об'єднання підприємств є господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань; об'єднання підприємств є юридичною особою.

Отже, чинним законодавством України не визначено правовий статус об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами, такі об'єднання не мають відповідної правосуб'єктності для здійснення ЗЕД, а тому віднесення їх Законом до суб'єктів ЗЕД України є недоцільним.

Деякі інші правовий статус мають структурні одиниці (підрозділи) іноземних суб'єктів ЗЕД (філії, відділення, тощо). Так, відповідно до Інструкції про порядок реєстрації представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності в Україні, затвердженої наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 18.01.1996 р. № 30 (у редакції наказу Міністерства економіки України від 15.06.2007 р. № 179) [6], іноземний суб'єкт господарської діяльності може відкрити представництво без наміру здійснення господарської діяльності на тери-

торії України. Представництво іноземного суб'єкта господарської діяльності в Україні вважається відкритим з дати його реєстрації у Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України. Представництво не є юридичною особою і не здійснює самостійно господарської діяльності, у всіх випадках воно діє від імені і за дорученням іноземного суб'єкта господарської діяльності, зазначеного у Свідоцтві про реєстрацію, і виконує свої функції згідно із законодавством України. Представництво іноземного суб'єкта господарської діяльності в Україні може здійснювати функції, пов'язані з виконанням представницьких послуг, тільки в інтересах іноземного суб'єкта господарської діяльності, зазначеного у Свідоцтві. З цього приводу В.В. Поєдинок слушно зауважила, що підрозділи іноземних суб'єктів господарювання мають специфічні повноваження, шляхом реалізації яких здійснюється господарська діяльність юридичних осіб – нерезидентів в Україні. Це дає підстави говорити про особливу правосуб'єктність підрозділів іноземних суб'єктів господарювання в сфері ЗЕД [7, с. 25].

У разі здійснення представництвом господарської діяльності на території України таке представництво повинно стати на облік у податковому органі за своїм місцезнаходженням та набути статусу постійного представництва (п. 13 Інструкції про порядок реєстрації представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності). Відповідно до ст. 14.1.193 Податкового кодексу України від 02.12.2010 р. [8], постійне представництво – це постійне місце діяльності, через яке повністю або частково проводиться господарська діяльність нерезидента в Україні, зокрема: місце управління; філія; офіс; фабрика; майстерня; установка або споруда для розвідки природних ресурсів; шахта, нафтова/газова свердловина, кар'єр чи будь-яке інше місце видобутку природних ресурсів; склад або приміщення, що використовується для доставки товарів.

З метою оподаткування термін «постійне представництво» включає будівельний майданчик, будівельний, складальний або монтажний об'єкт чи пов'язану з ними наглядову діяльність, якщо тривалість робіт, пов'язана з таким майданчиком, об'єктом чи діяльністю, перевищує шість місяців; надання послуг (крім послуг з надання персоналу), у тому числі консультаційних, нерезидентом через співробітників або інший персонал, найнятий ним для таких цілей, але якщо така діяльність провадиться (в рамках одного проекту або проекту, що пов'язаний з ним) в Україні протягом періоду або періодів, загальна тривалість яких становить більш як шість місяців, у будь-якому дванадцятимісячному

періоді; резидентів, які мають повноваження діяти від імені виключно такого нерезидента, що тягне за собою виникнення у цього нерезидента цивільних прав та обов'язків (укладати договори (контракти) від імені цього нерезидента; утримувати (зберігати) запаси товарів, що належать нерезиденту, із складу яких здійснюється поставка товару від імені нерезидента, крім резидентів, що мають статус складу тимчасового зберігання або митного ліцензійного складу).

Постійним представництвом не є використання споруд виключно з метою зберігання, демонстрації або доставки товарів чи виробів, що належать нерезиденту; зберігання запасів товарів або виробів, що належать нерезиденту, виключно з метою зберігання або демонстрації; зберігання запасів товарів або виробів, що належать нерезиденту, виключно з метою переробки іншим підприємством; утримання постійного місця діяльності виключно з метою закупівлі товарів чи виробів або для збирання інформації для нерезидента; направлення у розпорядження особи фізичних осіб у межах виконання угод про послуги з надання персоналу; утримання постійного місця діяльності виключно з метою провадження для нерезидента будь-якої іншої діяльності, яка має підготовчий або допоміжний характер.

Усі суб'єкти ЗЕД України також мають право відкривати свої представництва на території інших держав згідно з законами цих держав. Однак такі представництва (підрозділи) згідно чинного законодавства України суб'єктами ЗЕД бути не можуть. Як зауважує В.А. Малига, це ставить українських учасників ЗЕД у невідгідне становище по відношенню до іноземних учасників. Наприклад, більшість кредитів від іноземців українські суб'єкти господарювання одержують через філії банків, а не центральну дирекцію (як і кредити від українських фінансових установ). Філії українських фінансових установ не можуть видавати кредити за кордон, у такі кредитні зобов'язання можуть вступати лише дирекції, що, за загальною практикою, ведуть здебільшого адміністративні питання, а не займаються кредитуванням [4, с. 36]. Науковець пропонує надати українським суб'єктам господарювання не менші конкурентні переваги у ЗЕД шляхом визнання структурних одиниць і відокремлених підрозділів суб'єктами ЗЕД [4, с. 37]. Однак з цією думкою важко погодитися, оскільки така норма Закону буде суперечити ст. 55 ГК, яка відокремлений підрозділ не визнає суб'єктом господарювання.

Слід відмітити, що Закон вказує на необхідність такої ознаки у суб'єктів ЗЕД як «постійне проживання в Україні» або «постійне місце-

знаходження в Україні». При цьому, під «постійним місцезнаходженням» у Законі розуміється місцезнаходження офіційно зареєстрованого головного органу управління (контори) суб'єкта ЗЕД; а під «постійним місцем проживання» – місце проживання на території якої-небудь держави не менше одного року фізичної особи, яка не має постійного місця проживання на території інших держав і має намір проживати на території цієї держави протягом необмеженого строку, не обмежуючи таке проживання певною метою, і за умови, що таке проживання не є наслідком виконання цією особою службових обов'язків або зобов'язань за договором (контрактом). Крім того, Закон дає визначення іноземних суб'єктів господарської діяльності – це суб'єкти господарської діяльності, що мають постійне місцезнаходження або постійне місце проживання за межами України (ст. 1 Закону).

Тобто, як відмітив В.В. Посполітак, українське законодавство використовує поняття «суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності» саме до тих юридичних осіб, місцезнаходження яких є Україна, а також для структурних підрозділів нерезидентів, однак які пройшли певну легалізацію в Україні. До суб'єктів господарювання, місцезнаходження яких не є Україна, застосовується поняття «іноземний суб'єкт господарської діяльності» [9, с. 503–504]. З цього приводу необхідно також вказати на ст. 25 Закону України «Про міжнародне приватне право», відповідно до якої особистим законом юридичної особи вважається право держави місцезнаходження юридичної особи. А під місцезнаходженням юридичної особи розуміють державу, у якій юридична особа зареєстрована або іншим чином створена згідно з правом цієї держави. За відсутності таких умов або якщо їх неможливо встановити, застосовується право держави, у якій знаходиться виконавчий орган управління юридичної особи. Крім того, цивільна правоздатність та дієздатність юридичної особи визначається особистим законом юридичної особи (ст. 26 цього Закону).

Процедура здійснення реєстрації місця проживання в Україні громадян України, іноземців та осіб без громадянства визначена Законом України «Про свободу пересування та вільний вибір місця проживання в Україні» від 11.12.2003 р. [10] та Правилами реєстрації місця проживання, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 02.03.2016 р. № 207 [11]. У цих нормативно-правових актах вживається поняття «місце проживання» – житло, розташоване на території адміністративно-територіальної одиниці, в якому особа проживає, однак відсутнє визначення поняття «постійне місце проживання» і, відповідно, відсутня процедура підтвердження постійного проживання у певному

місці громадян України, іноземців та осіб без громадянства протягом певного строку. Лише вказано документи, до яких вносяться відомості про місце проживання, – паспорт громадянина України, тимчасове посвідчення громадянина України, посвідка на постійне проживання, посвідка на тимчасове проживання, посвідчення біженця, посвідчення особи, яка потребує додаткового захисту, посвідчення особи, якій надано тимчасовий захист (ст. 3 Закону України «Про свободу пересування та вільний вибір місця проживання в Україні»).

У ст. 14.1.213 Податкового кодексу України, яка дає визначення резидентів, також вказано на таку ознаку фізичних осіб – резидентів як «постійне проживання в Україні». До резидентів Кодекс відносить фізичних осіб, які мають місце проживання в Україні. У разі якщо фізична особа має місце проживання також в іноземній державі, вона вважається резидентом, якщо така особа має місце постійного проживання в Україні; якщо особа має місце постійного проживання також в іноземній державі, вона вважається резидентом, якщо має більш тісні особисті чи економічні зв'язки (центр життєвих інтересів) в Україні. У разі якщо державу, в якій фізична особа має центр життєвих інтересів, не можна визначити, або якщо фізична особа не має місця постійного проживання у жодній з держав, вона вважається резидентом, якщо перебуває в Україні не менше 183 днів (включаючи день приїзду та від'їзду) протягом періоду або періодів податкового року. Достатньою (але не виключною) умовою визначення місця знаходження центру життєвих інтересів фізичної особи є місце постійного проживання членів її сім'ї або її реєстрації як суб'єкта підприємницької діяльності.

Тобто, у ст. 14.1.213 Податкового кодексу України встановлено строк постійного проживання в Україні резидентів з метою їх оподаткування – не менше 183 днів (включаючи день приїзду та від'їзду) протягом періоду або періодів податкового року. Однак, щодо визначення строку постійного проживання в Україні суб'єктів ЗЕД, слід керуватися нормою ст. 1 спеціального закону – Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», яка встановлює такий строк – не менше одного року.

Виходячи з вищенаведеного, вважаємо за доцільне в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» слова «постійне проживання» та «постійне місцезнаходження» замінити, відповідно, словами «місце проживання протягом не менше одного року» та «місцезнаходження». Така норма буде відповідати ч. 1 ст. 378, ч. 2 ст. 55 ГК. До того ж, в Законі України «Про державну реєстрацію юридичних осіб,

фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» зазначено, що в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань містяться відомості про юридичну особу, зокрема, місцезнаходження юридичної особи (пп. 10 п. 2 ст. 9); про фізичну особу – підприємця – зокрема, про місцезнаходження (місце проживання або інша адреса, за якою здійснюється зв'язок з фізичною особою – підприємцем) (пп. 5 п. 4 ст. 9).

Отже, порівняно з ГК, Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» містить більш детальний та не вичерпний перелік суб'єктів ЗЕД в Україні. Однак, деякі норми Закону є застарілими і потребують приведення їх у відповідність до норм ГК. Разом з тим, норми цього Закону є спеціальними по відношенню до норм ГК, тому доцільно у ст. 3 Закону виключити з переліку суб'єктів ЗЕД об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами, а також спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а ч. 1 ст. 378 ГК викласти у такій редакції: «Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності визначені законом».

Крім того, серед дослідників права існує думка щодо визнання держави суб'єктом ЗЕД в Україні [12]. На підтвердження цього вказують на ч. 2 ст. 3 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», згідно з якою Україна в особі її органів, місцеві органи влади і управління в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, які беруть участь у ЗЕД, а також інші держави, які беруть участь у господарській діяльності на території України, діють як юридичні особи згідно з законами України. В.В. Поєдинок зауважує, що це положення слід тлумачити у сукупності зі ст. 34 Закону, яка закріплює відмову держави від юрисдикційних імунітетів у разі, коли держава виступає не як суверен у міждержавних відносинах, а як учасник комерційного обороту [7, с. 26]. На думку Є. Школьного, держава може набувати статус суб'єкта ЗЕД. Оскільки держава є суб'єктом владних повноважень, її статус видається привілейованим відносно статусу її контрагентів у ході правовідносин із здійснення ЗЕД. Саме тому держава діє як юридична особа за даних відносин, позбавляється юрисдикційних імунітетів і підкоряється принципу рівності перед законом усіх суб'єктів ЗЕД [12, с. 66].

Однак, більшість науковців не вважають державу суб'єктом ЗЕД, зокрема, В.Н. Петрина зазначив, що держава, органи державної влади та органи місцевого самоврядування не є суб'єктами господарювання і,

таким чином, суб'єктами ЗЕД [13, с. 175]. В основу регулювання ЗЕД покладено принципи свободи її суб'єктів добровільно вступати у зовнішньоекономічні відносини, здійснювати їх у будь-яких формах, не заборонених законом, та рівності перед законом усіх суб'єктів ЗЕД. Це означає, що зовнішньоекономічні правовідносини є приватноправовими відносинами, тобто відносинами, які ґрунтуються на засадах юридичної рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності, суб'єктами яких є фізичні та юридичні особи. Ті ж правовідносини за участю органів державної влади чи органів місцевого самоврядування, у які суб'єкти ЗЕД змушені вступати у зв'язку із здійсненням ними ЗЕД (наприклад, відносини щодо сплати податків, розмитнення товарів, отримання різноманітних дозволів тощо), є за своєю природою публічно-правовими відносинами (відповідно податковими митними, адміністративними і т.д.) і характеризуються усіма ознаками публічно-правових відносин. Таким чином, суб'єктами ЗЕД можуть бути суб'єкти господарювання державної і комунальної форми власності, в тому числі й такі суб'єкти господарювання, що були створені державними органами або органами місцевого самоврядування, але не самі державні органи та органи місцевого самоврядування [13, с. 176].

На підтвердження того, що зовнішньоекономічні відносини є приватноправовими, можна також вказати на ст. 86 Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, від 27.06.2014 р. [14] (ратифікованої із заявою Законом № 1678-VII від 16.09.2014 р. [15]), згідно з якою «економічна діяльність» включає діяльність промислового, торговельного і професійного характеру, а також діяльність ремісників, і не включає діяльність, що має місце під час здійснення владних повноважень.

Таким чином, до суб'єктів ЗЕД слід віднести:

1) громадян України, іноземців та осіб без громадянства, які офіційно проживають на території України не менше одного року, здійснюють господарську діяльність та зареєстровані як підприємці відповідно до законодавства України;

2) юридичних осіб – суб'єктів господарської діяльності, зареєстрованих відповідно до законодавства України і які мають місцезнаходження на території України, в тому числі юридичних осіб, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

3) структурні підрозділи (філії, відділення, представництва, постійні представництва) іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами, але мають місцезнаходження на території України, зареєстровані відповідно до законодавства України і діють від імені іноземного суб'єкта господарювання на підставі довіреності.

Література

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 29. – Ст. 377.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18. – Ст. 144.
3. Про міжнародне приватне право : Закон України від 23.06.2005 р. № 2709-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 32. – Ст. 422.
4. Правове регулювання зовнішньоторговельної діяльності в умовах реалізації інтеграційних прагнень України : монографія / за ред. О.О. Ашуркова ; НАН України, Ін-т економіко-правових досліджень. – Чернігів : Десна Поліграф, 2015. – 392 с.
5. Про внесення змін до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» та деяких інших законодавчих актів України щодо децентралізації повноважень з державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Закон України від 26.11.2015 р. № 835-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2016. – № 2. – Ст. 17.
6. Про внесення змін до наказу Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 18.01.96 № 30 : наказ Міністерства економіки України від 15.06.2007 р. № 179 (zareєстровано в Міністерстві юстиції України 25.06.2007 р. за № 730/13997) // Офіційний вісник України. – 2007. – № 48. – Ст. 2006.
7. Поєдинок В.В. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник. – К. : Юрінком Інтер, 2006. – 288 с.
8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // Офіційний вісник України. – 2010. – № 92. – Т. 1. – Ст. 3248.
9. Договірне право України. Загальна частина : навч. посібник / за ред. О.В. Дзери. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 896 с.

10. Про свободу пересування та вільний вибір місця проживання в Україні : Закон України від 11.12.2003 р. № 1382-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 15. – Ст. 232.
11. Про затвердження Правил реєстрації місця проживання та Порядку передачі органам реєстрації інформації до Єдиного державного демографічного реєстру : постанова Кабінету Міністрів України від 02.03.2016 р. № 207 // Офіційний вісник України. – 2016. – № 28. – Ст. 1108.
12. Школьний Є. Проблеми визначення правового статусу держави при здійсненні нею зовнішньоекономічної діяльності / Євген Школьний // Підприємництво, господарство і право. – 2015. – № 5. – С. 63–66.
13. Петрина В.Н. Зовнішньоекономічна діяльність як предмет правового регулювання / В.Н. Петрина // Часопис Київського університету права. – 2014. – № 1. – С. 174–179.
14. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, від 27.06.2014 р. // Офіційний вісник України. – 2014. – № 75. – Т. 1. – Ст. 2125.
15. Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII // Офіційний вісник України. – 2014. – № 75. – Т. 1. – Ст. 2125.

Лебська Т.К.
 Київський національний торговельно-економічний університет,
Менчинська А.А., Очколяс О.М.,
 Національний університет біоресурсів і природокористування України
 (НУБіП України)

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ З ГІДРОБІОНТІВ

Риба і рибопродукти займають важливе місце в харчуванні людини у якості джерела повноцінного тваринного білку, біологічно ефективних ліпідів, вітамінів, макро– і мікроелементів, полісахаридів та інших компонентів. Перспектива використання рибної сировини для забезпечення харчування людини обумовлена також тим, що до 50% тваринного білку планується одержувати за рахунок відтворювання водних біоресурсів [1].

Дослідженнями стану рибного господарства України за період 2010–2015 рр. встановлено щорічне зменшення обсягів вилову риби та добування інших водних біоресурсів, за винятком 2013 року (рис. 1).

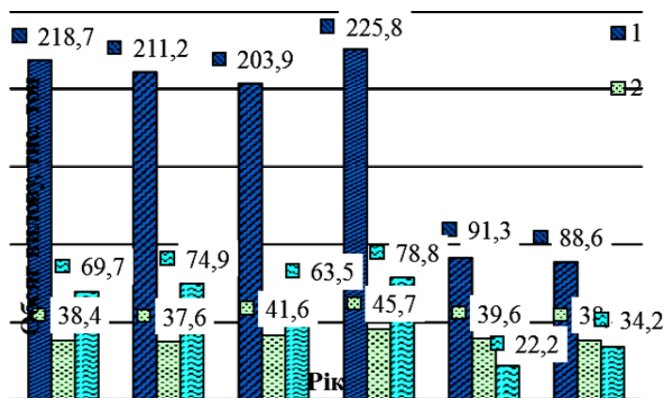


Рис. 1. Динаміка вилову гідробіонтів Україною з 2010 по 2015 роки :
 1 – всього; 2 – у внутрішніх водних об'єктах; 3 – у виключній (морській)
 економічній зоні України [2]

Після анексії Криму, Україна втратила основну територію вилову, а саме морської риби, яка становила значну частку в загальній структурі

рибного господарства України. У 2014 році Україна виловила 91,3 тис. тон гідробіонтів, що майже на 60% менше, порівняно з 2013 роком. У 2015 році обсяг добування океанічної та морської риби склав 22,9 тис. тон, що становить 62,7% у порівнянні з 2014 роком. Серед видового складу морської риби переважають бичок, кілька, хамса, атерина, піленгас [3].

У 2015 році внутрішній вилов риби та добування інших водних біоресурсів (з урахуванням домогосподарств) становив 135 тис. тонн, що на 3% менше, ніж минулого року. Кількість підприємств, що займаються рибогосподарською діяльністю скоротилась з 423 до 401. Це пов'язано з тим, що частина підприємств знаходиться в зоні проведення АТО. Загалом, більше 40% обсягу вилову припадає на внутрішні водойми, саме тому цей сектор діяльності потребує подальшого розвитку.

В Україні є значні площі внутрішніх водойм, придатних для вирощування риби. Наявність водного фонду для вирощування об'єктів аквакультури перевищує 1 млн. га.

Основними об'єктами ставового рибництва в Україні є короп і рослиноїдні риби (білий і строкатий товстолобики, білий амур), які становлять понад 95% загальних обсягів товарного вирощування риби [2, 3]. Також здійснюються роботи з розведення веслоноса та раків, зростають обсяги вирощування осетрових та лососевих: російський та сибірський осетри, стерлядь, веслоніс форель [4].

В Україні продовжується тенденція до зменшення обсягів виробництва товарно-харчової рибної продукції. У 2015 р. її випуск знизився на 25% з 47,9 тис. тонн до 35,9 тис. тонн, що пов'язано із зниженням купівельної спроможності громадян, нестачею обігових коштів у більшості підприємств, використання імпортової сировини, що залежить від коливань іноземних валют, нераціональним використанням наявних виробничих потужностей, зношеністю основних виробничих фондів, дефіцитом потужностей з базової переробки риби, відсутністю сучасних економічно вигідних технологій. Все це створює негативну ситуацію на внутрішньому ринку риби, яка призводить до збільшення витрат на виробництво рибопродукції та зростання споживчих цін [2]. Серед видового складу товарно-харчової рибної продукції переважають рибні консерви, риба заморожена нерозібрана морська та риба жива прісноводна.

Нестача власного виробництва риби і рибних продуктів покривається за рахунок імпорту. Протягом 2010–2013 рр. обсяг імпорту риби та морепродуктів щорічно зростає. Так, в 2013 році національний

рибний ринок складався з 85% імпортової рибної продукції сумнівної якості і лише 15% вітчизняної [5]. Девальвація гривні обумовила стрімке подорожчання імпорту риби та рибних продуктів, у зв'язку з цим його обсяги протягом наступних двох років зменшилися. Так, у 2015 році імпорт становив 323,1 млн. доларів США, що на 52% менше, порівняно з попереднім роком (рис. 2).

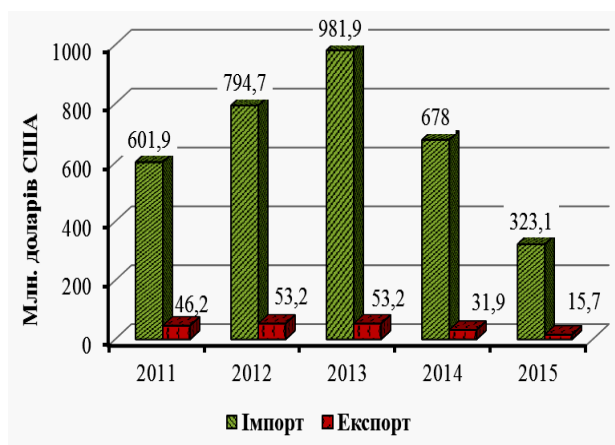


Рис. 2 Співвідношення імпорту та експорту риби та рибопродукції

Експерти вважають, що настав вдалий момент, щоб замінити імпорт українським продуктом – більше дешевим, але не менше якісним. При цьому, імпортні надходження залишаються основним каналом постачання риби та рибопродуктів на український ринок і забезпечують 66% внутрішнього споживання цієї продукції. У спеціалізованому магазині «Дари моря» та іншими супермаркетами, українська морська риба представлена лише бичком, решта морської риби – імпорт.

Експорт в Україні мало розвинений. У 2015 році відбулося скорочення експорту риби до 15,7 млн. дол. проти 31,9 млн. дол. у 2014 році (рис.2).

Основним видом рибних товарів, що імпортується є риба морозена (рис.3). Всього в січні-грудні 2015 в країну імпортовано зазначеної продукції на 197,73 млн дол., порівняно з 384,994 млн дол. роком раніше.

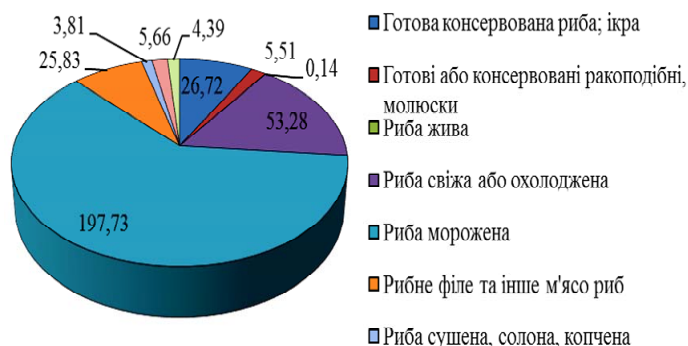


Рис. 3 – Видовий склад імпорту риби та морепродуктів у 2015 році, млн. доларів США

Імпорт свіжої та охолодженої риби в 2015 скоротився на 42,51%, до 53,28 млн дол. Готової консервованої риби та ікри в Україну імпортовано на 26,72 млн. дол., що на 61% менше ніж минулого року. Філе та іншого м'яса риби Україна в 2015 закупила на 25,83 млн. дол., це на 67,24% менше, ніж у 2014. Трійку країн-імпортерів з майже однаковими частками склали В'єтнам (25,58%), Норвегія (24,22%) та Ісландія (20,81%).

Обсяг експорту даної продукції у 2015 становив 8,06 млн дол. Це на 7,84% менше, ніж у 2014. Найбільшим імпортером українського м'яса риби залишається Німеччина (4,49 млн. дол.). Готової консервованої продукції у 2015 році експортовано на 4,58 млн. дол., що на 78% менше ніж минулого року, що зумовлено заборонаю на ввезення рибних консервів до Росії.

Зменшення виробництва та імпорту негативно позначилися на рівні споживання риби та рибопродуктів українцями (рис. 4).

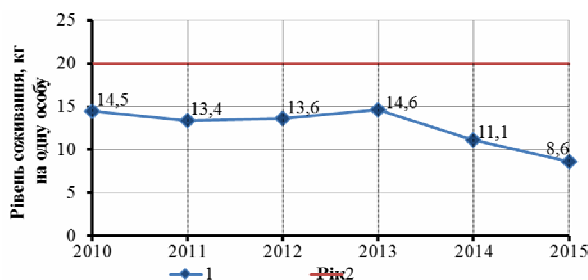


Рис. 4 – Динаміка споживання риби та рибних продуктів населенням України: 1 – риба та рибні продукти; 2 – норма.

Так, загальний фонд споживання риби і рибопродуктів населенням склав 367 тис. тонн, або у розрахунку на особу 8,6 кг, що на 43% менш встановлену раціональну норму – 20 кг.

Підвищення рівня забезпечення населення України рибою та рибною продукцією можливе за рахунок раціонального використання потенціалу всіх видів внутрішніх водойм. Перспективність вирощування риби в країні зумовлена значними площами та впровадженням трирічного циклу розведення товарної риби і використання інноваційних технологій виготовлення харчової продукції [7].

За останній час асортимент рибної продукції у світі значно розширився. Це пов'язано з розробками нових технологій, потребами покупців у якісних продуктах, які вимагають мінімальних витрат часу і зусиль на їх приготування, а також необхідністю комплексної переробки сировини. Поряд з традиційними видами: соленою, копченою рибою, пресервами та консервами на рибних прилавках з'явилася продукція в термоупаковках, під вакуумом, різні соуси і маринади з риби [8]. Широке розповсюдження у всьому світі знайшло виробництво різноманітних продуктів з рибного фаршу. В Японії традиційно виробляють продукцію на основі рибного фаршу «сурімі», а також рибні ковбаси, сосиски, вітчину, гамбургери [9]. У США, Канаді, Великобританії, Німеччині та інших країнах вже давно великою популярністю користуються рибні палички, порції, швидкозаморожені страви.

У світі широко розповсюджені пастоподібні рибні продукти. В Японії існує безліч рецептів приготування традиційного японського продукту камабоко. Рибні масла, креми, муси здавна користуються популярністю у Скандинавських країнах, Німеччині, Франції, Англії. Достатньо широкого поширення набули пастоподібні рибні суміші, які використовуються для виготовлення порційних страв, паштетів, рибо-овочевих композицій. Користуються попитом у населення також пастоподібні продукти на основі рибної ікри [8].

Незважаючи на широкий світовий асортимент і досвід виробництва рибних продуктів, їх випуск у нашій країні залишається проблематичним. На вітчизняному ринку асортимент пастоподібних продуктів з гідробіонтів обмежується рибним паштетом, оселедцевим та ікорним маслом, виготовленими з морської та океанічної рибної сировини [3].

В той час, в Україні є сировинна база і передбачається її розширення для створення інноваційних технологій паст на основі ікри прісноводної риби.

Протягом останніх десяти років, у зв'язку з інтенсивним розвитком в багатьох країнах світу аквакультури відбувається зародження її відносно нового напрямку – культивування гідробіонтів з метою одержання сировини для виробництва продукції з ікри. Одержання ікри-сирцю в ікорно-товарному рибництві може здійснюватись як шляхом забою статевозрілих самок, так і прижиттєвим способом [4, 7].

В якості об'єктів ікорно-товарного рибництва використовують такі види риб як райдужна форель (*Parasalmo mykiss*), пинагор (*Cyclopterus lumpus*), кларієві соми (*Clarias gariepinus*), кефаль (*Mugil soiyu*), щука (*Esox lucius*), короп (*Cyprinus carpio*) и веслоноса (*Polyodon spathula*) [3].

Подібну з коропом за будовою та технологічними властивостями ікру мають інші види риб сімейства коропових. Теоретично багато з них в перспективі також можуть стати об'єктами культивування для одержання ікри.

Актуальною стає проблема розширення асортименту рибної продукції на ринку України та створення кулінарних виробів підвищеної харчової та біологічної цінності на основі ікри та м'яса прісноводної риби, так званих полікомпонентних харчових продуктів.

Основні тенденції в технології полікомпонентних харчових продуктів були визначені японськими вченими та розвинуті вітчизняними та зарубіжними дослідниками [10, 11].

Серед українських вчених О. В. Сидоренко застосувала даний підхід при формуванні споживних властивостей риборослинних консервів і швидкозаморожених паштетів з м'яса товстолобика, білого амура з додавання рослинної сировини. Показано, що за рахунок додавання рослинних добавок (алича, кизил, буряк, морква, цибуля, петрушка, кріп, ламінарія, цистозіра) поліпшувались сенсорні характеристики та функціональні властивості розроблених продуктів. Доведено доцільність застосування рослинних компонентів для створення продукції на основі прісноводної риби з оптимізованою харчовою та біологічною цінністю [11]. Подальша реалізація даної концепції можлива при створенні продуктів із застосуванням інших видів рибної і рослинної сировини, що дозволить розширити асортимент продукції з прісноводної риби.

Для підвищення харчової і біологічної цінності фаршевих швидкозаморожених напівфабрикатів з прісноводної риби запропоновано додавання кальмара та сировину рослинного і тваринного походження. Показано, що додавання кальмару до фаршу з товстолобика покращує його функціонально-технологічні властивості і біологічну ефективність [12].

Розроблено технологію пресервів з товстолобика з додаванням морської водорості цистозіри, овочево-ягідних добавок (ягід калини, журавлини, барбарису, бузини, моркви, буряка, пряно-ароматичних коренеплодів) для підвищення біологічної цінності, покращення смако-ароматичних властивостей готової продукції та стимулювання дозрівання [13, 14].

Розроблено технологію стабілізації структури заморожених заливних продуктів з прісноводної риби на основі желуючих компонентів гідролоїдів. Підтверджено доцільність та ефективність використання рослиноїдних риб внутрішніх водойм України та рослинної сировини для виробництва заливних рибних продуктів [15].

Удосконалено технологію промитого фаршу з коропа за допомогою використання електрохімічно активованих водних систем. Запропонована технологія дозволяє одержати популярний у світі продукт – фарш типу «сурмі» із доступної прісноводної сировини. Доведено, що застосування католіту і аноліту в якості промивної рідини покращує функціонально-технологічні властивості та мікробіологічні показники фаршу, порівняно з традиційним використанням води [16].

Визначено закономірності формування і стабілізації споживних властивостей структуроутворювачів на основі вторинної рибної сировини з товстолобика з додаванням цистозіри. Розроблена технологія також вирішує питання комплексної переробки прісноводної риби [17].

Технологія пастоподібних продуктів дозволяє створювати продукти з широкою гаммою смаку і аромату, залежно від доданих компонентів, смакових добавок та виду сировини. Вони являють собою зручну структурно-агрегатну модифікацію для створення продуктів заданого складу, збалансованих за головними інгредієнтами та збагачених біологічно активними речовинами [3].

Рибні пасти переважно виготовляють з солоних оселедців, сардин, івасів, а також з білкової пасти «Океан» з використанням різних смакових та ароматичних добавок. Технологія приготування рибних паст з солоної риби зводиться до подрібнення м'яса риби на вовчку і перемішування з різними добавками.

Розроблено пасту зі скумбрії, для приготування якої використовують солону рибу з вмістом солі не більше 10%, вершкове масло прянощі. З лососевих риб, відбракованих за механічними пошкодженнями, виробляють пасту «Лососеву» з маслом або маргарином.

Поширені пастоподібні продукти, приготовлені з подрібненого м'яса свіжої риби або з рибного фаршу. Для приготування пікантного

пастоподібного продукту подрібнене м'ясо свіжої чи соленої риби протирають до отримання однорідної маси, змішують з одним з наступних молочних продуктів: вершкове масло, сир, вершки, сметана, плавлений сир. Суміш гомогенізують, а потім розфасовують в упаковки і піддають копченню або звичайній тепловій обробці. В якості сировини для приготування цього пастоподібного продукту використовують філе лосося, форелі та інших цінних риб. Готова продукція відрізняється високими смаковими властивостями [18, 19].

Для приготування пастоподібних продуктів можуть бути використані різні види дрібних риб, що зустрічаються як прилов. В якості інших компонентів використовують мариновані овочі, солону томатну пасту, крохмаль, сир, вершкове масло, воду і прянощі. Технологія приготування пасти зводиться до проварювання м'яса риби, змішування інгредієнтів, проварювання суміші, повторному перемішуванню, розтирання маси, фасування, закупорення. Пасту призначену для тривалого зберігання піддають стерилізації.

В основі оригінальної технології приготування пастоподібного рибного продукту покладено приготування бінарної композиції на основі соєвої білкової пасти, отриманої шляхом волого-теплової обробки соєвого зерна і крохмалю, з подальшим додаванням в неї паштетної маси з бланшованих печінки і молочку лососевих риб, смаженої цибулі, солі, спецій. Після ретельного перемішування маси її піддають тонкому подрібненню, фасуванню і стерилізації. Однак ця технологія характеризується трудомісткістю технології, а також наявністю – стерилізації, в результаті якої значно знижується біологічна цінність готового продукту [20].

Т.А.Орлової та В.С.Зезеровим розроблено технологію білкової пасти, із мойви, путассу, сайки, в основі виробництва якої лежать процеси промивання нерозібраних подрібнених дрібних риб, відбілювання білкової пасти перекисом водню з подальшою обробкою каталазою. Одержані білкові пасти являють собою продукт кремового кольору без смаку і запаху риби з вмістом білку не менше 18% і жиру до 1,5% [21].

Відкриття промислу антарктичного крилю сприяло розробленню технологій паштетів «Делікатесне» і «Новинка», до складу яких замість подрібненого м'яса риби входять варено-морожене м'ясо криля і солоня пробійна ікра минтая (у разі масла «Новинка»). При виготовленні масел з океанічних риб їх м'ясо, подрібнене на неопресі або на вовчку, протирають в кутері, після чого додають вершкове масло, гірчицю і все

ретельно перемішують. Отриману суміш протирають повторно, а іноді додатково обробляють на кремозбивальній машині до отримання пишної однорідної маси. При виготовленні ікорного масла спочатку подрібнюють і розтирають у куттері вершкове масло, потім до нього додають солону пробійну ікру минтая або інших риб і суміш перемішують до отримання однорідної зернистої маси [22].

Відомі також рибні креми, що готуються за більш складною технологією. Так, в рецептуру шотландського рибного крему крім знешкуруєного філе пікші, що слугує основною сировиною, входять молоко, вершкове масло, яйця, свіжий пшеничний хліб, сіль, перець, ароматизатор (зі смаком креветок або петрушки) і деякі інші компоненти. Технологія його приготування зводиться до наступного. Тонкоподрібнене м'ясо риби з'єднують з тертим свіжим пшеничним хлібом. Молоко і вершкове масло злегка підігрівають до розплавлення масла і перемішують з рибним фаршем; додають в суміш прянощі, смакові приправи і витримують протягом 10 хв. До половини всіх сирих яєць, звільнених від шкарлупи, додають жовтки іншої половини яєць і все перемішують, а потім з'єднують з рибною сумішшю. Білки яєць збивають, з'єднують з вершками і вводять при перемішуванні в рибну суміш. Отриману масу відварюють на пару протягом 40-45 хв [3, 22].

Морські безхребетні (кальмар, восьминог, двостулкові і черевоноги молюскі), які в соленому вигляді мають жорстку консистенцію, обробляють сумішшю солі і ферментним препаратом з нутроців ракоподібних і потім виготовляють з них пасту [23].

На ринку рибних продуктів присутні три нових види пастоподібних рибних продуктів, названих рибними мусами [20]. Це мус зі свіжого м'яса лосося з креветками, мус зі свіжого м'яса пікші з креветками і мус з копченого м'яса пікші. У складі кожного з мусів міститься не менше 40% м'яса риби з майонезом і соусом бешамель. До складу мусу зі свіжої пікші з креветками входять також томат-пюре, екстракт з анчоусів, англійська гірчиця. Компонентами мусу з копченого м'яса пікші слугують екстракт анчоусів і лимонний сік; мус зі свіжого лосося з креветками ароматизований мускатним горіхом.

Розроблено декілька видів пастоподібних продуктів з ікри мойви: «Паста з ікри мойви «Гостра»», «Паста з ікри мойви « Особлива «», «Паста з ікри мойви «Полярна»». Сировиною для приготування цієї продукції слугує морожена ікра мойви. В якості інших компонентів рецептури паст використовують соняшникову рафіновану олію вищого гатунку, плавлений кисломолочний сир, цукор, лимонну кислоту,

гірчицю (порошок), оцтову кислоту і воду. Готові пасти з ікри мойви являють собою однорідну тонко подрібнену масу білого або кремового кольору, з ніжною соковитою консистенцією і приємним смаком і запахом. Вміст солі в цих продуктах від 1,2 до 2,5%. Основні технологічні прийоми виробництва цих пастоподібних виробів – подрібнення і ретельне перемішування компонентів, пастеризація продукту [8].

Розроблено технологію отримання ікорного масла, при якій в якості основного ікорного компонента беруть відстій після перефасування рибної ікри в кількості 25–30%, рослинну рафіновану дезодоровану олія (65–72%), кухонну сіль (1,5-3,5), консервуючу добавку (0,09–0,1%) і до 1,5% від загальної маси вносять цілу ікру в якості харчової добавки, емульгують 3–5 хв в режимі безперервної циркуляції в системі спеціальних апаратів [24]. Дана технологія отримання ікорного масла передбачає використання відстою після перефасування, накопичення якого для отримання продукту в умовах виробництва вимагає тривалого часу, протягом якого відстій окислюється і піддається мікробному обсіменінню. Продукт являє собою емульсію, яка зберігає свої властивості і стабільність протягом 50-60 діб, що є дуже малим терміном зберігання в сучасних умовах споживчого ринку, а також обмеженням при поширенні продукту і продажу.

Типаковой Т.В. и Зуевим І.К. розроблено технологію одержання ікорного масла, згідно якої в якості ікорного компонента використовується ікра лососевих і / або частикових риб, та / або ікрона рідина, та / або солоні ястики, та / або ікорна оболонка [25]. До складу суміші вводять рослинну олію, кухонну сіль, харчові добавки, в якості яких використовують ікру минтая, або часткових, або лососевих риб, а також фарш рибний, фарш з морепродуктів або соуси. Підготовлену суміш гомогенізують, наприкінці перемішування додають емульгатор. Недоліком даної технології є те, що при додаванні різних харчових добавок (відварів овочів або риби, фаршів риби і морепродуктів, соусів) продукт втрачає натуральний смакоароматичний ікорний букет. При вмісті ікорного компонента менше, ніж кількість добавок, наприклад, 4%, продукт, отриманий даними способом не може проявляти дієтичні або інші властивості ікри за рахунок малої її кількості. У цьому випадку його також не можна називати ікорним, так як ікорний компонент в порівнянні з іншими складовими суміші сам буде добавкою.

Розроблено технологію одержання ікорного продукту з мало- і невживаної в даний час ікри промислових риб, у тому числі оселедцевих, камбалових (палтусів, камбал), глибоководних (макруруса,

лемонеми), тріскових (наваги, путасу), мерлузових риб, з перезрілої, обводненої та замороженої ікри [26]. При виготовленні продукту використовують ястики, морожену і свіжу ікру промислових риб, у тому числі перезрілу і обводнену, ароматизовану прянощами рослину рафіновану дезодоровану олію, кухонну сіль і емульгатор. Всі компоненти піддають тонкому подрібненню з послідовним змішуванням з ароматизованою подрібненими прянощами олією. Дана технологія дозволяє отримати продукт з використанням ікри, з якої неможливо отримати традиційні види ікорної продукції, але не передбачає використання ікри прісноводних риб.

Існують технології приготування пастоподібних продуктів з морської капусти: «Паста з морської капусти (напівфабрикат)», «Паста з морської капусти (напівфабрикат) з гвоздикою та іншими прянощами», «Паста з морської капусти (напівфабрикат) з ваніліном або лимонною есенцією» [22]. Для приготування цієї продукції використовують морську капусту першого і другого сортів або морожену в блоках, шматках і шинковану. Капусту промивають, заливають холодною водою, додають питну соду і проводять варіння при слабкому кипінні та періодичному перемішуванні. Відварену капусту направляють на кутерування, після чого здійснюють нейтралізацію питної соди (до рН 6-8) 80% -ною оцтовою кислотою. Наприкінці кутерування додають лимонну кислоту і масу піддають гомогенізації. Ароматизуючі речовини в пасту вносять в рідкому або подрібненому вигляді. Потім пасту охолоджують до 20–25°C і направляють на фасування.

Рибні паштети також представляють значну цінність для харчування. Основною сировиною для їх виготовлення слугує риба морожена і копчена, а також морожена білкова паста «Океан» [22]. Іншими компонентами рецептур паштетів є вершкове масло (або маргарин), рослинна олія, білкові збагачувачі, морква, цибуля, цукор, оцтова кислота, різноманітні прянощі та їх екстракти. Для виготовлення паштету проварене подрібнене м'ясо риби змішують з цибулею, томатною пастою, цукром та іншими компонентами у фаршемішалці, а потім суміш протирають до отримання однорідної тонко подрібненої маси, пропускаючи її через протиральну машину. В результаті такої обробки білкові частки починають виявляти властивості поверхнево-активних речовин, що сприяє гарному емульгуванню жиру і дозволяє вводити в суміші значну кількість рослинного або тваринного жиру, що підвищує харчову цінність готового продукту. Далі отриману паштетну масу прогрівають до температури 105–110 °C, а потім охолоджують і фасують.

Для приготування креветочно-рибних паштетів частково разморожену білкову пасту «Океан» завантажують в кутер і протирають, після чого до неї додають всі інші компоненти, передбачені рецептурою, попередньо підготовлені і подрібнені в кутері, і повторно протирають суміш у куттері. Паштетну масу в цьому випадку не прогривають, а відразу фасують у споживчу тару (формочки і стаканчики з полістиролу місткістю не більше 100 г).

Однією різновидом кулінарної рибної продукції є рибні креми. Муравьевої І.Н. розроблено комбіновані рибні продукти (креми і паштети), збалансовані за амінокислотним, жирнокислотним і мікроелементним складом за рахунок комбінування м'яса товстолобика, щуки і крупи манної, цибулі, моркви, масла, карагінану та ін [27]. Також розроблено функціональний паштет на основі прісноводної риби з додаванням кальмару [28].

В останні роки в технології пастоподібних продуктів використовуються молочнокислі мікроорганізми. Доведено, що їх застосування сприяє формуванню у фаршевих продуктів гармонійного запаху і смаку, вони також виступають в ролі консервантів [29]. Відома технологія зі спільним застосуванням ферментного препарату з нутроців краба і молочнокислих бактерій (*Lac. Lactis*; *Lac. Casei*; *Lac. Cremoris*) при отриманні фаршів. Недоліком даних технологій є збільшення собівартості виробництва пастоподібних продуктів.

В технології рибного спреда, що містить до 70% фаршу з солених або копчених лососевих риб і вершкове масло, в якості емульгатора застосовується хітозан [30]. В технології дієтичних паштетоподібних рибних консервів на основі рибного фаршу запропоновано використовувати в якості емульгатора розчин солі альгінової кислоти – альгінат натрію, альгінат натрію-кальцію.

Деякі дослідники вважають, що для стабілізації фаршевих продуктів, в тому числі пастоподібних, ефективно одночасне використання емульгаторів або загусники різної хімічної природи. Розроблені технології низькожирних емульсій і формованих рибних продуктів на основі бінарних композицій: хітозан – соєвий білковий ізолят, гомогенізована морська капуста – соєвий білковий ізолят, подрібнена рибна м'язова тканина – крохмаль. Вченими встановлено, що одночасне використання емульгаторів і загусники різної хімічної природи дозволяє розширити функціонально-технологічні властивості бінарного структуроутворювача, сприяє підвищенню ВУЗ, водо- і жиропоглинальної здатності рибного фаршу, виходу готових формованих продуктів, отримання стабільних емульсій з вмістом жирової фази не більше 35% [31].

Доведено доцільність використання ікри та м'яса прісноводних риб у технології пастоподібних продуктів [32].

Перспективи використання гідробіонтів також пов'язані зі збагаченням традиційних харчових продуктів, які широко застосовують у харчуванні. Таким продуктом є вершкове масло [33]. Розроблено технологію збагачення вершкового масла наповнювачами з морських водоростей – ламінарії, фукусу, цистозіри, зоостери, що сприяє поліпшенню органолептичних властивостей харчового продукту, підвищенню біологічної цінності за рахунок вмісту йоду, селену і других мікроелементів [34].

Таким чином, аналіз сучасного стану рибного господарства України свідчить про те, що він обмежений головним чином сировиною прісноводного походження. Перспективи технологій рибних продуктів пов'язані з розробленням полікомпонентних харчових продуктів збалансованих за показниками біологічної цінності, ефективності на основі м'яса, ікри прісноводних риб та їх збагаченням інгредієнтами рослинного та тваринного походження.

Література

1. Сельско-хозяйственные биотехнологии в сфере сельскохозяйственных культур, лесном хозяйстве, животноводстве, рыбном хозяйстве и агропромышленном комплексе. – Режим доступу: <http://www.fao.org/biotech/fao-documents/ru/>
2. Рибне господарство. Архів / Державний комітет статистики України. – Режим доступу :<http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Самофатова В. А. Аналіз перспектив розвитку рибопереробної галузі України / В. А. Самофатова, Г. І. Фалюта // Економіка харчової промисловості. – 2014. – № 3. – С. 50–52.
4. Розвиток галузі аквакультури стає все більш актуальним / Державне агентство рибного господарства України. – Режим доступу :<http://darg.gov.ua>.
5. Сумарний обсяг імпорту та експорту окремих груп товарів за кодами УКТЗЕД / Державна фіскальна служба України. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/f2a>.
6. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2015 рік. Статистичний збірник. – К. : Державний комітет статистики України, 2015 – 56 с.

7. Рыбная отрасль Украины: состояние и перспективы (электронный ресурс) – Режим доступа: <http://edab2b.com/opinions/rybnaya-otrasl-ukrainy/>.
8. Антипова Л. В. Расширение ассортимента рыбных продуктов / Л.В. Антипова, И. Н. Толпыгина // Рыбное хозяйство. – 2002. – № 2. – С. 52 – 54.
9. Park J. Surimi and surimi seafood Marcell Dekker / J. Park. – New York, 2000. – 500 p.
10. Абрамова Л. С. Поликомпонентные продукты питания на основе рыбного сырья / Л. С. Абрамова – М. : ВНИРО, 2005. – 175 с.
11. Сидоренко О. В. Наукове обґрунтування і формування споживних властивостей продуктів з прісноводної риби та рослинної сировини : дис. на здобуття наук. ступеня докт. техн. наук : спец. 05.18.15 «Товарознавство» / Сидоренко Олена Володимирівна. – К., 2009. – 292 с.
12. Лебська Т.К. Сучасні напрямки формування асортименту та якості заморожених рибних напівфабрикатів / Т. К. Лебська, С. Л. Козлова // Товарознавство і торговельне підприємництво: фахова професіоналізація, дослідження, інновації : міжнар. науково-практичн. конф., 15-16 квітня 2009 р. : тези доп. – К., Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 168 – 170 с.
13. Романенко О.В. Споживні властивості нових пресервів на основі прісноводної риби : дис. канд. техн. наук : спец. 05.18.15 «Товарознавство»/ О. В. Романенко. – К., 2006. – 171 с.
14. Голембовська Н. В. Технологія пресервів з прісноводних риб та пряно ароматичних коренеплодів: дис. канд. техн. наук : спец. 05.18.04 «Технологія м'ясних, молочних продуктів і продуктів з гідробіонтів» / Н. В. Голембовська. – Одеса, 2016 – 191 с.
15. Дончевська Р. С. Формування споживних властивостей
16. заморожених заливних продуктів із прісноводної риби: автореф. дис. на здобуття канд. техн. наук спец. 05.18.15 «Товарознавство»/ Р.С. Дончевська. . – К., 2011. – 23 с.
17. Маевская Т. М. Совершенствование технологи промитоого фарша из пресноводной рыбы: дис. канд. техн. наук : спец. 05.18.04 «Технология мясных, молочных продуктов и продуктов из гидробионтов» / Т. Н. Маевская. – К., 2014. – 183 с.
18. Іванюта А. О. Споживні властивості структуроутворювачів на основі вторинної рибної сировини з товстолобика: дис. канд. техн. наук : спец. 05.18.15 «Товарознавство»/А. О. Іванюта. – К., 2014. – 217 с.

19. Чернышова О.В. Изучение возможности использования мало-размерного рыбного сырья восточно-каспийского бассейна в технологии пастообразной продукции / О.В. Чернышова, М.Е. Цибизова // Вестник АГТУ. Сер.: Рыбное хозяйство. – 2011 – № 2. – С. 179–185.
20. Бредихина О. В. Научные основы производства рыбопродуктов / О. В. Бредихина, М. В. Новикова, С. А. Бредихин – М.: Колосс, 2009. – 152 с.
21. Пат. 2223675 Российская Федерация, МПК A23L 1/325, A23L 1/29. Способ приготовления рыбного пастообразного консервированного продукта / Доценко С.М., Скрипко О.В., Тильба В.А., Мамедова Т.Д., Шепель Т.А.; заявитель и патентообладатель Всероссийский научно-исследовательский институт сои. – № 2001101184/13; заявл. 12.01.2001; опубл. 20.02.2004.
22. Орлова, Т.А. Технологии получения продуктов и биологически активных веществ из морских гидробионтов / Т.А. Орлова, В.С. Зензеров // Апатиты: Изд. КНЦ РАН, 2004. – 227 с.
23. Безуглова А.В. Технология производства паштетов и фаршей
24. : [учебно-практическое пособие] / Безуглова А.В., Касьянов Г.И., Палагина И.А. – Москва : МарТ, 2004. – 304 с.
25. Пат. 2110192 Российская Федерация, МПК A23L 1/24. Пищевая эмульсия / Ярочкин А.П., Чупикова Е.С., Курханова В.М.; заявитель и патентообладатель Тихоокеанский научно-исследовательский рыбохозяйственный центр «ТИНРО-Центр» – № 2011130357/13; заявл. 12.03.1996.; опубл. 10.05.1998.
26. Пат. 2251360 Российская Федерация, МПК A23L1/325. Икорное масло и способ его получения / Воронин Г.М., Лебединский Э. Б.; заявитель и патентообладатель Воронин Геннадий Михайлович. – № 2003127007/13; заявл. 05.09.2003; опубл. 10.05.2005. Бюл. № 13. Пат. 2238665 С 2 Российская Федерация, МПК A23L1/325.
27. Икорное масло и способ его получения / Типакова Т. В., Зуев И. К.; заявитель и патентообладатель Общество с ограниченной ответственностью «ДАРЕОС». – № 2001133621/13, заявл. 14.12.2001; опубл.: 27.10.2004.
28. Пат. 2501491 С 1 Российская Федерация, МПК A23L 1/328. Икорный продукт и способ его получения / Пушнарченко Э. А., Лаженцева Л. Ю., Шульгина Л. В.; заявитель и патентообладатель Общество с ограниченной ответственностью «КРЕДО». – № 2011116881/13, заявл. 27.04.2011; опубл. 20.12.2013. Бюл. № 35.

29. Муравьева И. Н. Разработка технологии и товароведная оценка комбинированных рыбных продуктов : автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. техн. наук. : спец. 05.18.15 «Товароведение пищевых продуктов и технология продуктов общественного питания» / И.Н. Муравьева. – Новосибирск, 2006. – 18 с.
30. Антипова Л. В. Функциональный паштет на основе прудовой рыбы с добавлением кальмара / Л.В. Антипова, Нгуен Тхи Чук Лоан, В.С. Слободяник, М.М. Данылиев // Пищевая промышленность. – 2011. – № 10. – С.70 – 72.
31. Журавлева С.В. Разработка технологии рыбных паст из сырья прибрежного лова с использованием молочнокислых микроорганизмов: автореф. дис. канд. техн. наук: 05.18.04 / Журавлева Светлана Валерьевна. – Владивосток, 2009. – 24 с.
32. Максимова С.Н. Перспективы производства рыбных спредов / С.Н. Максимова, М.А. Стрижова // Комплексное обеспечение региональной безопасности: Сборник трудов / Отв. Ред. Н.Г. Ключкова. – Петропавловск-Камчатский: Камчат ГТУ, 2011. – С. 238 – 239.
33. Андреева Е. И. Разработка технологии эмульсионных и формованных продуктов на основе композиционных структурообразователей: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.18.04/ Андреева Елена Ислямовна. – Владивосток, 2000. – 20 с.
34. Менчинська А. А. Розширення асортименту рибних пастоподібних продуктів [Текст] / А. А. Менчинська, Т.К. Лебська, М. В. Мельник // «Наукові здобутки молоді у вирішенні актуальних проблем переробки сировини, стандартизації і безпеки продовольства»: міжнар. науково-практ. конф. молодих вчених, аспірантів і студентів, 20–22 квітня 2012 р.: тези доп. – К.: НУБіП України, 2012. – С. 217 –218.
35. Рашевська Т.О. Розробка нового виду вершкового масла з кріопорошком буряку / Т.О. Рашевська, Г.О. Сімахіна, В.П. Андрущенко // Наукові технології подвійного призначення : наук.-практ. конф., 19-21 квітня 1994 р. : тези доп. – К., 1994. – С. 147.
36. Пат. u201412928. Вершкове масло з наповнювачем / Очколяс О. М., Лебська Т. К., Тищенко Л. М. ; заявник і патентовласник Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — № 98486 ; заявл. 03.12.14 ; опубл. 27.04.15, Бюл. № 8.

Лиса С.С.,
к.е.н., ст.викладач кафедри торговельного
підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: КЛАСИФІКАЦІЯ ФОРМАТІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

Тенденцією розвитку сучасного світу є глобалізаційні процеси, які поширилися на всі сфери суспільства. Найхарактернішою рисою сучасної торгівлі є глобалізація ритейлу, яка безпосередньо впливає на стан і перспективи конкурентоспроможності національного торговельного підприємництва в будь-якій країні світу. Економічні системи і, зокрема, роздрібна торгівля України, в умовах високодинамічного конкурентного середовища, вимушені постійно змінювати свої стратегії розвитку, формати та типи під впливом стрімкого розвитку технологій та вимогливості споживачів, щодо якісного надання послуг. Зміни умов ведення комерційної діяльності та складність пристосування до них актуалізують дослідження щодо обґрунтування тенденцій та особливостей розвитку роздрібною торгівлі.

Дослідження проблем ефективного розвитку роздрібною торгівлі в Україні відноситься до сфери наукових інтересів провідних вітчизняних дослідників: А.А. Мазаракі, І.В. Височин, Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, Г.І.Фролова та ін.

Метою статті є дослідження основних сучасних тенденцій розвитку роздрібною торгівлі. Дослідження найбільш ефективних форм організації роздрібною торгівлі. Проаналізувати формати, типи об'єктів роздрібною торгівлі, а саме торговельних центрів та торговельних мереж. Визначення торговельного центру як сучасного типу підприємств роздрібною торгівлі, аналіз природи споживчої корисності торговельного центру та визначення шляхів її підвищення.

Незважаючи на активне будівництво нових торговельних об'єктів, рівень розвитку національної торговельної мережі ще, значно, відстає від нормативів та рівня розвинених країн. При цьому особливого значення набуває раціональна структура й оптимальне співвідношення різних типів та спеціалізації торговельних об'єктів. Вирішення даного питання вимагає уважного аналізу специфіки функціонування та сутності споживчої корисності торговельного центру, як одного з

пріоритетних типів підприємств роздрібно́ї торгівлі для подальшого розвитку національної торговельної мережі. Аналізуючи літературні джерела, та аналітичну інформацію виникає складність з трактуванням поняття «формат об'єкту торгівлі» і з ще більшою кількістю варіантів розподілу на формати. Торговельні центри мають свою класифікацію, торговельні мережі, які розвиваються в межах торговельних центрів іншу. Однією з ключових особливостей, яка визначає модель роздрібно́ї торгівлі є формат. Категорії форматів існують для виявлення основних концепцій, яким слідуєть організації роздрібно́ї торгівлі. У деяких випадках, підприємства роздрібно́ї торгівлі можуть бути задіяні більш ніж в одному форматі. Магази́ни можуть бути як загального, так і спеціального призначення.

Так, у Державному стандарті України «Будинки і споруди. Підприємства торгівлі» від 01.07.2009 р. надається визначення понять та обов'язкові вимоги до приміщень роздрібно́ї торгівлі в залежності від їх класифікаційної відповідності, а саме: асортименту, площі, форми обслуговування та особливості будівлі. Підприємства торгівлі за цією класифікацією можуть бути поділені на: кіоск; магази́н; вбудований магази́н; павільон, універмаг, торговельний центр, мінімаркет, гіпермаркет. Очевидно, що в діючому стандарті відсутні сучасні формати магази́нів, які вже певний час існують у роздрібно́ї торгівлі України.

Як зазначає Чорна М.В. [6, ст. 295] «...важливим фактором розвитку роздрібно́ї торгівлі стали активні трансформації у сфері матеріально-технічної бази торгівлі, пов'язані з появою нових форматів торговельних об'єктів». Завдяки зростанню роздрібних мереж, збільшується кількість магази́нів, які відповідають новим сучасним форматам. Одним із найбільш перспективних за динамікою зростання вважається розвиток продуктових мереж, про що свідчать статистичні дані стосовно обсягів продажу в структурі роздрібно́го товарообороту. Формат магази́ну – складне поняття, яке в залежності від сукупності великої кількості факторів визначає стандарти і технологію роботи об'єкта роздрібно́ї торгівлі. У найпростішому випадку магази́ни роздрібно́ї торгівлі поділяються на три формату: гіпермаркет, супермаркет і магази́н біля будинку. При більшій деталізації до них додаються формат «дискаунтер» і «кеш енд керрі». У максимальному варіанті класифікатора – 26 можливих форматів магази́нів. [2, ст.61]. Деякі автори дублюють західні технології і стандарти роздрібно́ї торгівлі на практику українського рітейлу. Не завжди існуючі класифікації відображають реалії існування та розвитку роздрібно́ї торгівлі України.

Аналізуючи нормативно правову базу, видно, що відсутні тлумачення деяких існуючих форматів роздрібної торгівлі. Такі як: дискаунтер, дрогері, moll, тощо. Однак в практиці розвитку роздрібної торгівлі вони є, а отже необхідно мати загальну уяву щодо змісту кожного з них. Нижче подано формати роздрібної торгівлі від відомих компаній, як ілюстрація погляду на формати в залежності від діяльності. Окрім цього існує уточнення форматів залежно від напрямків діяльності торгівлі.

Таблиця 1

Класифікація форматів магазинів [4, 6]

Назва	Вимоги до об'єкту
Гіпермаркет	Магазин самообслуговування з торговою площею більше 5000 м ² , із широким спектром продо- вольчих і непродовольчих товарів
Супермаркет	Магазин самообслуговування з торговою площею від 2,5 до 5 тис. м ² . Широкий спектр продо- вольчих товарів, і в силу площі менша кількість непродовольчих товарів
Економний супермаркет	Великий формат (від 2,5 тис. м ²) універсальної торгівлі, орієнтованої на низькі ціни, з широ- ким асортиментом непродовольчих товарів, товарів по догляду за тілом, продовольчих товарів (30–40% асортименту).
Магазин біля дому	Невеликий продовольчий магазин із торговою площею менше 400 м ² Як правило, за асортиментом схожий із супер- маркетом, але в даному форматі існує також і обслугову- вання через прилавок
Гастроном	Невеликий за площею магазин, як правило, спеціалізується на специфічних видах продовольчих товарів (м'яса, вина, сиру), а також урахує національні та регіональні уподобання споживачів
Дискаунтер	Продовольчий магазин із торговою площею від 1000 м ² . Формат найбільш поширений в Європі, де і з'явився (Німеч- чина). Існує в двох різних версіях: жорсткий дискаунтер (harddiscountstore), який майже повністю орієнтований на власні торгові марки і низький рівень цін; м'який дискаун- тер (softdiscountstores), що пропонує більш широкий вибір фірмових виробів і свіжих продуктів харчування
Універсам	Розташований в центрі міста торговий об'єкт, що пропонує широкий вибір товарів (кожен в окремих департаментах), включаючи одяг, господарські товари, меблі, канцелярське приладдя, а також продукти харчування
Cash&Carry	Оптовий формат торгівлі, заснований на членстві і призначений для посередників і комерційних клієнтів (операторів магазинів і ресторанів)

Назва	Вимоги до об'єкту
Стоковий магазин	Магазини, де продаються фірмові залишки одягу чи взуття, які не були продані вчасно у фірмових магазинах
Бутик	Спеціалізований магазин, який реалізує товари відомих марок або товари особливого попиту (вишукані марки вин) за високими цінами
Торговельний центр	Група роздрібних магазинів та закладів швидкого харчування, зосереджених в одному місці і керованих як одне ціле, які за своїми типами, розмірами та місцем розташування функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують

Аналізуючи дані статей, коротко згруповані в таблиці, можна підсумувати, що оновлюються існуючі формати. Так, з існуючого формату «гастроном» все частіше з'являються магазини форматів «дискаунтер» та «магазин біля дому». Дана тенденція свідчить про підвищення рівня цивілізованості роздрібною торгівлі, підвищення важливості якості товарів та сервісу для споживачів і тд. Аналізуючи дані, щодо функціонування торговельних мереж, можна зробити висновок про те, що при зменшенні кількості об'єктів торгівлі в Україні 2012–2016 рр., кількість магазинів поступово зростає, що характеризується активним зростанням частки організованої мережевої торгівлі. За оцінками експертів [3, 4, 6] сучасний стан розвитку роздрібною торгівлі характеризується яскраво визначеною тенденцією до концентрації торгівлі, збільшення торговельного бізнесу за рахунок консолідації торговельних компаній та створення торговельних мереж. Якщо співставити у динаміці показники забезпеченості населення кількістю магазинів та забезпеченості торговельною площею у розрахунку на 10 тис. осіб, можна зробити висновки, що останніми роками збільшується кількість невеликих за розміром магазинів.

Останніми роками стрімко розвиваються роздрібні мережі, які складаються з десятків або навіть сотень роздрібних торговельних підприємств, що належать єдиному власнику. Перевагами такої власності є: централізація та високий рівень управління всією комерційною діяльністю за рахунок залучення кваліфікованих фахівців дають змогу уникнути багатьох недоліків, характерних для окремого магазину; розміри мереж дають змогу закуповувати великі партії товарів, отримуючи при цьому максимальні знижки та економлячи на транспортних витратах; можливість розміщення товару зі зміною простору та зміна асортименту товарів, формування привабливого асортименту за

конкурентоспроможними цінами; здатність об'єднати функції оптової та роздрібною торгівлі. Завдяки збільшенню кількості роздрібних мереж, загальної стратегії торговельного підприємництва та купівельної поведінки споживачів відбувається переорієнтація останніх на формат невеликих магазинів, які охоплюють різні сегменти ринку.

На ринку України представлені всі формати магазинів організованого сектору торгівлі. В Україні розвиваються й такі типи об'єднань, до складу яких входять роздрібні, оптові та виробничі підприємства, які функціонують як єдина система. Деякі торгові об'єднання розвивають магазини різних типів. До таких торгових об'єднань можна віднести: ЗАТ «Fozzy Group» (торгово-промислова корпорація), в структуру якого входять торговельна мережа гастрономів (магазинів біля дому) – «Фора», торговельна мережа супермаркетів «Сільпо», «Fozzy» – мережа оптових гіпермаркетів та мережа дискаунтерів «Thrash», які, які торговельна мережа відкриває для конкурентоздатності та оптимізації внутрішніх процесів; «Пакко-холдинг» в структуру якого входять торговельна мережа гастрономів «Вопак» та «ПАККО» – мережа гіпермаркетів; ТОВ «Таврія-В» являє собою об'єднання мережі супермаркетів, мережі гіпермаркетів та мережі гастрономів; ВАТ «Рітейлінгова компанія Євротек» в структуру якої входять: мережі супермаркетів «Квартал економ магазин» та «Фреш». Різноманітність дозволяє торговельним мережам забезпечувати наближення до кінцевого споживача.

Таблиця 2

Характеристика основних форматів торговельних мереж України

Тип торговельної мережі	Площа, тис.	Широта асортименту, тис. товарних позицій	Торговельні мережі продовольчого сегменту споживчого ринку України
Гіпермаркет	понад 3,0	понад 15,0	«Fozzy» (10), «Таврія-В», «ПАККО», «Ашан», «Караван», «Мега-маркет», «Реал», та ін.
Супермаркет	0,4-3,0	понад 5,0	«Сільпо»(273), Le Silpo (3), «Велика кишеня», «Рукавичка», «Фуршет», «Еко-маркет», «Барвінок», «Таврія-В», «Фреш», «Spar», «Novus», «Villa», «Вопак», «Наш край», «Союз», «Фаворит», «квартал економ магазин», «Копійка», «Виртус», «Обжора», «Марс», «Країна край», «Varus»

Тип торговельної мережі	Площа, тис.	Широта асортименту, тис. товарних позицій	Торговельні мережі продовольчого сегменту споживчого ринку України
Дискаунтер	0,4-0,8	1,0-3,0	«АТБ»(730), «Брусниця», «Thrash» (2)
Магазин біля дому	0,4-2,0	1,0-2,0	«Фора» (239), Квартал», «Союз», «рукавичка», «Копійка», «Наталка» та ін.

За результатами аналізу даних, скорочено наведених, у табл. 2, можна зробити такі висновки: серед сучасних форматів торговельних мереж України найбільшої популярності набули мережі гіпермаркетів, супермаркетів та дискаунтерів. Гіпермаркети представляють найбільший тип торговельних мереж, який являє собою динамічний сегмент роздрібної торгівлі, що, як правило, розташований в місцях віддалених від місць проживання населення, за містом. Супермаркет, приваблює покупців широким асортиментом, наявністю власного виробництва хлібопекарських та кулінарних виробів, наявністю місць паркування а також виробництвом продукції під власними торговельними марками. За період 2015-2016 рр розвитку набули: «дискаунтери» (темп приросту 15,4%), «спеціалізовані магазини з продажу одягу/взуття» (56,3%), «інші спеціалізовані магазини» (58,8%); «позамагазинна торгівля – non-store» (50,0%) [Горбенко].

Популярність даного формату торговельної мережі пояснюється також ефективним поєднанням важливих пріоритетів у виборі місця здійснення покупки – місце розташування, ціна, комплекс додаткових послуг, внутрішня атмосфера магазину. В свою чергу дискаунтер («економічний супермаркет») – приваблює покупців низькими цінами та близьким розташуванням біля дому. Для того, щоб якомога більшу кількість споживачів залучити у власну роздрібну мережу, все більше власників використовують магазини різних форматів. Тому, при обиранні формату магазину повинно бути враховано: кількість та повноту асортименту; ціновий діапазон наявного асортименту; перелік додаткових послуг; план руху потоку споживачів у торговельному залі; торгівельне обладнання, його кількість, розміри в залежності від асортименту магазину; атмосферу магазину (колір, освітлення, музикальний супровід, зручність під'їздів до магазину).

Досліджуючи розвиток продовольчих торговельних мереж в Україні можна простежити наступні тенденції: зменшення кількості

нових магазинів, відкритих протягом 2015–2016 рр.; переорієнтація на формати «дискаунтер»; орієнтація споживачів на товари більш низького цінового сегменту; підвищення ефективності за рахунок впровадження логістичних принципів в управлінні, заміну іноземних товарів українськими аналогами; розвиток власних торгових марок мережі (Privat Label).

Проаналізуємо розвиток непродовольчих торговельних мереж, які розвиваються в межах торговельно розважальних центрів (ТРЦ). Торговий центр (ТЦ) – це особливий тип підприємств роздрібної торгівлі представлений у вигляді сукупності підприємств торгівлі, сервісного обслуговування, ресторанного господарства та дозвіллевої інфраструктури, підібраних відповідно до концепції центру і розташованих на території спеціально спроектованої, побудованої та експлуатованої будівлі або комплексу будівель, яка пропонує широкий асортимент товарів і послуг відповідно до потреб зони обслуговування, і знаходиться в професійному управлінні як єдине ціле. Обов'язковим для торговельного центру є надання паркування для автотранспорту відповідно до площі магазинів, що входять до його складу.

Популярність торговельному центру забезпечує високий рівень його споживчої корисності, природу якої складає концентрація торговельних підприємств, пов'язана з економією часу споживачем.

Сьогодні однією з найбільш популярних та ефективних форм організації торговельного простору міста є «моли» (moll) – багатофункціональні торговельні комплекси, які стали невід'ємним атрибутом великих міст. Спочатку моли створювались для заміського простору, але згодом трансформувались в міські торговельні площі. Прототипами для нової споруди стали такі торговельні міські простори, як пасажі, галереї та універмаги [1, ст. 65]. Моли увібрали в себе основні функції цих форматів, забезпечивши новий якісний рівень організації торговельного простору та задовольнивши вимоги сучасності. Проте, на відміну від своїх прототипів, мол із самого початку позиціонувався, як заміська споруда, що повинна була замінити торговельну, комунікативну, відпочинкову та інші функції.

Проаналізувавши літературу та аналітичний матеріал, можна зробити висновок, що в Україні немає чіткого розмежування торговельно розважального центру та молу. Термін «мол» почав використовуватись, як значення сучасного ТРЦ з великою торговельною площею, збільшеною поверховістю, підземним розташуванням, поділом на функціональні блоки.

Популярності набуває, відомий всім формат роздрібної торгівлі – універмаг. В універмазі конверсія відвідувачів в покупці в 2-3 рази вище, ніж в торговому центрі, адже це досить зручний формат. Так, на одному майданчику представлено 10-15 різних брендів, в той час як в ТЦ доведеться обійти кілька магазинів. Зручність забезпечує і розподіл товарних груп по відділах, розташованим на різних поверхах. За статистикою [3, 6], лише близько 20 відсотків з тих, хто заходить в торговий центр, здійснюють покупку.

Невдовзі в м. Києві буде відкрито перший в такому форматі об'єкт торгівлі – ЦУМ. В якому заплановано представити унікальний асортимент, систему бонусів, послугу консультант біля примірки і тд.. На відміну від торгового центру, де встановлюють досить високі орендні ставки на магазини розміром 100-150 м², в універмазі під одну торговельну марку відводиться в середньому 30-40 м².

Важливий момент, при існуванні даного формату торгівлі: універмаг належить одному власникові, який здійснює основний вид діяльності. Оператор може здавати невеликі площі (не більше 5%) під підприємства громадського харчування і сервісу – для розширення кількості послуг. Універмаг може бути одиночним або мережевим. З концептуальної точки зору суттю універсального магазину є забезпечення потреби максимально широкою аудиторії по максимально широкому асортименту товарів і послуг. Всі капітальні інвестиції, включаючи мерчандайзинг універмаг бере на себе. Універмаг приймає товари на комісію і продає через свої каси кінцевого споживача.

Універмаг працює як один великий магазин. Тут діють єдині правила мерчандайзингу, стандарти з обслуговування покупців, одна програма лояльності і один менеджер з закупівель, який формує асортимент універмагу в цілому (байер). Тим часом експерти ринку відзначають тенденцію активізації формату стоків.

При аналізі непродовольчих мереж формати поділені за ціновою характеристикою асортименту. Асортимент розподілений по цінових сегментах: premium – лінії прет-а-порте (стандарт+); middle up (стандарт+), middle (середній) і mass-market (середній-) [3].

В сучасній практиці з'являється багато слів, що позначають різні формати торговельних об'єктів. Іноді відбувається спотворення або не зовсім правильне використання термінів. Нижче перерахуємо, формати, які існують в діловому осередку, проте не використовуються в науковій літературі. Дані формати використовуються в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами. Функціонують в межах сучасних торговельних центрах.

Бутік (фр. Boutique – невеликий магазин модних і дорогих товарів). Магазин ексклюзивного одягу і аксесуарів, які можуть бути офіційними торговими точками знаменитих будинків моди. Бутік може бути монобрендовим і мультибрендовим.

Концепт стор (англ. Concept store – багатофункціональний магазин). У нашій країні вони не дуже поширені, але в Європі користуються популярністю. Концепт сторі припускають, що продаються в них предмети, часто абсолютно різнорідні, але їх об'єднує якась ідея, концепт.

Корнер (англ. Corner – кут) – відділ, фірмова секція, будь-якої марки одягу, косметики, що знаходиться не в окремому, відгородженому стіною і дверима приміщенні, в загальному просторі великій торговій площі, але з власним оригінальним оформленням, з використанням рекламної атрибутики.

Шоу-рум (англ. Show room – демонстраційний зал) це приміщення з демонстраційним залом, де виставлені зразки колекцій брендів, що представляються.

Дисконт (англ. Discount, знижка, зменшення ціни) і сток (англ. Stock – запас товарів, асортимент, наявний в наявність) – розпродаж за низькими цінами. Дисконтна торгівля має на увазі розпродаж за зниженими цінами сезонних речей, які не розпроданих в сезон магазинами, розпродаж партій товарів з колекцій минулих сезонів, складських залишків, перевиробництва, реалізацію одягу, яка не надійшла на продаж в торгові мережі.

Аутлет (англ. Outlet – ринок збуту; retail outlet). Аутлет – це той же формат дисконту, що спеціалізується на продажу брендів одягу зі значними знижками. Концепція даного формату – дати споживачам можливість купувати якісний одяг відомих брендів зі знижками від 30% до 80%. Більшість аутлетів розташовується в промислових або замських зонах, що економить витрати на оренду торговельної площі. Як правило, це не поодинокі магазини, а великі торговельні центри (приклад, Аутлет-цент «Мануфактура», м.Київ)

Поп Ап Стор (Pop-Up Store – від англ.Pop-Up – вискакує). Кожен магазин працює певний відрізок часу і зникає. Існують, як правило, в прохідній частині торговельних центрів.

Дрогері (нім. drogerie – «аптекарський магазин»), який на відміну від класичної аптеки є магазином самообслуговування, що пропонує побутову хімію, засоби гігієни і косметики, аксесуари, біжутерію, іграшки та білизну.

Оминути дані формати було не можливо, з точки зору того, що аналіз ринку продуктового ритейлу проводять і за такими ознаками класифікації. Підводячи підсумки аналізу основних тенденцій розвитку роздрібних торговельних мереж України слід, перш за все, зосередитися на таких позитивних аспектах: зростання темпів розвитку роздрібною торгівлі призводить до розвитку торговельних мереж; зміна структури організаційних форм торгівлі – суттєве збільшення частки магазинних форм торгівлі за рахунок зменшення частки роздрібних ринків; зростання частки сучасних типів торговельних мереж в обороті роздрібною торгівлі; випереджуючі темпи відкриття торговельними мережами нових торговельних об'єктів у регіонах. Що стосується розвитку ТРЦ, тут є також особливості розвитку, а саме, збільшення кількості ТРЦ в вигляді «молів», повернення до практики функціонування «універмагів», будівництво ТРЦ за межами міста, тощо. Незважаючи на нестабільну економічну ситуацію, високу тіньову складову бізнесу в країні, роздрібна торгівля залишається однією з тих галузей, яка активно розвивається і не тільки збільшує власні прибутки, а й є підтримкою всієї економіки країни. Для посилення своїх позицій, утримання наявних та залучення нових клієнтів, збільшення власного прибутку кожне роздрібне підприємство повинно використовувати якомога більший комплекс заходів, враховувати вимоги до форматів магазинів роздрібною мережі.

Література

1. Березко О. В., Переваги та недоліки молу як міської будівлі на прикладі Києва // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури, 2015, № 5(206).
2. Горбенко О.В., Ринок продуктової роздрібною торгівлі в Україні: формати, мережі, розвиток національний транспортний університет // «Молодий вчений», 2015. – № 9 – Ч.1. – С.59-66.
3. Классификация форматов магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.story-trading.ru/>.
4. Основные форматы розничной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>
5. Фролова Г.І. Ринкове конкурентне середовище торговельних мереж в Україні / Г.І. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 4 (28). – С. 54–59.
6. Чорна М.В., Кушнір Т.Б., Волосов А.М. Світовий ритейл: тенденції розвитку та конкурентні позиції / М.В. Чорна, Т.Б. Кушнір, А.М. Волосов

// Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 293-300.

7. Шнорр Ж.П. Основные признаки классификации современных организаций розничной торговли / Ж.П. Шнорр // Вестник КемГУ. – 2013. – № 2 (542). – Т. 1. – С. 318–324.

Мережко Н.В., д.т.н., проф.,
завідувач кафедри товарознавства та митної справи,
Золотарьова О.Г.,
асистент кафедри товарознавства та митної справи,
Шульга О.С.,
асистент кафедри товарознавства та митної справи,
Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПРИРОДНИХ КАМ'ЯНИХ МАТЕРІАЛІВ

Україна належить до числа провідних мінерально-сировинних держав світу. Поєднання різновікових структурних елементів, що сформувалися внаслідок прояву всіх властивих становленню земної кори процесів, обумовило наявність в Україні широкого діапазону корисних копалин, що складають мінерально-сировинну базу країни. Україна, яка займає 0,4% земної суші, має в своїх надрах 5% мінерально-сировинного потенціалу світу, що налічує близько 200 видів корисних копалин, 120 з яких людство використовує сьогодні. З них 94 види мають промислове значення і враховуються Державним балансом запасів України [1, 2].

Вагоме економічне значення мають запаси нерудних будівельних матеріалів. Їх родовища знаходяться у різних геологічних регіонах. За розвіданими запасами деяких видів неметалічної сировини Україна випереджає РФ, США, Великобританію, Францію, Канаду та ін. [3].

Промисловість будівельних матеріалів є великою складовою економіки будь-якої країни. Ця галузь, будучи основною матеріальною базою для будівельного комплексу, істотно впливає на темпи зростання в інших галузях економіки і соціально-економічний стан суспільства в цілому.

Промисловість будівельних матеріалів включає не лише виробництво основних видів будівельних матеріалів (цементу, цегли бетону та

бетонних конструкцій, керамічної плитки, брущатки, теплоізоляційних і покрівельних матеріалів), а й велику кількість інших підгалузей, зокрема, виробництво природних кам'яних матеріалів.

Природні кам'яні матеріали використовують у будівництві на всіх етапах зведення споруд. Для кладки стін використовують такі види гірських порід як вапняк, доломіт, вулканічний туф, пісковик, гіпсовий камінь, для зовнішнього облицювання будівель – граніт, сієніт, діорит, габро, лабрадорит, вулканічний туф, базальт, кварцит, щільний вапняк, пісковик, для внутрішнього оздоблення – мармур, мармуроподібний вапняк, травертин, ангідрит, гіпсовий камінь, вулканічний туф, щільний вапняк-черепашник, брекчія, конгломерат (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Застосування природних кам'яних матеріалів у будівельній галузі

№ з/п	Галузь застосування	Матеріали та вироби з природного каменю	Види гірських порід
1.	Фундаменти	Бутовий камінь, каміння пиляне та колене	Усі види гірських порід
2.	Стіни	Стінове каміння й дрібні блоки, крупні стінові блоки, тесаний камінь	Усі види вапняків, доломіт, вулканічний туф, пісковик, гіпсовий камінь
3.	Зовнішнє облицювання	Облицювальні плитки й каміння, профільні елементи	Граніт, сієніт, діорит, габро, лабрадорит, вулканічний туф, базальт, кварцит, щільний вапняк, пісковик
4.	Внутрішнє облицювання	Облицювальні плити, профільні елементи	Мармур, мармуроподібний вапняк, травертин, ангідрит, гіпсовий камінь, вулканічний туф, щільний вапняк-черепашник
5.	Зовнішні сходи й площадки, парапети та огорожі	Східці, плити для площадок, блоки для парапетів, стовпів і стінок, облицювальні плити	Граніт, сієніт, діорит, габро, базальт, пісковик
6.	Внутрішні сходи й площадки, підлоги	Східці, плити для площадок і підлог	Мармур, граніт, лабрадорит
7.	Дорожні покриття	Бортове каміння, брущатка, камінь колений і булижний, щебінь, пісок і мінеральний порошок	Граніт, діорит, габро, базальт, пісковик, вулканічний туф, щільний вапняк
8.	Гідротехнічні споруди	Каміння рване, колене, тесане, валуни, щебінь	Граніт, діорит, габро, базальт, діабаз, щільний

№ з/п	Галузь застосування	Матеріали та вироби з природного каменю	Види гірських порід
			вапняк, доломіт, пісковик
9.	Підземні споруди та мости	Облицювальне каміння, плити й блоки	
10.	Гідротехнічні споруди	Каміння рване, колене, тесане, валуни, щебінь	Граніт, діорит, габро, базальт, діабаз, щільний вапняк, доломіт, пісковик
11.	Підземні споруди та мости	Облицювальне каміння, плити й блоки	
12.	Облицювання, футеровки й кладки: - кислототривкі	Плити, каміння, блоки, фасонні вироби, щебінь, пісок, мінеральний порошок	Кварцит, трахіт, андезит, кременистий пісковик, базальт, діабаз, діорит, граніт
13.	- лугостійкі		Щільний вапняк, доломіт, магнезит, вапняковий пісковик
14.	- жаростійкі		Базальт, діабаз, вулканічний туф

Природні кам'яні матеріали можуть використовуватися в якості будівельного або облицювального каменю, динаміка видобутку в Україні яких наведена на рис. 1.

До природного будівельного каменю, розповсюдженого на території України, належать породи магматичного (граніт, діорит, лабрадорит, андезит, базальт габро), метаморфічного (гнейс, кварцит) і осадового (пісковик, вапняк) походження.

Обсяги видобутку природних кам'яних матеріалів будівельного призначення протягом 2005–2015 роках знаходяться в межах 22–37 млн.м³. Основна маса видобутого будівельного каменю використовується для виробництва буту і щебеню, які, в свою чергу, знайшли застосування у дорожньому будівництві, а також при спорудженні різноманітних будівель як заповнювач бетонів [1].

У 2005-2008 роках спостерігалася чітка тенденція до щорічного збільшення об'ємів їх видобування, а в 2009–2010 роках відбулося суттєве скорочення у зв'язку з нестабільним економічним становищем як в Україні, так і в світі в цілому.

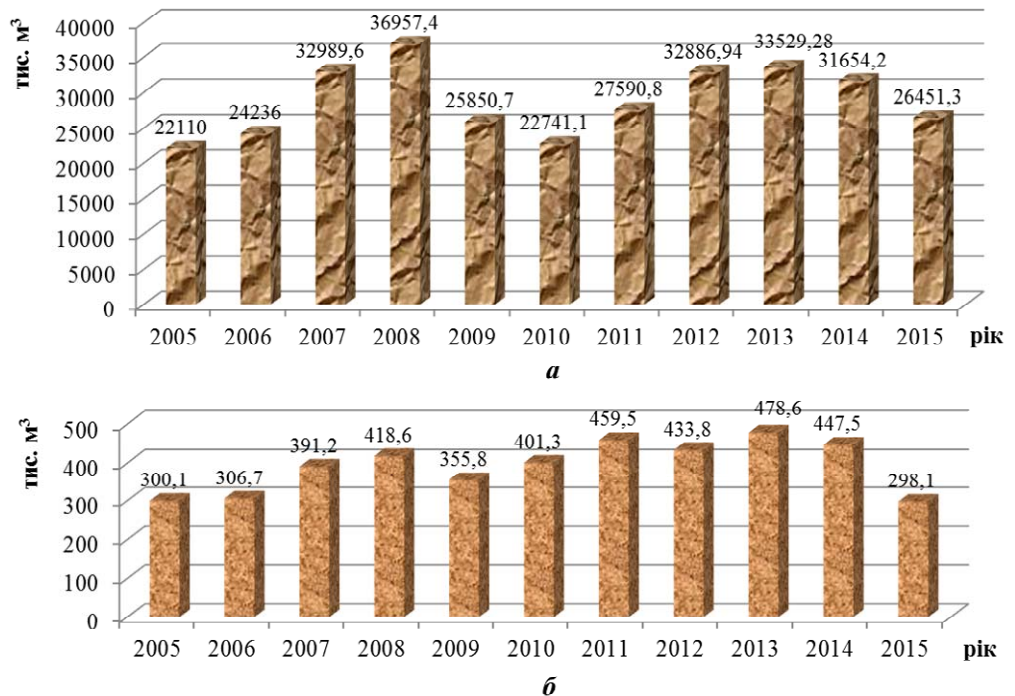


Рис. 1. Динаміка видобутку природного каменю протягом 2005-2015 рр.:
а – будівельного, б – облицювального

В період з 2011 по 2013 роки дані показники досягли рівня докризового періоду, однак через політичну ситуацію на територіях, найбільш багатих на поклади природних кам'яних матеріалів, динаміка видобутку будівельного каменю у 2014 та 2015 роках характеризується спадом.

Аналогічна ситуація спостерігається і стосовно видобутку облицювального каменю, обсяги якого у 2015 році були найменшими (298,1 тис. м³) протягом досліджуваного періоду, тоді як загальний видобуток каменю облицювального у 2013 році склав 478,6 тис. м³ проти 433,8 тис. м³ у 2012 році, що на 44,8 тис. м³ більше. Такий спад у 2014-2015 роках пов'язаний із обмеженням доступу до покладів природного каменю на окупованих територіях України з метою проведення гірничо-видобувних робіт [4, 5].

Асортимент каменю облицювального представлений гранітом, лабрадоритом, габро, мармуром, вапняком, пісковиком, туфом, гіпсом, травертином, доломітом, розподіл запасів яких наведено на рис. 2.

Загальні балансові запаси каменю облицювального в Україні становлять 337060,7 тис.м³. Найбільша частка (47%) припадає на граніт, лабрадор та габро в структурі розподілу запасів облицювального каменю

займають по 12%, вапняки та пісковики – по 3%, 2% припадає на туф, мрамур та гіпс складають менше 1% [1].

Найбільша кількість родовищ облицювального каменю, залучених до промислової розробки, розташована на території Житомирської та Кіровоградської областей. В Україні родовища облицювального каменю зосереджені в межах українського щита, Волино-Подільської плити, Карпат, Криму та Донецької складчастої області (рис. 3) [4, 5].

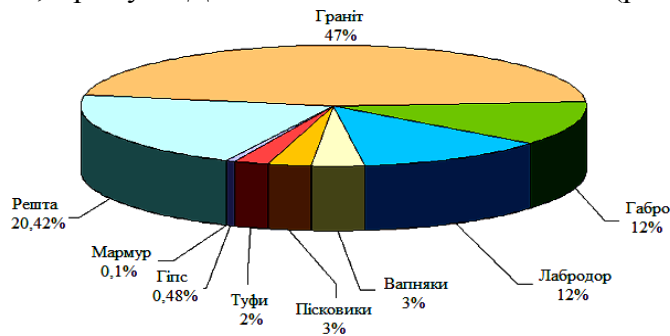


Рис. 2. Розподіл запасів каменю облицювального за видами сировини

Природні кам'яні матеріали українського кристалічного щита представлені гранітами, лабрадоритами, габро, мармурами, кварцитами. Сировинна база каменю облицювального Волино-Подільської плити включає метаморфічні пісковики венду і девону, мармуризовані вапняки силуру, а також осадові вапняки, травертини та гіпси неогенового віку. У Карпатах зосереджені родовища мрамору та мармуризованих вапняків, андезито-базальтів, туфу [1].

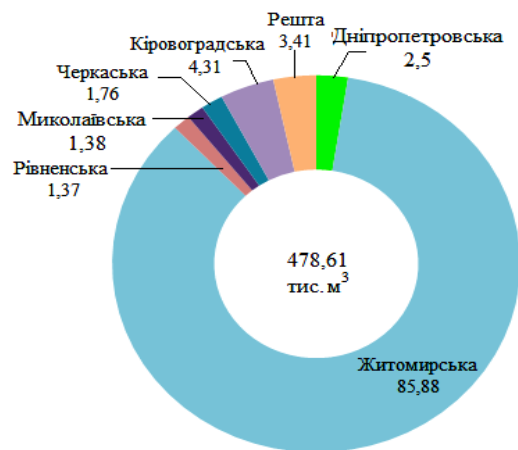


Рис. 3. Розподіл видобутку облицювального каменю по адміністративних областях, тис.м³

Для Криму характерно розповсюдження мармуризованих вапняків, вапняку-черепашнику, який може використовуватись не тільки в якості сировини для виробництва пиляних стінових блоків, але й для виготовлення облицювальних плит. У Донецькій складчастій області в якості сировини для виробництва облицювальних матеріалів видобувають метаморфізовані пісковики та вапняки. Відповідно найбільшими підприємствами, що видобувають облицювальний камінь, є компанії, зосереджені на територіях даних областей (табл. 2) [1].

Таблиця 2

Головні підприємства з видобутку облицювального каменю

№ п/п	Назва надрокористувача	Назва родовища
1	КАЗЕННЕ ПІДПРИЄМСТВО «КІРОВГЕОЛОГІЯ»	МЕЖИРІЧСЬКЕ ГРАНІТ (FLOWER OF UKRAINE, CORAL MIST)
		БИСТРІЙСЬКЕ ДІЛ. ПІВДЕННА ГАБРО(UKRAINIAN NIGHT)
2	ЗАТ «ЕЛГРАН»	КАПУСТИНСЬКЕ (ПД.-СХ. ЧАСТИНА ЛІВОБЕРЕЖНОЇ ДІЛЯНКИ) (ROSSO SANTIAGO, ROSSO UKRAINA)
3	ЗАТ «КАПУСТИНСЬКИЙ ГРАНІТ»	КАПУСТИНСЬКЕ (ДІЛ. ПРАВОБЕРЕЖНА) ГРАНІТ (ROSSO SANTIAGO, ROSSO UKRAINA)
4	ТОВ «ГРАНІТ-ІНВЕСТ»	КАМ'ЯНОБРІДСЬКЕ ПІВНІЧНЕ ГАБРО
5	ПМП «ПОЛІССЯ»	БУКІВСЬКЕ1 ГАБРО (GALANT)
6	ПП «МОНОЛІТ»	ВОЛОДИМИРСЬКЕ 1 ГАБРО
7	СПІЛЬНЕ УКРАЇНСЬКО- ІСПАНСЬКЕ ПІДПРИЄМСТВО «ІСКОР»	БИСТРІЙСЬКЕ ГАБРО(UKRAINIAN NIGHT)
8	ЗАТ «ГОЛОВИНСЬКИЙ КАР'ЄР «ГРАНІТ»	СЛІПЧИНСЬКЕ (ДІЛ. №1) ГАБРО-НОРИТ (КОМЕТА BLACK)

Різноманітність мінерального складу, структури і текстури у поєднанні з високими фізико-механічними і декоративними властивостями робить природний камінь незамінним будівельним матеріалом, а поєд-

нання таких властивостей як колір, декоративність, міцність, протистояння процесам вивітрювання обумовлює його застосування в різнобічних сферах будівництва і архітектури. Декоративно-облицювальні породи широко використовуються при будівництві громадських споруд і пам'ятників. Важливим видом будівельних матеріалів є стінові блоки з природного піляного каменю – вапняків, вулканічних туфів, крейди, мергелю, опоки (рис. 4) [1].

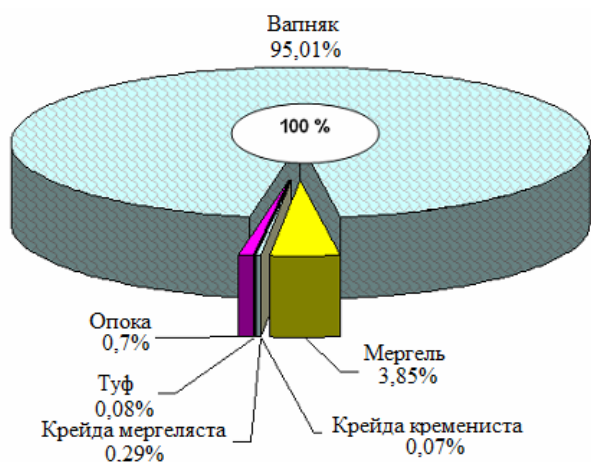


Рис. 4. Розподіл запасів природного піляного каменю за видами сировини

Вказані види природного піляного каменю характеризуються однорідним складом, невеликою твердістю і легко розпилюються на блоки для стінових матеріалів, використовуються в житловому і в промисловому будівництві. Україна володіє доволі значними запасами піляного каменю, суттєва кількість родовищ якого зосереджена на території АР Крим, а також в Чернівецькій, Вінницькій та Одеській областях (рис. 5).

Особливу групу високоякісних піляльних каменів представляють вапняки, що розробляються на 65 родовищах. Найбільші і найцінніші вапняки в Україні знаходяться на території АР Крим (Бодрацько-альмінське, Скалисте, Красномаківське, Інкерманське родовища) та в Одеській області (Главанське, Булдинське, Галоцьке родовища) [2].

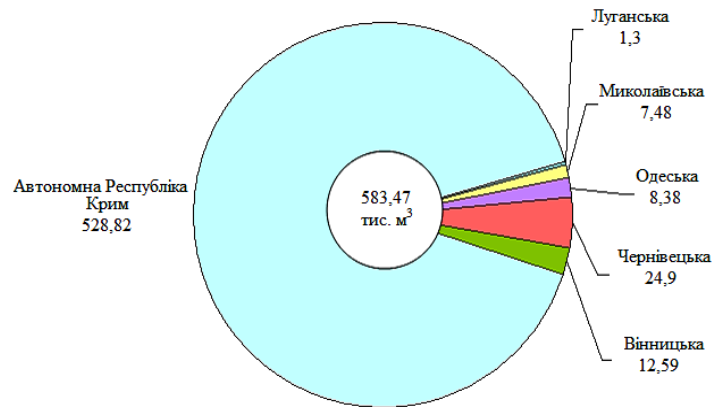


Рис. 5. Розподіл видобутку пильного каменю по адміністративних областях, тис.м³

Актуальність та важливість теми видобування вапняків зумовлюється об'єктивними обставинами. Починаючи з 2014 року, через анексію Криму і ведення бойових дій в Донецькій області, які були основними регіонами видобування вапнякового каменю, обсяги якого зменшилися майже в 5 разів у 2015 р. порівняно із 2014 р. (рис. 6), на ринку утворився його закономірний дефіцит (рис. 7) [6, 7].

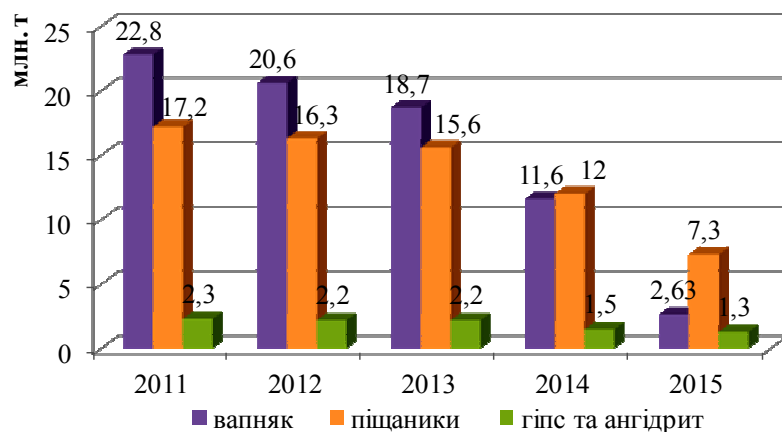


Рис. 6. Обсяги добування вапняку, піщаників, гіпсу та ангідриту в Україні протягом 2011-2015 рр.

Практично по всіх галузях використання вапняку в 2015 році відбувся спад (за виключенням окремих підгалузей виробництва будівельних матеріалів – силікатної цегли та ніздрюватих бетонів). Частка споживання вапняку будівельною галуззю є досить суттєвою – 21–23%. Ринок постачальників вапняку характеризується високою концентрацією компаній-виробників, найбільші десять з яких складають понад 90%: підприємство «ГДП» («Гірничо-добувна промисловість»), що обслуговує кілька кар'єрів у Тернопільській та Хмельницькій областях, займає 29% ринку, а «ТК» (Тернопільський кар'єр) – 25% (рис. 8). Це найбільші компанії західних регіонів, які на сьогодні збільшили на існуючих потужностях видобування у два-три рази [8].

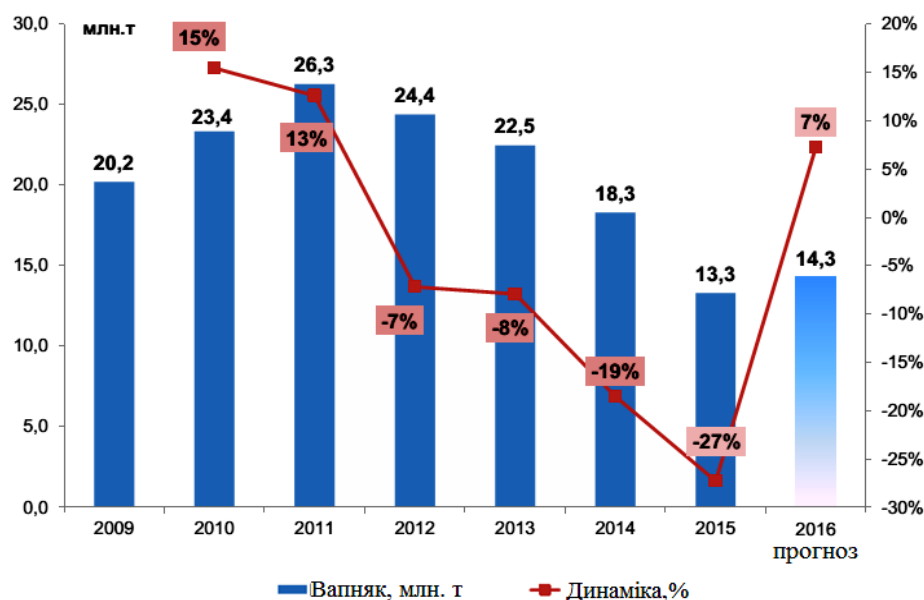


Рис. 7. Динаміка об'ємів ринку вапняку, 2010–2016 рр.

Серед найбільших компаній східних регіонів виділяються Докучаєвський флюсо-доломітний комбінат, Комсомольське рудоуправління і Новотроїцьке рудоуправління, що разом займали близько 20%. Оскільки в умовах непевності та низької прогнозованості ситуації на сході, високої вартості імпортування через девальвацію гривні, реальний

шлях вирівнювання дефіциту – збільшення потужностей видобування та відвантаження вапнякових кар'єрів Західного регіону. Однак, подальше зростання вимагає проведення модернізації [8].

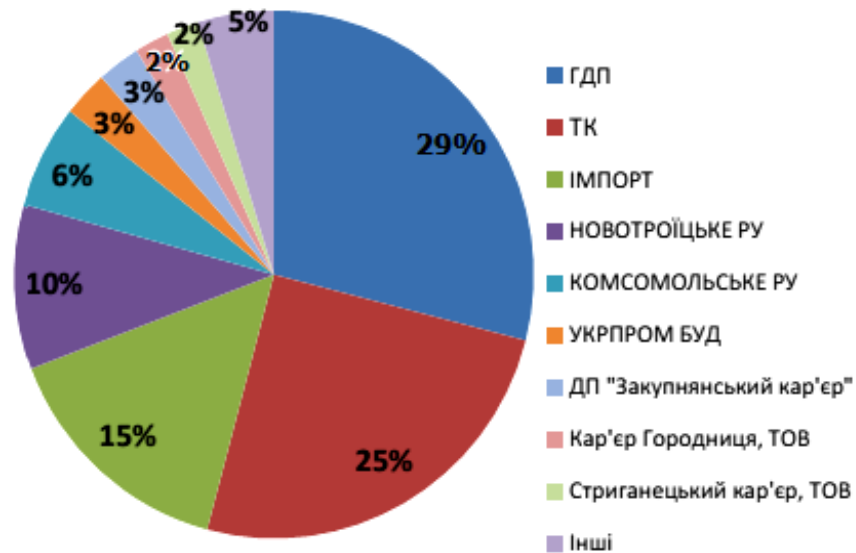


Рис. 8. Частка основних компаній-постачальників вапняку

Перед споживачами вапняку постала серйозна проблема забезпечення власного виробництва даною сировиною. Зокрема, споживачі були змушені вдатися до різкого збільшення імпорту, особливо в першій половині 2015 року. Імпорт вапняку в Україну, тобто частка іноземної продукції у 2015 році складала близько 10% від загального обсягу ринку. Основними імпортерами були Польща та Словаччина (приблизно по 30% від загального обсягу імпортованої продукції), а також Росія (20%), Німеччина (10%) та Туреччина (8%). Експорт нашої продукції за кордон був незначний і склав менше 1% від виробництва.

У 2016 році імпорт продовжує бути впливовим фактором, який, за відповідних умов (дефіцит, недовиробництво), може значною мірою впливати на ринок. У січні-березні 2016 р. в країну було поставлено 210 тис. т вапняку – це менше рівня попереднього року на 59% (рис. 9) [6-9].

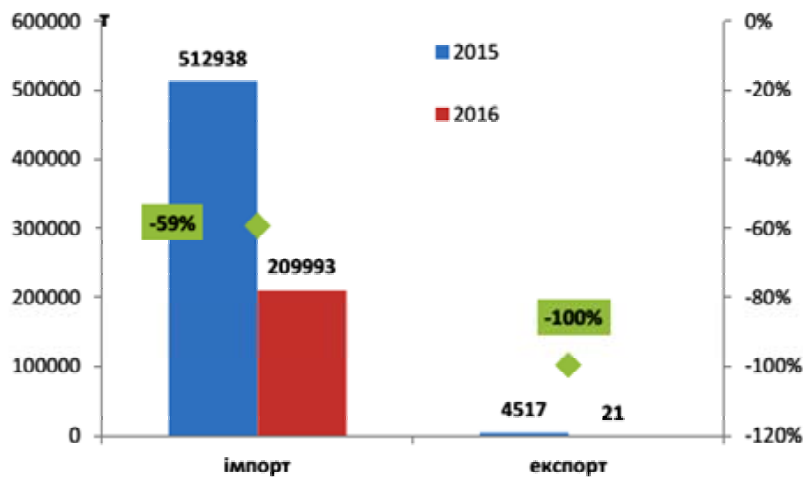


Рис. 9. Рівень імпорту/експорту вапняку у січні-березні 2016 р. порівняно з аналогічним періодом 2015 р., тонни

Основними країнами-імпортерами вапняку протягом січня-березня 2016 р. були ОАЕ (36%) та Росія (30%).

Вартість імпортованого вапняку коливається в межах близьких до 15 \$/т. У найближчій перспективі слід очікувати нового підняття цін, тому що очікувати на повне відновлення поставок із Східного регіону поки що не видається можливим.

Експорт з країни практично відсутній, оскільки на даний момент обсяги видобутого в Україні вапняку йде на задоволення потреб внутрішнього ринку (рис. 10).

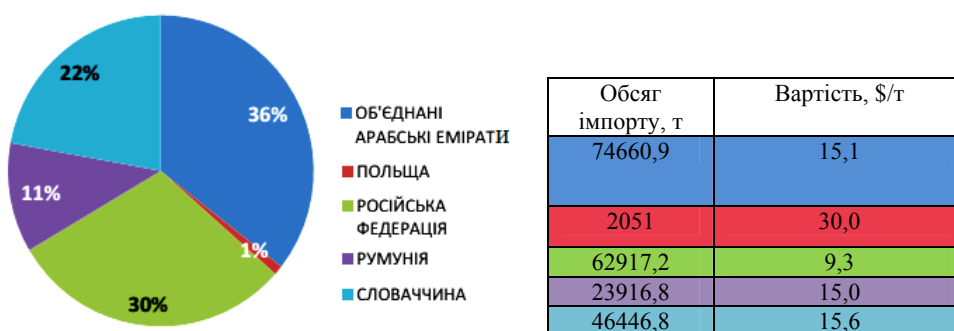


Рис. 10. Імпорт/експорт вапняку в розрізі країн протягом січня-березня 2016 року

За даними Державної фіскальної служби, протягом останніх 2 років спостерігається тенденція суттєвого збільшення імпорту та зменшення експорту вапняку (рис. 11) [9].

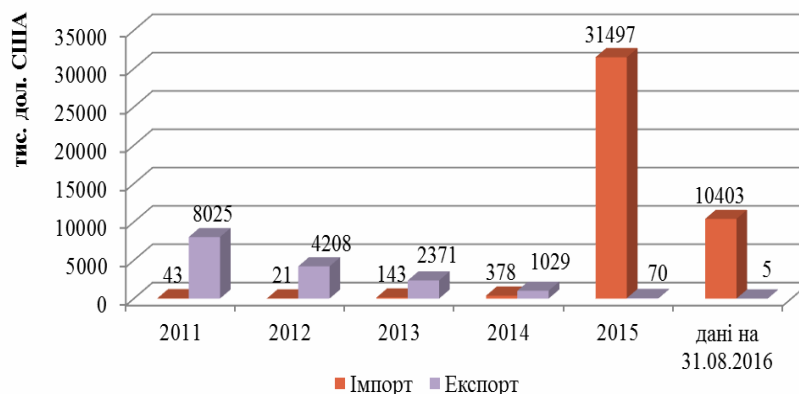
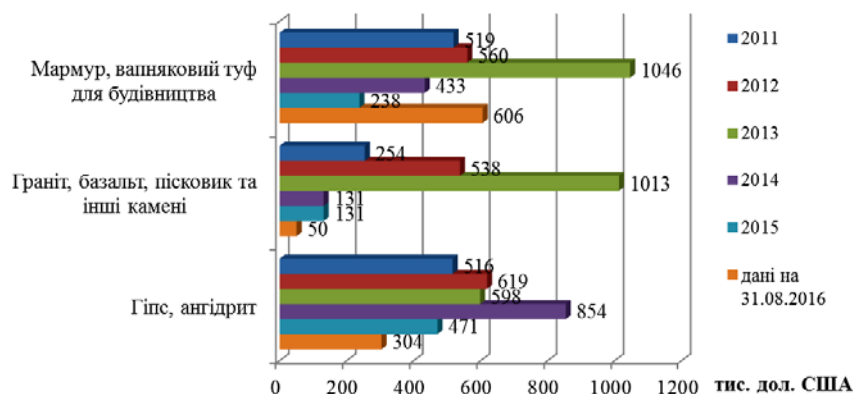
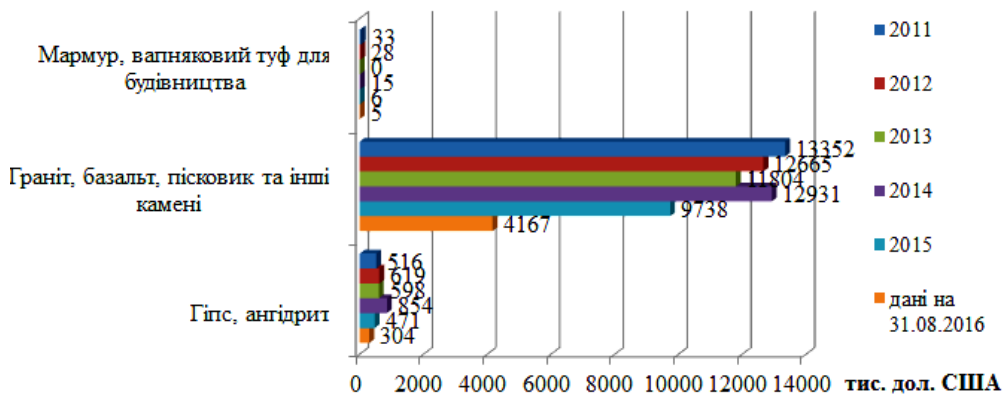


Рис. 11. Динаміка експорту та імпорту вапняку протягом 2011-2016 рр.

У 2015 році в Україну було імпортовано вапняку, флюсу вапнякового та іншого вапнякового камінь (що класифікуються в межах товарної позиції 2521, за якою введеться митна статистика) на майже 31,5 млн. дол. США. Тоді як експорт даною продукції у 2015 році становив 70 тис. дол. США, а протягом двох кварталів 2016 року – лише 5 тис. дол. США. В той же час імпорт інших природних кам'яних матеріалів (мармуру, туфу, граніту, гіпсу та ангідриту, тощо) хоча й зазнав змін, однак не таких суттєвих. Обсяги їх імпорту у грошовому виразі були максимальними у 2013-2014 роках (рис. 12) [9].



a



б

Рис. 11. Динаміка імпорту (а) та експорту (б) природних кам'яних матеріалів за видами протягом 2011–2016 рр.

Отже, сучасний стан ринку природних кам'яних матеріалів в Україні характеризується зменшенням обсягів їх видобування і зростанням цін на дану продукцію. Анексія Криму і військові дії на Сході України, які були основними регіонами видобутку вапняку, граніту, пісковиків істотно відобразилися на обсязі ринку, спровокувавши різкий спад і дефіцит каменю. Відбувся перерозподіл логістики ринку з орієнтацією на Західний регіон.

Різде падіння національної валюти не дозволяє розглядати збільшення імпорту в якості легкого вирішення питання дефіциту природного будівельного та облицювального каменю через порівняно велику вартість закордонної сировини. З одного боку, це відкриває великі можливості для західних компаній, які зможуть організувати виробництво у великих масштабах і з прийнятною собівартістю. З іншого боку, реалізація такої стратегічної цілі потребує покращення технічного рівня виробництва, для чого необхідно ініціювати та виконувати інноваційні та інвестиційні проекти. Таким чином, аналіз тенденцій вітчизняного ринку природних кам'яних матеріалів дозволяє робити висновки про його потенціал, а також про можливі стратегічні рішення кожного його учасника.

Література

1. Мінеральні ресурси України: щорічник. – К. : ДНВП «Геоінформ України», 2014. – 270 с.

2. Стан мінерально-сировинної бази України / Офіційний веб-сайт Державної геологічної служби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geo.gov.ua/stan-mineralno-sirovinnoi-bazi.html>
3. Мінерально-сировинна база України / Офіційний веб-сайт Державного інформаційного геологічного фонду України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geoinf.kiev.ua/mineralno-syrovynna-baza-ukrayiny/>
4. Статистичний бюлетень за 2015 рік. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 101
5. Виробництво основних видів промислової продукції за 2011–2014 роки / Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/pr/prm_ric/prm_ric_u/vov2005_u.html
6. Виробництво основних видів промислової продукції по місяцях 2015 року / Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/ovp/ovp_u/ovp2015.html
7. Дослідження ринку вапна і вапняку в Україні (підсумки 2015 року) / Офіційний веб-сайт Української асоціації вапняної промисловості. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://limeindustry.in.ua/uk/pressreleases/show/42>
8. Дослідження імпортно-експортної динаміки вапнякового каменю в Україні (серпень 2016 року) / Офіційний веб-сайт Української асоціації вапняної промисловості. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://limeindustry.in.ua/uk/pressreleases/show/51>
9. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД / Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/fl1>

Миколайчук І.П.,
доцент, канд. екон. наук,
доцент кафедри менеджменту,
Київський національний
торговельно-економічний університет

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ

Глобалізаційні виклики, основною причиною яких є загальний спад обсягів національного виробництва та кризові явища в усіх сферах економічної діяльності, негативно позначилися на стані внутрішньої торгівлі України, яка останнім часом зазнає суттєвих змін під впливом кризових явищ. Попри складну економічну і політичну ситуацію, ця галузь характеризується незначним спадом результативних показників діяльності, порівняно з іншими сферами економічної діяльності. Внаслідок значних політичних й економічних перетворень в країні знижується попит населення на товари та послуги, що в свою чергу призводить до зниження прибутку торговельних підприємств, викликає дисбаланс у попиту й пропозиції споживчого ринку, що породжується невідповідністю суспільного виробництва й нестабільним розвитком підприємств торговельно-посередницької діяльності.

За результатами проведених досліджень сучасні, нестабільні, складні умови господарювання підприємств торгівлі в Україні характеризуються такими чинниками: нестабільною політичною ситуацією в країні; загостренням інфляції, значними коливаннями курсу національної валюти та невизначеністю у валютно-курсовій політиці держави; обмеженим споживчим попитом і низькою купівельною спроможністю населення внаслідок скорочення доходів; складними умовами кредитування бізнесу та високими процентними ставками за кредитами; постійним зростанням цін на основні товари та послуги; зменшенням обсягів вітчизняного виробництва та зростанням вартості імпортової продукції в результаті девальвації гривні; недосконалою законодавчою базою в системі оподаткування підприємств і розвитком стихійного ринку; недостатністю торговельних площ, дефіцитом торгових полок і високою орендною платою на торговельні площі; недостатньо повним та якісним обслуговуванням споживачів[1, с.172].

За наявністю таких умов господарювання функціонування та розвиток торговельних підприємств має певні складності в процесах формування політики закупівель й ціноутворення, кредитно-фінансовій політиці, а також виникають труднощі у формуванні їх активної кадрової політики.

Сфера торгівлі залишається досить вагомим чинником соціально-економічного розвитку України, оскільки надає чисельні робочі місця. Так, станом на 1 січня 2015 року кількість зайнятих працівників на підприємствах торгівлі склала 3965,7 тис. осіб, або 21,9% від загальної кількості зайнятих в різних видах діяльності осіб в Україні, що є найбільшим показником серед інших галузей Функціонування підприємств торгівлі робить вагомий внесок до внутрішнього національного продукту (так, обсяг реалізованих послуг за три квартали 2015 року склав 447274 млн. грн. або 121,6% до відповідного періоду 2014 року [2] і робить вагомий внесок до внутрішнього національного продукту.

Слід зазначити, що у сучасних економічних умовах розвитку, при поточному падінні торгівлі, також скорочується кількість підприємств роздрібною торгівлі, про що свідчить офіціальна статистика: станом на 1 січня 2015 року їх кількість скоротилась з 110, 4 тис. од. до 94, 0 тис. од. або на 14,9%. Зменшення кількості торговельних підприємств свідчить про негативні явища економіки, але, з іншого боку, свідчить про збільшення розмірів торговельних площ. Так, за даними статистичної звітності, загальна торговельна площа в Україні станом на 1 січня 2015 р. зросла на 1,3% від попереднього року, що свідчить про укрупнення підприємств роздрібною торгівлі на фоні загального скорочення магазинів і напівстаціонарних об'єктів [2].

Незважаючи на проблеми, що супроводжують розвиток вітчизняного рітейлу, формування роздрібною торговельною мережі залишається перспективною діяльністю, адже підвищує значимість цінової стратегії та рівень обслуговування споживачів, розширюючи додаткові послуги, які мають позитивний вплив на структурні перетворення в економіці та в цілому покращує якість життя населення країни. За підсумками Міжнародної аудиторсько-консалтингової компанії «Делойт», у підгалузі «Роздрібна торгівля» серед лідерів на ринку визначено шість українських роздрібних торговельних компаній: «АТБ-маркет», Fozzy Group, «Епіцентр К», «Фокстрот», «Ашан Україна», «Фуршет». За даними компанії, «серед роздрібних мереж найбільш відзначився національний дискаунтер АТБ-Маркет, його доходи зросли на 26% на фоні 1,1% у середньому по галузі – результат зумовлений переважним

чином тим, що українці продовжують економити та все більш уважно ставляться до цін на продукти харчування. Ця тенденція зберігатиметься й надалі» [3]. Компанією, яка знизилася до $-4,0\%$ до попереднього року, але все одно отримує позиції лідера, названо «Фокстрот», а компанія, що стала лідером з незмінним рівнем доходів $0,0\%$, у порівнянні з попереднім роком – «Фуршет».

Серед негативних факторів низького рівня соціально-інноваційної активності роздрібних підприємств на сучасному етапі Чернявська М.К. виділяє наступні [4]: повільний споживчий попит українського роздрібного ринку, висока вартість оренди торговельних площ і, як наслідок, низька прибутковість; уповільнення економічного зростання країни, жорстка бюджетна політика й зниження довіри до інститутів державної влади; політична нестабільність, високий рівень інфляції, слабкий розвиток і закритість ринку торговельної нерухомості унеможливили реалізацію планів глобальних роздрібних мереж щодо їх розвитку в Україні; низький рівень їх інвестиційної привабливості – внаслідок недосконалості інфраструктури.

При дослідженні сучасного стану роздрібною торгівлі спостерігаються також й позитивні тенденції, серед яких: розширення мереж національних рітейлів, збільшення частки власних торговельних марок у FMCG рітейлі, становлення ринку електронної торгівлі тощо.

Особливостями функціонування підприємств торгівлі є їх безпосередня взаємодія зі споживачами товарів та послуг, максимальне наближення до їх потреб, можливість встановлювати та розвивати відносини зі споживачами тощо. За таких умов підприємства торгівлі стають з одного боку чутливими до змін в уподобаннях та настрої представників зацікавлених сторін, а з іншого – досить впливовими щодо соціального оточення.

Для ефективного та результативного функціонування торговельного підприємства в сучасних складних та мінливих умовах загострення конкурентної боротьби та фінансово-економічної кризи вже недостатньо пропонувати споживачам широкий асортимент продуктів та послуг. Першочерговим завданням підприємства стає формування довіри всіх цільових груп – стейкхолдерів підприємства на основі його соціально-відповідальної поведінки (*власного персоналу, споживачів товарів та послуг, ділових партнерів, контролюючих та перевіряючих установ, представників громадськості*). Нині в управлінні підприємствами торгівлі відбувається поступова зміна пріоритетів: від концепції тотального управління якістю до управління тотальною якістю товарів та послуг на принципах соціальної відповідальності, що враховує

потреби не тільки споживачів, а й очікування всіх стейкхолдерів підприємства торгівлі.

З позиції управлінської категорії соціально-відповідальне торговельне підприємство є господарюючим суб'єктом, який на професійній основі надає послуги споживачам з метою одержання прибутку, імплементуючи в свою діяльність принципи соціальної відповідальності.

Сьогодні в управлінні підприємствами торгівлі відбувається зміна пріоритетів у напрямі *управління тотальною якістю товарів та послуг на принципах соціальної відповідальності*, що враховує потреби не тільки споживачів, а й очікування всіх стейкхолдерів підприємства сфери послуг.

Соціальна відповідальність торговельного підприємства передбачає комплексний підхід до підвищення ефективності управління мінімізацію ризиків, що пов'язані з взаємодією з зовнішнім середовищем, і дозволяє отримати підприємству такі конкурентні переваги: зміцнення позитивного іміджу та бренду підприємства; поліпшення позиціонування підприємства, його товарів та послуг; максимізація прибутковості завдяки підвищенню ефективності управління підприємством; збільшення обсягів продажу; мінімізація репутаційних ризиків; підвищення інвестиційної привабливості; забезпечення лояльності персоналу, споживачів, місцевої й центральної влади, контактних аудиторій; доступ до нових ринків збуту; стійкий імунітет до негативних наслідків соціальних, політичних та економічних змін в суспільстві.

Конкурентною перевагою може бути і якість самої послуги (товару), і якість сервісу, що передбачає дві ключові умови: наявна позитивна відмінність має бути значущою для клієнта; клієнт має бути обізнаний про неї [5].

Безпосередній вплив на формування конкурентних переваг підприємства соціальна відповідальність може отримати завдяки характеристикам, наведеним на рис.1.

На першому етапі підприємство торгівлі спрямовує свою діяльність на *дотримання принципів соціальної відповідальності*.

Професійні навички, знання, особові якості та досвід досягнення обраної соціально відповідальної місії підприємства визначають *компетенцію підприємства*.

Сучасна практика управління свідчить все дальший та ґрунтовний розвиток компетентісного підходу у підвищенні ефективності розвитку вітчизняних підприємств, в основі якого є праці багатьох закордонних науковців.

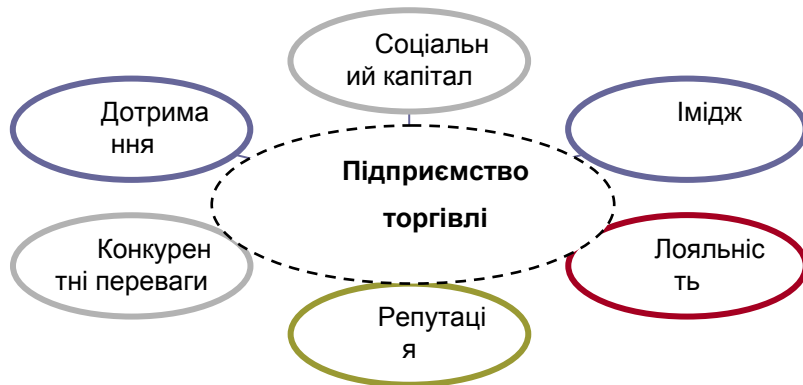


Рис. 1. Конкурентні переваги соціально-відповідального торговельного підприємства (СВТП)

*Джерело: складено авторами

Сутнісна характеристика, проблеми виникнення, становлення, формування та трансформації компетенцій підприємства як наукової категорії, їх різновиди та моделі, взаємозв'язок із конкурентними факторами успіху підприємств, а також місце у формуванні стратегічних активів досліджуються багатьма науковцями, серед яких слід відзначити таких як: К. К. Прахалад, Г. Хамел, Р. Мартін, П. Арнольд, С. К. Вікері, Ф. Ж. Гуіяр, Дж. Н. Келлі та багатьох інших. Серед вітчизняних дослідників доцільно виділити В. А. Вербу, О. М. Гребешкову, Л. М. Савчук, Н. О. Сімченко тощо.

Дослідження сутності та ролі компетенцій підприємства у забезпеченні його конкурентних переваг та стратегічному розвитку були започатковані К. Прахаладом і Г. Хамелом у 1990 році. Найпоширенішим тлумаченням категорії компетенцій є їх ототожнення з ключовими компетенціями. Запропонована авторами концепція ключових компетенцій визначає дві групи факторів конкурентних переваг: фактори, що надають тимчасові переваги, та фактори, що забезпечують стійкі переваги, які доволі складно відтворити конкурентам. Автори виділяють п'ять завдань управління компетенціями: визначення існуючих ключових компетенцій; створення програми придбання ключових компетенцій; створення ключових компетенцій; розгортання ключових компетенцій; захист і збереження лідерства в ключових компетенціях. [6, с. 4].

Сепіашвілі Д.С. характеризує компетенцію підприємства як повторювану, ретельно сплановану можливість колективної взаємодії,

яка ґрунтується на такому комбінуванні наявних у розпорядженні підприємства ресурсів для здійснення бізнес-процесів, що відповідають ринковим вимогам та забезпечують йому стійку конкурентну позицію на ринку [7, с. 54].

Сутність компетенцій підприємства (організації) Верба В.А. та Гребешкова О.М. визначають як невід’ємну складову його стратегічних активів, що віддзеркалює комплекс колективного знання, досвіду та здібностей підприємства, який, в свою чергу, в поєднанні з унікальною технологією дозволяє створювати (підтримувати) конкурентні переваги та забезпечувати неповторну відмінність підприємства у певному ринковому оточенні [8, с. 25]. Їх погляд в свою чергу поділяє І.Гансвінд, який вважає, що *ключова компетенція підприємства є джерелом його конкурентної переваги і критичним фактором довгострокового успіху* [9].

Савчук Л.М. зазначає, що кожна компанія самостійно визначає для себе розуміння поняття «компетенція» та встановлює перелік компетенцій, які є важливими. Науковці, менеджери-практики, консультанти досить вільно застосовують у контексті стратегічного управління поняття «компетенції», «організаційні здатності», «стратегічні активи», «нематеріальні ресурси». Найпоширенішим тлумаченням категорії компетенцій є їх ототожнення з ключовими (кореневими) компетенціями як взаємопов’язаного набору навичок, здібностей та технологій, що формує унікальність підприємства у певній галузі або сфері, та може застосовуватися у багатьох видах бізнесу та галузях [10; 11]. Найціннішими компетенціями є ті, що забезпечують перехід до різноманітності ринків для майбутнього продукту. Конкуренція за першість у компетенціях зазвичай передують конкуренції за лідерство у виробництві продукту.

Аналізуючи види компетенцій підприємства за ступенем їх значущості для розвитку підприємства, можна визначити два їх рівні – *компетенції працівників та компетенції організації*. На наш погляд, більш доцільно розглядати компетенції працівників як найбільш вагомійшу складову компетенцій організації, від рівня яких суттєво залежить підвищення рівня конкурентоспроможності організації на ринку.

Таким чином, *компетенція соціально-відповідального підприємства торгівлі (СВПТ)* – це сукупність знань і навичок керівництва та працівників підприємства з дотримання принципів соціальної відповідальності, які наділяють підприємство та його послуги відмінними характеристиками та забезпечують впізнаваність.

Впізнаваність підприємства забезпечує його індивідуальність, що містить корпоративні символи та інші визначальні ознаки. В свою чергу вона сприяє розвитку соціального капіталу підприємства, під яким, на думку Дж. П. Бурдьє, слід розуміти сукупність фактичних або потенційних ресурсів, що пов'язані з володінням стійкою мережею більш чи менш інституалізованих відносин взаємного знайомства або визнання [12].

Соціальна відповідальність безпосередньо впливає на такі характеристики підприємства як *імідж, бренд і репутація*. Хортюк О.В. визначає імідж підприємства як цілеспрямовано сформований образ (особи, явища, предмета), який відокремлює певні ціннісні характеристики, покликаний емоційно-психологічно впливати на будь-кого з метою популяризації, реклами тощо [13, с. 211]. Основним призначенням іміджу соціально відповідального підприємства в сучасних умовах жорсткої конкуренції товарів та їх виробників є донесення до споживача ясного, чіткого позиціонування свого бренду, який не лише дозволяє відрізнитися від конкурентів, але й забезпечити емоційний зв'язок із споживачами та їх лояльність до бренду.

Репутація особи (організації, території) – це думка та уявлення громадськості про людину. Проте, якщо імідж – це образ, що можна створити за допомогою слів та ідей, то репутація створюється конкретними діями та вчинками [14].

У веденні успішного бізнесу значну роль відіграє атмосфера у колективі підприємства, ставлення працівників до бренду підприємства, те, чи відчують вони себе міцною командою, яка йде до спільної мети. Відсутність спільної ідеї, позиція «кожен сам за себе» та нездорова конкуренція може призвести не лише до швидкої плинності кадрів, але й до значного погіршення репутації компанії. Щоб уникнути подібних внутрішніх негараздів, необхідно подбати про *підвищення лояльності працівників*.

Зазначимо, що *лояльність* – це позитивне ставлення, прихильність працівників до компанії у цілому, керівництва, колективу; повага до традицій компанії, дотримання корпоративних норм навіть за умови їх неприйняття.

Безпосередньо лояльності персоналу підприємств присвячено праці О. Ястремської та Н. Боркової, які вважають, що підприємство повинно адекватно оцінювати отримані менеджерами результати праці та їх лояльність, тому вони обґрунтували методичні положення з кількісного визначення лояльності менеджерів до підприємства [15,

с.90]. Означені положення мають загальний характер і можуть бути застосовані до оцінювання лояльності не тільки менеджерів, а й інших працівників підприємства. Лояльність працівників підприємства є запорукою успішності його функціонування, тому особливої актуальності набувають моделі і методи визначення факторів, які впливають на рівень лояльності, що дає змогу приймати обґрунтовані рішення щодо управління трудовим потенціалом підприємства.

Для соціально відповідального підприємства (СВП) головною конкурентною перевагою стає його персонал, оскільки він безпосередньо бере участь в процесі обслуговування споживачів і йому об'єктивно притаманний високий рівень соціальної орієнтованості. Натомість в умовах фінансово-економічної кризи більшість підприємств сфери послуг зменшували витрати на професійний розвиток працівників, створення безпечних умов їх праці, гідну оплату праці та соціальні пакети персоналу, що в переважній більшості випадків призводить до послаблення конкурентоспроможності підприємства. Спираючись на концепцію соціально відповідального управління підприємством, слід зазначити, що в організації праці підприємства торгівлі відбуваються суттєві зміни місця та ролі персоналу у процесі обслуговування споживачів.

Соціально відповідальне ставлення керівництва до власного персоналу характеризується не тільки методами формування прихильності та збереження лояльності працівників, а проявляється і відносно вивільнення персоналу. Поширеною практикою діяльності підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання є «споживчий» підхід до персоналу: коли він потрібен, його залучають та використовують, коли позитивний ефект втрачається – від нього позбавляються.

На нашу думку, такий підхід не відповідає принципам соціально-відповідального управління та призводить до погіршення іміджу підприємства на споживчому ринку та ринку праці. Виходом з цього становища повинно стати використання техніки коректного вивільнення персоналу, відповідно до якої до персоналу необхідно ставитись як до партнера і процедуру вивільнення проводити коректно з максимальним розумінням ситуації кожної людини. Такі дії забезпечують дотримання прав людини, підтримують репутацію підприємства як надійного роботодавця та сприяють об'єднанню працівників у працездатний згуртований колектив, що націлений на досягнення соціально відповідальної місії підприємства.

СВП стає дедалі важливішою складовою формування його позитивного іміджу з точки зору усіх стейкхолдерів. Адже провідні

підприємства світу, які вже приєднались до ГД і управляють своєю діяльністю на принципах соціальної відповідальності, довели, що надійними партнерами можуть бути лише ті підприємства, що використовують в своїй діяльності етичні підходи як до суспільства в цілому, так і до працівників, поважають їх та створюють для них необхідні умови праці. Та навпаки, співпраця з підприємствами, що не визнають умов Глобального договору, пов'язана з додатковими ризиками. Це пояснюється, тим, що взаємодія з підприємствами, що не дотримуються принципів професійної та соціально-відповідальної етики, на сучасному ринку з жорсткою конкуренцією стає все більш ризикованою та не прогнозованою [14].

За рядом взаємопов'язаних внутрішніх чинників та факторів впливу на розвиток компетенцій торговельного підприємства сформовано схему процесу управління соціально-відповідальною поведінкою торговельного підприємства (СВПТП) (рис. 2).

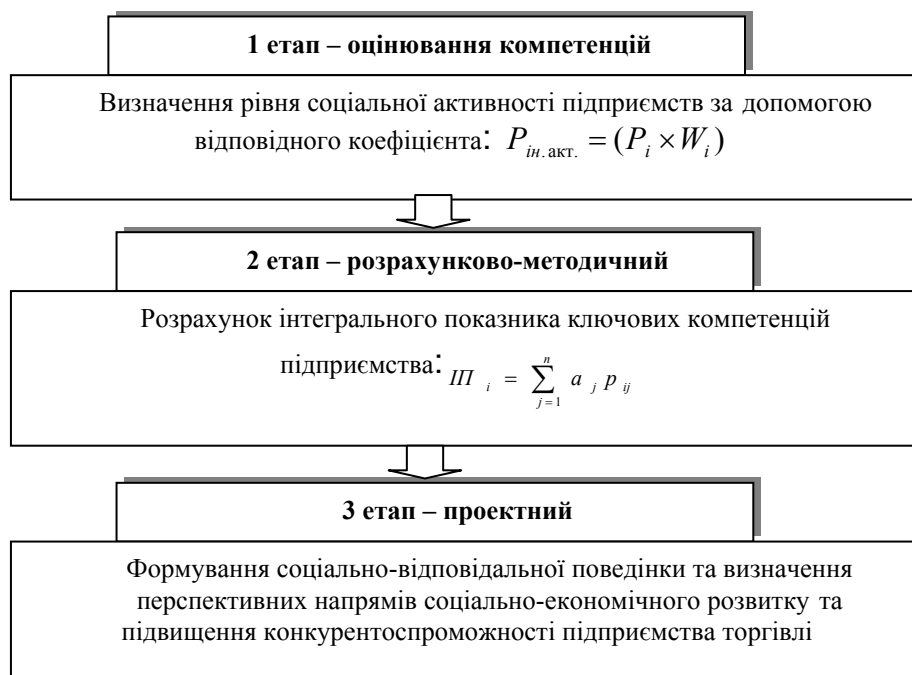


Рис. 2. Схема процесу управління СВПТП за компетентісним підходом
*Складено автором

Умовні позначення:

де $P_{ін.акт.}$ – рівень соціальної активності;

P_i – експертна оцінка використання i -го елемента потенціалу (бали);

W_i – коефіцієнт вагомості i -го елемента потенціалу;

$П_i$ – інтегральний показник ключових компетенцій i -го підприємства;

a_j – коефіцієнт вагомості j -го показника;

p_{ij} – стандартизоване значення j -го часткового показника i -го аналізованого торговельного підприємства.

Запропонована модель управління СВТП дозволяє об'єднувати різні види його потенціалів для формування компетенцій та завдяки отримання ефекту синергії їх ефективно використовувати.

Важливими засобами ідентифікації та впливу на управління інноваційним розвитком підприємства турбулентних факторів середовища є різноманітні методи стратегічного аналізу – конкурентного профілю підприємства, GAP, економіко-математичне модулювання, експертні методи тощо. Визначення переліку корневих компетенцій або найбільш сильніших сторін потенціалу організації можна здійснювати за даними SWOT – аналізу.

В самому узагальненому вигляді кореневі компетенції можуть складатися із трьох взаємозалежних частин: *технологічна позиція* (технологічні ноу-хау; капітальні активи; знання про технології, ринки, споживачах, суперниках); *організаційна позиція* (системи, структури, культура; управлінський досвід, стиль керівництва; фінансові активи; репутація) та *зовнішні контакти та зв'язки* (позиція в мережі відносин; позиція в ланцюгу постачання), що визначають можливості та перспективи його соціально-економічного розвитку.

Компетенції співробітників, як правило, є логічним наслідком ключових компетенцій підприємства, бізнес-стратегії і забезпечують реалізацію бізнес-процесів і проєктів. З іншого боку, особистісні компетенції виступають фундаментом для компетенцій підприємства [11, с.206]. Ключова компетенція організації визначає вимоги до професійних навичок і соціальних характеристик співробітників, покликаних реалізувати основну компетенцію компанії для виконання соціально-економічної місії організації [11, с.142].

Визначаючи компетенційний портрет співробітника, організація системно підходить до управління мотивацією, підвищенню рівня управлінської культури й ефективності віддачі персоналу. Необхідно створити модель компетенцій, основна ідея якої полягає в уявленні про стан і розвиток якостей і поведінкових характеристик співробітників, необхідних для ефективної реалізації соціально орієнтованої стратегії розвитку організації [6, 7].

Компетенції мають ґрунтуватися на засадах етичного кодексу поведінки організації, принципах КСВ у забезпеченні процесу соціальної сприйнятливості, спрямованого на досягнення позитивного

впливу на суспільство. Це є необхідною складовою інтеграції принципів КСВ, що ґрунтуються на захисті прав людини, екологізації діяльності підприємства та боротьбі з корупцією, в систему знань і здібностей фірми в забезпеченні її довгострокових конкурентних переваг на ринку.

Отже, модель компетенцій доцільно розглядати як інструмент втілення на практиці принципів КСВ у забезпеченні гармонізації цілей підприємства з інтересами ключових стейкхолдерів (рис.3) [16, с. 159].

Враховуючи непересічне значення таких двох важливих явищ соціально-економічного життя торговельного підприємства як розвиток компетенцій персоналу і СББ, необхідно зазначити, що їх взаємозв'язок суттєво впливають на ефективність його економічної діяльності.

Основним чинником конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності діяльності торговельного підприємства є наявність людських ресурсів, здатних професійно вирішувати поставлені перед ними завдання. Інтелектуалізація економіки збільшує залежність результатів діяльності підприємства від рівня професійного та соціального розвитку його працівників.

Сьогодні розвиток підприємства та його конкурентна позиція на ринку, в першу чергу, залежить від професіоналізму людей, які на ньому працюють. Розвиток персоналу охоплює широке коло взаємопов'язаних психологічних, педагогічних, соціальних і економічних проблем. Розвиток персоналу є системним процесом удосконалення знань, умінь та навичок працівників підприємства, що реалізується через сукупність організаційно-економічних заходів, які передбачають адаптацію, професійне навчання, оцінювання та планування трудової кар'єри персоналу [17].

Соціальна активність торговельного підприємства виявляється у проведенні різноманітних соціальних програм. Відмінними особливостями таких корпоративних програм є їх соціальна ефективність, добровільність їх проведення, системний характер і відповідність місії та стратегії розвитку підприємства.

На основі проведеного дослідження доцільно зазначити, що процес управління компетенціями торговельного підприємства може містити такі етапи:

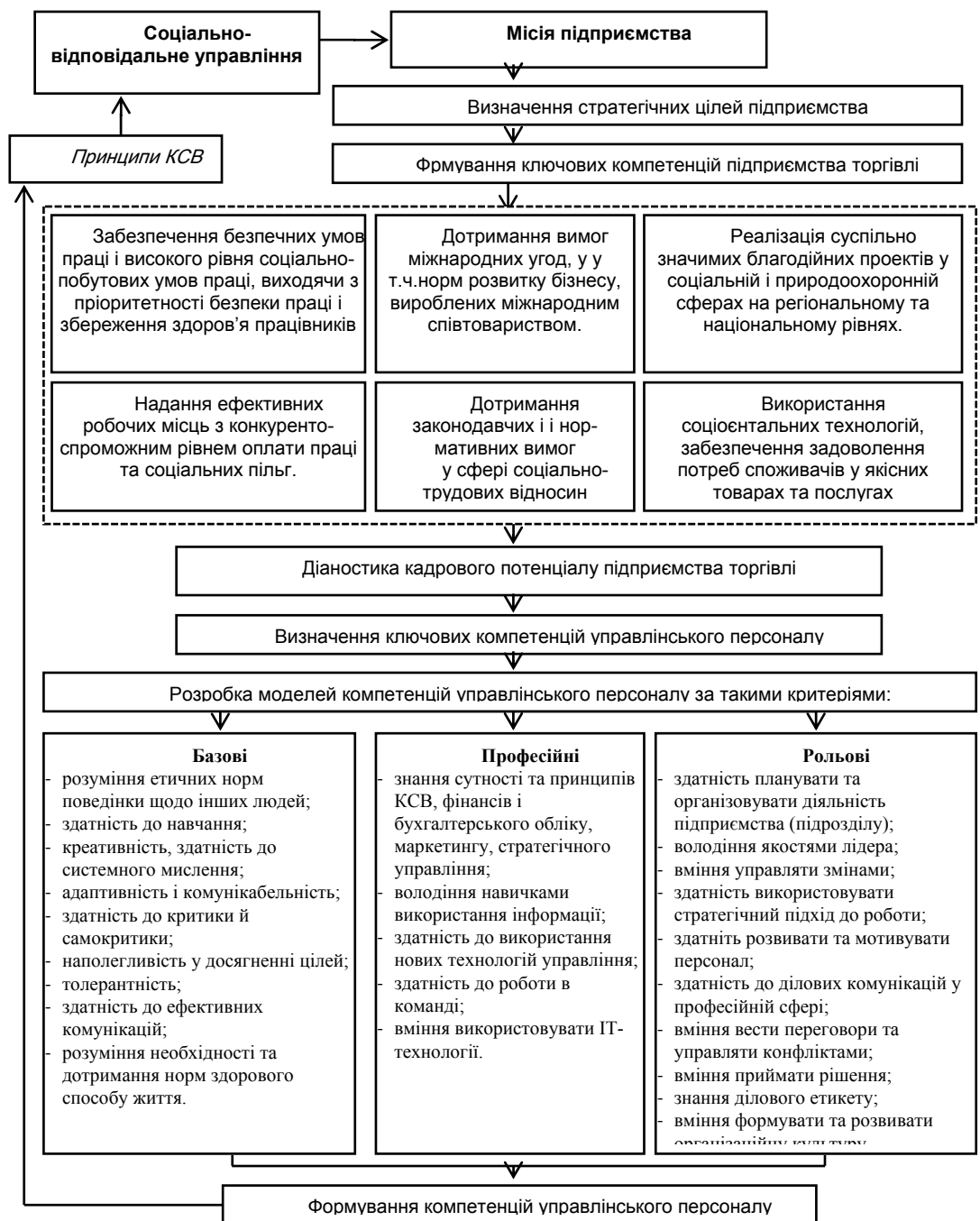


Рис. 2.5. Схема моделювання ключових компетенцій управлінського персоналу торговельних підприємств, які базуються на принципах КСВ

*Складено за джерелом [16, с. 158]

- оцінку, виявлення та опис компетенцій, необхідних для успішного соціального розвитку організації;
- формалізацію цілей стратегії соціально-економічного розвитку підприємства на основі компетенцій підприємства та компетенцій персоналу, їх трансформацію у форму ключових показників діяльності організації на основі ключових компетенцій;
- оцінку та формування профілів компетенцій для різних рівнів управління, враховуючи соціально-економічні імперативи розвитку підприємства;
- розробку моделей компетенцій, згідно із соціально-економічними напрямками та цілями розвитку підприємства;
- порівняння профілів фахівців і вимог до компетенцій з боку проектів, визначення «розривів»;
- планування, навчання та розвиток персоналу, а також найму нових співробітників на підставі розроблених моделей і профілів компетенцій, що ґрунтуються на принципах КСВ;
- контроль, розвиток і трансфер компетенцій з урахуванням цілей і напрямків КСВ на підприємстві.

Впровадження концепції компетенцій з урахуванням принципів КСВ у систему управління торговельним підприємством дозволяє підвищити його конкурентоспроможність та досягти позитивних синергетичних ефектів при реалізації проекту розвитку персоналу.

В свою чергу, СВТП щодо персоналу передусім полягає у створенні передумов для високої якості трудового життя та розвитку персоналу – сукупності комплексних і управлінських дій, спрямованих на отримання працівниками необхідної компетенції, вмінь і мотивації з урахуванням їх особистих здібностей, для обґрунтованої реалізації стратегії розвитку підприємства. Однією з основних цілей підприємства щодо розвитку персоналу є створення умов, за яких будуть реалізовані всі можливі резерви зростання потенціалу працівників і забезпечена їх висока вмотивованість щодо досягнення завдань виробництва.

Аналізуючи матеріали досліджень з проблем розвитку СВТП [7; 8; 16], можна зробити висновок, що для більшості підприємств, які позиціонують себе як соціально відповідальні, відповідальність щодо персоналу здебільшого полягає в офіційному оформленні на роботу, своєчасній виплаті заробітної плати, проведенні навчання на виробництві та наданні відпустки тривалістю не менше, ніж законодавчо встановлена. Тобто, фактично це базовий ступінь, елементарне дотримання законів.

Отже, використання розвитку компетенцій персоналу як пріоритетного напрямку реалізації соціальної відповідальності бізнесу свідчить про системний підхід до впровадження ефективної стратегії управління підприємством торгівлі, що забезпечує йому конкурентоспроможність, інноваційний розвиток, довгострокову стійкість, високий імідж і позитивну соціальну роль.

Література

1. Шуміло О.С. Динаміка сучасного розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі в Україні / О.С. Шуміло // БІЗНЕСІНФОРМ – № 11. – 2014. – с. 171-176.
2. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Внутрішня торгівля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Рейтинг ТОП-500 компаній Центральної та Східної Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.deloitte.com
4. Чернявська М.К. Інформаційно-аналітичне забезпечення інноваційної діяльності торговельних підприємств. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ppeu.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=52>
5. Терехин К. Технология создания конкурентного преимущества [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.denga.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1574&Itemid=99
05.11.2008
6. Прахалад К.К. Стержневые компетенции корпорации (в книге Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. *Стратегический процесс*) / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. / К. К. Прахалад, Г. Хэмел. – СПб: Питер, 2001. – с. 112-123.
7. Сепиашвили Д.С. Модель формирования и развития ключевой компетенции предприятия / Д. С. Сепиашвили // Российское предпринимательство. – 2006. – № 9. – с. 54-56.
8. Верба В.А., Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства / А.В.Верба, О.М.Гребешкова // Проблеми науки. – 2004. – №7. – С.23-28.
9. Гансвид И. Хранить ключевые компетенции! [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/review/rev793.html?print>
10. Савчук Л.М. Компетенції персоналу в умовах економіки знань. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/pspe/2009_3/savchuk_309.htm
11. Гуияр Ф.Ж., Преобразование организации / Ф. Ж. Гуияр, Дж. Н. Келли : пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 376 с.

12. Бурдьє П. Форми капітала [Електронний ресурс] /П. Бурдьє // Економічна соціологія : електронний журнал. – Т. 3. – № 5. – 2002. – с. 66. Режим доступу : http://ecsoc.hse.ru/data/670/586/1234/ecsoc_t3_n5.pdf], с. 66.
13. Хортюк О.В. Співвідношення понять «ділова репутація», «гудвіл», «імідж», «престиж», «реноме» / О.В. Хортюк // Проблеми цивільного та підприємницького права в Україні. – 2010 – № 4. – С.211–214.
14. Жулай В.І. Теоретичні виміри понять «імідж» та «репутація»: соціально-філософський аспект / В. І. Жулай. // Збірник наукових праць «Гілея : науковий вісник». – 2011. – № 46. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2011_46/Gileya46/F12_doc.pd.
15. Ястремська О.М. Лояльність персоналу та критерії її визначення / О. М. Ястремська, Н. В. Боркова // Економіка розвитку. – 2008. – № 2 (46). — С. 90-93.
16. Панченко В.П. Концептуальні підходи до розвитку корпоративної соціальної відповідальності організації на засадах компетенційного підходу // Актуальні проблеми економіки, №7((145)). – 2013. – с. 156– 161.
17. Розвиток персоналу як пріоритетний напрям реалізації соціальної відповідальності бізнесу. [Електронний ресурс] / К. Б. Гуменюк, В. В. Хачатрян. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67305>

Нескороджена Л.Л.,

кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного приватного, комерційного та цивільного
права факультету міжнародної торгівлі і права
Київського національного торговельно-економічного університету

ПРАВОВИЙ РЕЖИМ МАЙНА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Відповідно до ч.1 ст.133 Господарського кодексу України (надалі – ГК України) основу правового режиму майна суб'єктів господарювання, на якій базується їх господарська діяльність, становлять право власності та інші речові права – право господарського відання та право оперативного управління.

З аналізу норм Господарського кодексу України, можна зробити висновок, що на праві власності майно належить фізичним особам – підприємцям та приватним юридичним особам; на праві господарського відання та праві оперативного управління майно належить державним та комунальним підприємствам.

Варто зазначити, що чинне цивільне та господарське законодавство не виділяє такого суб'єкта права власності як фізична особа-підприємець та не містить норм щодо права власності фізичної особи-підприємця. Ст.128 ГК України та ст. 52 ЦК України лише встановлюють, що фізична особа – підприємець відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з підприємницькою діяльністю, усім своїм майном, крім майна, на яке згідно із законом не може бути звернено стягнення.

Отже, суб'єктом права власності визнається саме фізична особа, яка може бути власником будь – якого майна, крім майна, що не може перебувати у власності фізичної особи.

Виникає питання: яким чином відмежовувати майно фізичної особи – підприємця, яке він використовує для здійснення підприємницької діяльності від майна, що належить йому та членам його сім'ї. Відповідь на це питання варто шукати в судовій практиці.

Так, Конституційний Суд України у Рішенні по справі № 17-рп/2012 від 19 вересня 2012 року при розгляді питання щодо статутного капіталу та майна приватного підприємства, сформованих за рахунок спільної сумісної власності подружжя зазначив, що статутний капітал та майно приватного підприємства є об'єктом права спільної сумісної власності подружжя [1]. Верховний суд України у справі № 6-21цс15 також дійшов висновку, що майно фізичної особи-підприємця може бути об'єктом спільної сумісної власності подружжя і, у разі розлучення, предметом поділу між ними. Майно фізичної особи-підприємця, яке використовується ним для господарської діяльності, вважається спільним майном подружжя, як і інше майно, набуте в період шлюбу, за умови, що воно придбане за рахунок належних подружжю коштів [2].

Однак є випадки, коли суд може визнати майно фізичної особи-підприємця, яке він використовує для господарської діяльності, особистою приватною власністю фізичної особи-підприємця. Так, Судова палата у цивільних справах Верховного суду України в справі №6-79цс13 зазначила, що майно фізичної особи-підприємця, яке придбане та використовується в його підприємницькій діяльності з метою одержання прибутку, слід розглядати як його особисту приватну власність,

відповідно до ст. 57 СК України, а не як об'єкт спільної сумісної власності подружжя, який підпадає під регулювання ст. ст. 60, 61 СК України. При цьому суд зазначив, що належність майна до спільної сумісної власності подружжя визначається не тільки фактом придбання його під час шлюбу, але і спільністю участі подружжя коштами або працею в набутті майна. Тобто, застосовуючи цю норму права (ст. 60 СК України) та визнаючи право спільної сумісної власності подружжя на майно, суд повинен установити не тільки факт набуття майна під час шлюбу, але й той факт, що джерелом його набуття є спільні сумісні кошти або спільна праця подружжя [3]. Тобто, як бачимо, однозначної позиції щодо визначення правового режиму майна фізичної особи – підприємця в судів немає. Така невизначеність позицій судів створює:

1) ризик оскарження будь-якого договору, укладеного фізичною особою-підприємцем в разі відсутності згоди другого з подружжя;

2) ускладнює процес ведення підприємницької діяльності, вимагаючи письмового погодження фактично кожного кроку з другим із подружжя;

3) у разі поділу майна створює загрозу цілісності бізнесу, створеного фізичною особою-підприємцем. Зважаючи на вищевикладене, врегулювання правового режиму майна фізичної особи-підприємця, вимагає більшої чіткості і визначеності.

З положень ст.ст. 136-137 ГК України, які містять норми щодо права господарського відання та права оперативного управління, можна виділити характерні ознаки вищезазначених речових прав, однак зрозуміти конкретизацію форми їх реалізації неможливо. Для цього необхідно звернутися до інших норм, наприклад до ст.ст. 74 – 77 ГК України, Закону України «Про управління об'єктами державної власності» (надалі – Закон) [4], Закону України «Про захист економічної конкуренції» [5], законів України, якими можуть бути встановлені особливості управління окремими об'єктами державної власності або їх видами (наприклад, Закон України «Про особливості правового режиму діяльності Національної академії наук України, національних галузевих академій наук та статусу їх майнового комплексу» [6]), Порядку відчуження об'єктів державної власності, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України 6 червня 2007р. [7] тощо. Така різноманітність нормативно-правових актів не сприяє належному використанню та відчуженню державного майна, а навпаки створює ситуації нерозуміння особами, які управляють державним майном, співвідношення права власності, права господарського відання та права оперативного управ-

ління. Не сприяє належному законодавчому врегулюванню питання відчуження державного майна і неузгодженість таких термінів як приватизація, продаж (п.10 ст. 5 Закону) та відчуження (підпункт и). п.18 ст. 5 Закону), хоча зазначені терміни передбачають перехід права власності від одного власника до іншого. Частково дослідження речових прав суб'єктів господарювання здійснювали Гринюк Р.Ф. [8], Ісаков М.Г. [9], Алданов Ю.В. [10], Пількевич В.Л. [11], Попова А.В.[12], Труш І.В.[13], Кравчук О.О. [14], Чубарева Ю.О. [15] та інші. Разом з тим єдиної точки зору щодо реалізації речових прав державних підприємств не вироблено. Тому метою даної статті є дослідження ознак права господарського відання та права оперативного управління, порядок відчуження майна, яке належить на праві господарського відання та права оперативного управління.

Для кращого розуміння термінів «право господарського відання» та «право оперативного управління» необхідно дати їм визначення та розкрити їх ознаки. Під правом господарського відання ГК України розуміє речове право суб'єкта підприємництва, який володіє, користується і розпоряджається майном, закріпленим за ним власником (уповноваженим ним органом), з обмеженням правомочності розпорядження щодо окремих видів майна за згодою власника у певних випадках, передбачених ГК України та іншими законами. Можна визначити такі ознаки права господарського відання:

1) право господарського відання належить комерційним державним підприємствам та комунальним комерційним підприємствам (ч.2 ст. 74, ч.3. ст. 78 ГК України);

2) підприємство володіє, користується і розпоряджається майном, закріпленим за ним власником (уповноваженим ним органом), з обмеженням правомочності розпорядження щодо окремих видів майна за згодою власника у випадках, передбачених ГК України та іншими законами;

3) майно передається підприємству для здійснення комерційної діяльності;

4) підприємство самостійно відповідає за свої зобов'язання та може бути суб'єктом банкрутства;

5) власник контролює процес використання майна, однак не втручається в оперативно-господарську діяльність підприємства.

Правом оперативного управління визнається речове право суб'єкта господарювання, який володіє, користується і розпоряджається майном, закріпленим за ним власником (уповноваженим ним органом)

для здійснення некомерційної господарської діяльності, у межах, встановлених ГК України та іншими законами, а також власником майна (уповноваженим ним органом).

Ознаками права оперативного управління є:

1) право оперативного управління належить комунальним некомерційним підприємствам та казенним підприємствам (ч.3 ст. 76, ч.3. ст. 78 ГК України) .

2) майно повинно бути використане за призначенням, в іншому разі власник має право вилучати у суб'єкта господарювання надлишкове майно, а також майно, що не використовується.

3) підприємство володіє, користується і розпоряджається майном, закріпленим за ним власником (уповноваженим ним органом) для здійснення некомерційної господарської діяльності.

Реалізацію речових прав щодо державного майна органи, які уповноваженні управляти державним майном, можуть здійснювати через різноманітні форми: загальне управління державним майном, господарське управління окремими частинами фонду стосовно засобів виробництва державної власності, управління корпоративними правами, господарське відання, оперативне управління, оренда державного майна [16, с.158-159].

Для дослідження питання щодо відчуження державного майна, яке належить на праві господарського відання та права оперативного управління, необхідно окреслити коло суб'єктів, які можуть управляти державним майном та їх повноваження.

Право господарського відання та право оперативного управління є похідними від права власності і залежними від власника. Ст. 1 Закону чітко зазначає, що реалізація повноважень держави як власника майна покладається лише на уповноважені органи, які мають право управляти державним майном. Такими уповноваженими органами держави відповідно до ст. 4 зазначеного Закону є Кабінет Міністрів України (надалі – КМУ), Фонд державного майна України (надалі – ФДМ України), міністерства та інші органи виконавчої влади, органи, які здійснюють управління державним майном відповідно до повноважень, визначених окремими законами, державні господарські об'єднання, державні холдингові компанії, інші державні господарські організації, юридичні та фізичні особи, які виконують функції з управління корпоративними правами держави, Національна академія наук України, галузеві академії наук. Якщо проаналізувати повноваження уповноважених органів щодо управління об'єктами державної власності, які передбачені

ст.ст. 5-10 Закону, то можна зробити висновок, що основні функції по відчуженню державного майна покладені на КМУ та ФДМ України. Разом з тим, до ч.5. ст. 75 та ч. 4 ст. 77 ГК України в 2007 році були внесені положення про те, що відчуження нерухомого майна, а також повітряних і морських суден, суден внутрішнього плавання та рухомого складу залізничного транспорту здійснюється за умови додаткового погодження в установленому порядку з Фондом державного майна України. Тобто, можна зробити висновок, що право відчужувати нерухоме майно та речі, на які відповідно до ч.1 ст. 181 ЦК України поширюється правовий режим нерухомості, можуть бути відчужені керівником підприємства лише за попереднім погодження в установленому порядку з Фондом державного майна України. Однак з такими змінами варто не погодитися і як аргумент зазначити таке:

1. Ст. 181 ЦК України під нерухомим майном визначає земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення. Крім того, режим нерухомої речі може бути поширений законом на повітряні та морські судна, судна внутрішнього плавання, космічні об'єкти, а також інші речі, права на які підлягають державній реєстрації. Ч.4 ст. 191 ЦК України зазначає, що підприємство як єдиний майновий комплекс є нерухомістю. До складу підприємства як єдиного майнового комплексу входять усі види майна, призначені для його діяльності, включаючи земельні ділянки, будівлі, споруди, устаткування, інвентар, сировину, продукцію, права вимоги, борги, а також право на торговельну марку або інше позначення та інші права, якщо інше не встановлено договором або законом. Тому не можна погодитися з тим, що можна відчужувати майно державних підприємств, адже сукупність такого майна і називається цілісним майновим комплексом. Крім того, необхідно не забувати, що нерухоме майно підприємства належить до його основних фондів підприємства. (ч.3 ст. 139 ГК України).

2. Під відчуження майна розуміється передача права власності на майно юридичним чи фізичним особам за процедурами та у спосіб, що передбачені Порядком відчуження об'єктів державної власності [7]. П.6 зазначеного порядку передбачає, що рішення про надання згоди та погодження на відчуження майна може бути прийняте лише в тому разі, якщо таке відчуження не впливає на цілісність майнового комплексу суб'єкта господарювання або його структурного підрозділу. А як ми вже говорили, посилаючись на ст. 191 ЦК України, до цілісного майнового комплексу відносять і нерухоме майно. Під приватизацією державного

майна розуміють відчуження майна, що перебуває у державній власності, і майна, що належить Автономній Республіці Крим, на користь фізичних та юридичних осіб (ст.1 Закону України «Про приватизацію державного майна» [17]). І п.13 Порядку відчуження об'єктів державної власності [7], і ст.15 Закону України «Про приватизацію державного майна» [17], передбачають що передача права власності на майно обов'язково повинна відбуватися на конкурентних основах. Відповідно просто прийняти рішення про відчуження нерухомого майна, яке належить на праві господарського відання та права оперативного управління, навіть за погодженням з ФДМ України неможливо, бо порушується процедурний порядок відчуження державного майна.

3. Приватизація державного майна відбувається на основі Закону України «Про приватизацію державного майна» та Порядку подання та розгляду заяв про приватизацію [18]. Разом з тим зазначені акти встановлюють певні засади приватизації, а саме:

1) приватизації не підлягають казенні підприємства (ст.76 ГК України, ч.2. ст. 5 «Про приватизацію державного майна»);

2) Ч.5. ст. 5 Закону України «Про приватизацію державного майна» зазначає, що за погодженням з Кабінетом Міністрів України приватизуються об'єкти групи Г та паливно-енергетичного комплексу.

Крім того, п.2 ст. 5 Закону говорить про те, приватизації не підлягають об'єкти, що мають загальнодержавне значення, а також казенні підприємства.

Відповідно надана можливість продавати нерухоме майно лише з дозволу ФДМ України може спричинити шкоду економіці України в зв'язку з непрозорістю продажу такого майна та на практиці може спричинити появу так званих підприємств – «пустишок». Тому варто законодавцю чітко виписати процедуру отримання дозволу на продаж нерухомого майна державних підприємств шляхом прийняття законодавчого акту. Крім того, продаж нерухомого майна державних підприємств, а також повітряних і морських суден, суден внутрішнього плавання та рухомого складу залізничного транспорту зазначених підприємств погоджувати з КМУ, а не з ФДМУ. В зв'язку з цим, виключити абз. 2 ч.5 ст. 75 та абз. 2 ч.4 ст.77 ГК України.

Література

1. Рішення Конституційного суду України у справі за конституційним зверненням приватного підприємства «ІКІО» щодо офіційного тлумачення положення частини першої статті 61 Сімейного кодексу

- України від 19.09.2012 № 17-рп/2012//Офіційний вісник України.– 2012.– № 75.– Ст. 33.
2. Постанова Судової палати у цивільних справах Верховного суду України про визнання права власності та за зустрічним позовом ОСОБА_9 до ОСОБА_8 про визнання права власності за заявою ОСОБА_8 про перегляд Верховним Судом України ухвали Вищого спеціалізованого суду України з розгляду цивільних і кримінальних справ від 30 жовтня 2014 року в справі №6-21цс15// <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/43307434>
 3. Постанова Судової палати у цивільних справах Верховного суду України про перегляд Верховним Судом України ухвали Вищого спеціалізованого суду України з розгляду цивільних і кримінальних справ від 13 лютого 2013 року у справі за позовом ОСОБА_9 до публічного акціонерного товариства «Банк Кіпру», ОСОБА_10, приватного підприємства «Вітер Плюс» про визнання недійсним договорів та визнання права власності від 2 жовтня 2013 року// <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/34180776>
 4. Про управління об'єктами державної власності: Закон України від 26.09.2006р. // Відомості Верховної Ради України – 2006– N 46– ст.456.
 5. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. №2210-III//Відомості Верховної Ради України (ВВР) України. – 2001. – №12. – ст.64.
 6. Про особливості правового режиму діяльності Національної академії наук України, національних галузевих академій наук та статусу їх майнового комплексу: Закон України від 07.02.2002 № 3065-III// <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3065-14/card6#Public>
 7. Про затвердження Порядку відчуження об'єктів державної власності: постанова КМУ від 6 червня 2007 р. №803 // <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2007-%D0%BF>
 8. Гринюк Р.Ф. Правовий статус комунальних підприємств в Україні: автореферат на здобуття наук. ст. к.ю.н.: 12.00.04./ Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк, 2001.– С.10-12;
 9. Ісаков М.Г. Правовий статус підприємства як суб'єкта господарювання: автореферат на здобуття наук. ст. к.ю.н.: 12.00.04./ Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк, 2006.– С.9-10;
 10. Алданов Ю.В. Приватизація державного майна як спеціальна підстава набуття права власності: автореф. дис. на здоб. наукового ступеня к.ю.н.: 12.00.03/Київський національний університет імені Т. Шевченка.– К., 2006.– 17с.;
 11. Пількевич В.Л. Організаційно – правове забезпечення управління державним майном в Україні: автореф. дис. на здоб. наукового

ступеня к.ю.н.: 12.00.07/ Інститут держави і права ім. В.М. Корецького НАН України– К., 2006.– 19с.;

12. Попова А.В. Про розмежування права власності та права господарського відання// Вісник господарського судочинства .– 2010.– №3– С. 29-33;
13. Труш І.В. Правовий режим майна комунального унітарного підприємства / І.В. Труш // Економіка та право. – 2012. – № 2. – С. 173-178;
14. Кравчук О.О. Деякі питання господарського відання та оперативного управління майном державної власності / О.О. Кравчук // Держава і право. – 2011. – № 52. – С. 232-238;
15. Чубарева Ю.О. Місце права господарського відання й оперативного управління в системі речових прав//Європейські перспективи .– 2014.– № 3.– С.193-198;
16. Вінник О.М. Господарське право: Курс лекцій. – К.: Атіка, 2004.-624 с.
17. Про приватизацію державного майна: Закон України від 4 березня 1992 року// Відомості Верховної Ради України – 1992– N 24– ст.348
18. Про визнання такими, що втратили чинність, наказів Фонду та внесення змін до Порядку подання та розгляду заяв про приватизацію об'єктів груп А, Д, а також групи Ж (які підлягають приватизації способами, установленими для об'єктів малої приватизації): Наказ Фонду державного майна України від 27.04.2004 N 848//<http://rada.gov.ua>

Осика В.А., доцент, кандидат технічних наук,
декан факультету торгівлі та маркетингу КНТЕУ
Коптюх Л.А., професор, доктор технічних наук,
професор кафедри товарознавства та митної справи,
Мостика К.В., кандидат технічних наук, доцент кафедри
товарознавства, управління безпеністю та якістю,
Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПАКОВАННЯ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Пакування – невід'ємна складова життєдіяльності людини. Останнім часом вагоме положення в економіці багатьох країн займає пакувальна галузь, значний інтерес до якої відчувається також на внутрішньому ринку України. Перехід до вільної ринкової економіки без

розвиненої таропакувальної галузі не може бути легким, оскільки вільний ринок потребує від виробників професійно запакованої конкурентоспроможної продукції.

Сучасна пакувальна індустрія перетворилася в категорію економіки, що об'єднує спеціалістів і підприємців багатьох галузей виробництва і тісно пов'язана з лісопромисловим комплексом, целюлозно-паперовою, нафтохімічною, металургійною, харчовою, переробною галузями, поліграфією, машинобудуванням, дизайном, логістикою, транспортом та, звичайно, господарством для зберігання продукції, товарів, виробів, матеріалів. Тому визначення тенденцій та перспектив розвитку пакування для харчових продуктів є актуальним.

Частка пакувальних матеріалів Європейського обороту пакування розподіляється за цінними показниками таким чином: папір, картон – 38%, полімери – 30%, метал – 19%, скло – 10%, деревина – 3%.

Останнім часом споживання пакувальних матеріалів у світі складає близько 85 доларів США за рік на душу населення. У Європейському Союзі, до розширення на Схід, цей показник сягав 385 дол. щорічно. За останні 15 років виробництво пакувальних матеріалів у світі, як і міжнародний експорт продукції та послуг, виросли від 300 млрд. Євро у 1990 році до теперішніх 450 млрд. Євро за рік.

Найвищий рівень споживання можна констатувати в Америці та Японії: 400-450 дол. США на душу населення за рік. Якби всі країни світу досягли за цим показником Японію, то це відповідало б п'ятикратному зростанню світового виробництва товарів. Звертає на себе увагу суттєва відмінність між обсягами виробництва пакування в Західній Європі (130 млрд. Євро) і Східній Європі (15 млрд. Євро) [1, 2].

Таропакувальна продукція відіграє важливе значення у наповненні ринку товарами, а сучасне та раціональне пакування є ключем до економічного прогресу. Частка країн Європи у виробництві пакування наведена на рис. 1.

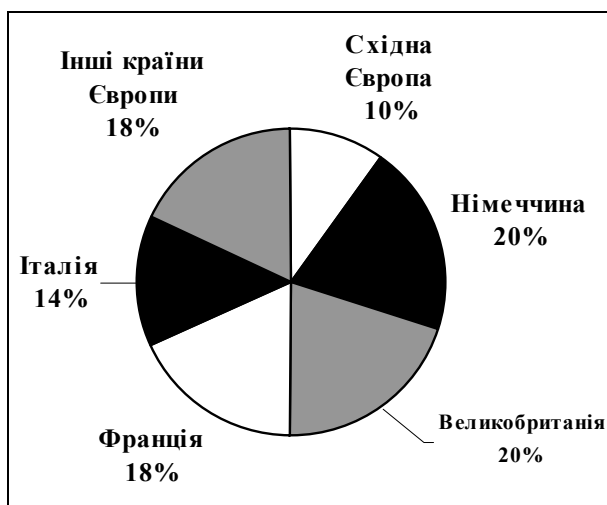


Рис. 1. Частки країн Європи у виробництві пакування (у грошовому еквіваленті) [2]

Від правильного вибору пакування залежить збереження продукції, інформація щодо того або іншого товару, виробів, їхньої реалізації, а також зниження їхнього забруднення і втрат. Тому головна вимога – покращувати і удосконалювати пакування до рівня якості, за якої воно стане корисним і зручним для покупців. А це свідчить, що серед чинників, які призводять до успіху впровадження на ринок нової продукції, повинно враховуватись і пакування.

Таким чином, можна стверджувати, що сучасні шляхи розвитку світової економіки, вплив процесів глобалізації, соціальні, політичні та демографічні зміни у суспільстві визначили об'єктивні напрямки розвитку сучасного пакування, які передусім ґрунтуються на мінімізації у використанні матеріалів та енергоресурсів для його виготовлення, створенні для споживачів оригінальних за формою, конструкцією і дизайном пакувань, які стануть гармонічним доповненням і завершальним штрихом до високоякісної запакованої в нього продукції.

В останнє десятиліття спостерігається гостра конкуренція між традиційними таропакувальними матеріалами з металу, скла, картону, паперу, деревини, тканини і нових прогресивних видів пакувань на основі полімерних і комбінованих матеріалів. Частка різних матеріалів, що застосовуються у виробництві пакування для харчової промисловості наведена на рис. 2.

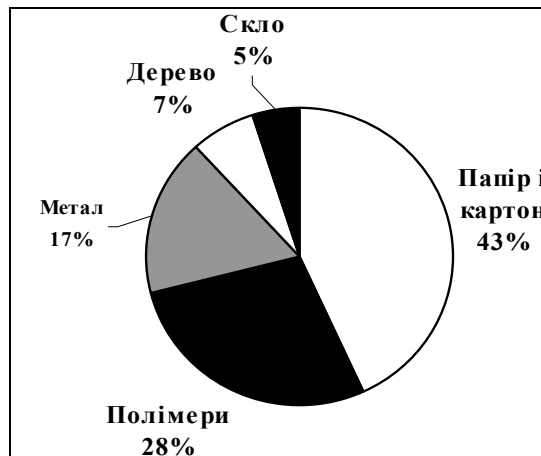


Рис. 2. Застосування пакувальних матеріалів у світовій харчовій промисловості [3]

До цього треба додати, що універсального пакувального матеріалу в природі не існує. В залежності від продукту, що упаковується, та сама властивість пакування може бути корисною і шкідливою. Наприклад, прозорість пакування в деяких випадках бажана, щоб візуально оцінити якість продукту, але вона небажана для продуктів, чутливих до впливу світла, особливо в ультрафіолетовому діапазоні частини спектра. Іншим прикладом може бути газопроникність пакування. У багатьох випадках вона повинна бути мінімальною, оскільки під впливом кисню відбувається псування продуктів. Однак у випадку упакування фізіологічно активних продуктів (свіжі овочі, фрукти, ягоди), що вимагають для нормальної життєдіяльності постійного надходження кисню і видалення вуглекислого газу, газопроникність не тільки бажана, але і необхідна.

Аналізуючи зарубіжний досвід виробництва і застосування традиційних і нових пакувальних матеріалів, слід констатувати, що кожен з них має свою сферу застосування, а оптимальне співвідношення між ними зазнає постійних коливань в залежності від багатьох факторів, головними з яких є кон'юнктура на ринку пакування, економічна та екологічна характеристики, санітарно-гігієнічні, бар'єрні і інші властивості.

У Європі щорічно використовується понад 30 млн. т паперу і картону як пакувальних матеріалів. З огляду на конкуренцію пакування на основі целюлози (папір і картон) з пакуванням скляним, металевим і дерев'яним, воно повинно бути конкурентоспроможним, щоб зберегти і

збільшити частку ринку. Під поняття конкурентоспроможності паперу входять такі аспекти як зменшення витрат сировини, простота постачання, економія та екологічна безпека на всіх етапах виробництва та застосування, підвищення бар'єрних властивостей, можливість і поліпшення його перероблення і регенерації [4].

Тенденції розвитку ринку пакування на період до 2020 року, [5] (рис. 3) переконують у перспективності подальшого розвитку паперової галузі.

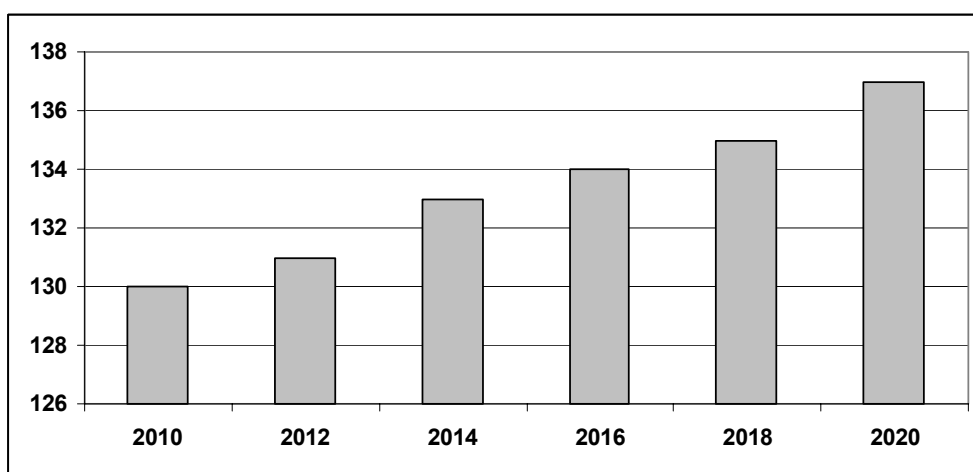


Рис. 3. Тенденції розвитку ринку пакування в Європі (млрд. доларів)

І хоча за обсягами споживання продукції Україна ще відстає від розвинених країн Західної Європи і Північної Америки, практично всі оператори ринку стверджують: ринок пакування диктують, з одного боку, виробники сировини і первинної продукції, з іншого боку – безпосередньо виробники пакування. Аналіз лідерів світового пакувального ринку (рис. 4) свідчить, що три з чотирьох світових лідерів з виробництва пакування мають пряме відношення до паперової індустрії. Концерн Tetra Pack використовує папір у виробництві комбінованого пакування. На другому місці – лісопромислова компанія Smurfit-Stone, що працює, головним чином, на ринку Канади і США. International Paper відома на українському ринку, перш за все, як постачальник офісного паперу і крейдованих видів картону, хоча асортимент продукції цієї компанії дуже широкий.

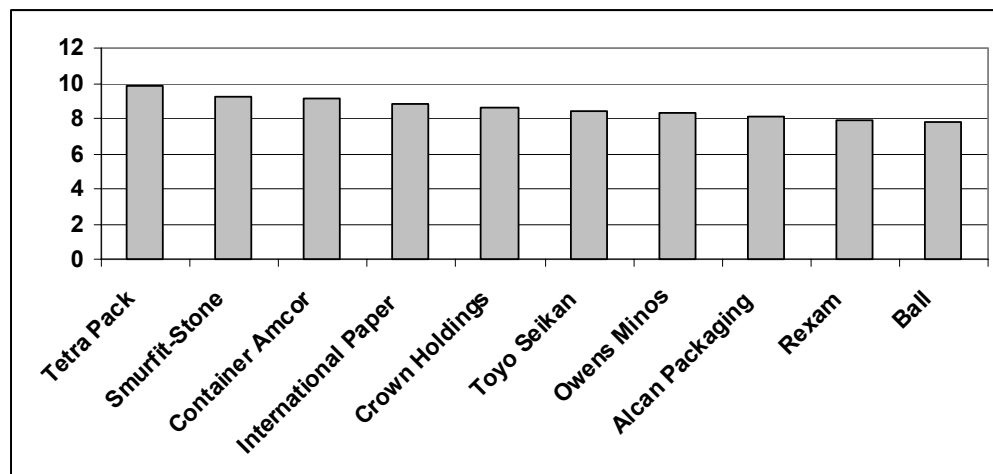


Рис. 4. Лідери світового пакувального ринку (млрд. доларів) [6]

Сьогодні на ринку гнучкого пакування співвідношення пластикових і паперових матеріалів складає приблизно 56/44 [7]. Переваги пластикових матеріалів досягнуті за рахунок підвищених водовідштовхувальних, бар'єрних і міцнісних властивостей полімерних плівок, а також міцності на розрив. З іншого боку, фахівці галузі, прогнозують перевагу картонного пакування в таких сегментах ринку, як транспортна тара, рекламні бокси, термостійкі підноси і лотки, пакування для рідин.

Що стосується споживчого пакування і мішків, то тут пластик буде продовжувати користуватися попитом, однак, згідно з прогнозами, його частка складе близько 46% цього сегмента ринку проти 54% паперу. Багато в чому активний розвиток паперового і високотехнологічного пластикового пакування стимулюється появою екологічно чистих продуктів, виготовлених без застосування шкідливих для людського організму добавок і консервантів.

Сегмент картонного пакування активно розвивається і в Україні, незважаючи на всі існуючі проблеми целюлозно-паперової промисловості України, яка демонструє найбільш високі темпи зростання поряд з харчовою, хімічною промисловістю і виробництвом мінеральних виробів. Постійно поліпшується якість виготовленого пакування. Підвищуються потужності на заводах «Лунапак» і «Бліц-Пак», про серйозні наміри заявила компанія «Планета-Друк», як і раніше присутні на цьому ринку друкарня ВАТ «Зоря», «Поліграф-Пак» і інші, а виробництво гофрокартону і тари з нього вже стало візитною карткою паперової

промисловості України. Кількість виробників гофрокартону наблизилася до 30, а картонно-транспортної тари – до 180 [8].

Очікується також зростання світового ринку пакування, виготовленого з паперу, картону та полімерних матеріалів, для харчової промисловості в найближчі роки, про що свідчать показники останніх років (рис.5).

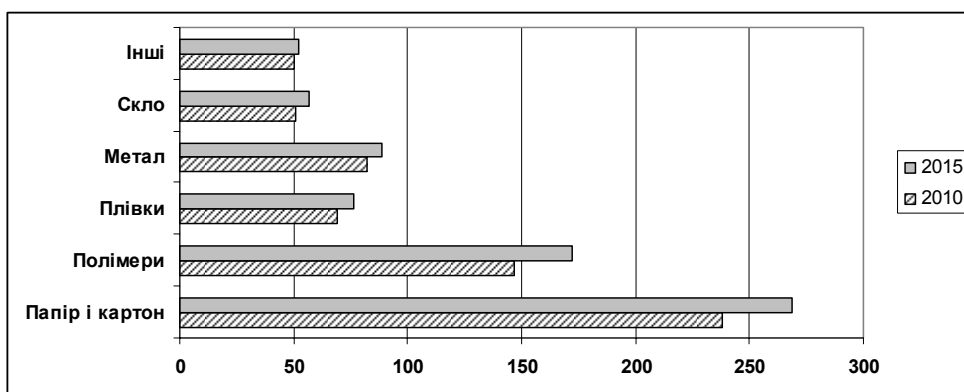


Рис. 5. Зростання обсягів застосування матеріалів у виробничому пакуванні (прогноз), (млрд. доларів)

Аналіз ситуації в країнах Євросоюзу (ЄС) свідчить [1, 2], що споживання пакування прямо пов'язане з економічним рівнем держави. Тому економічні лідери Європи займають провідні позиції і в споживанні пакування. До них відносяться Німеччина (23% від загального обороту), Франція (18%), Італія (14%), Великобританія (20%). Варто зауважити, що частка обсягів споживання пакування світових лідерів у виробництві паперу і картону – скандинавських країн – відносно незначна: Швеція – 4%, Фінляндія – 2%. Це стосується пакування в цілому, тобто мова йде і про полімери, метал, скло і інші матеріали, – галузях, які в скандинавів не особливо розвиваються. В цілому пропорції споживання за видами пакування зберігаються у всіх країнах. Однак є ряд виключень. Так, наприклад, загальне споживання пакування в Бельгії більше, ніж в Австрії. Однак, австрійці споживають значно більше пакувальних матеріалів з деревини. Щодо всіх інших видів пакування бельгійці йдуть вперед. Особливо істотний відрив спостерігається в споживанні пакування паперового і полімерного. Схожі результати слід одержати, порівнюючи Німеччину і Францію. Німці в цілому споживають більше пакування, однак французи,

використовуючи менше полімерних матеріалів, споживають більше пакування з дерева і скла, ніж німці. Очевидно, причини в тому, що історичні традиції пакувальної галузі в цих країнах різні.

Щодо споживання паперового пакування серед країн ЄС лідирують Франція, Німеччина, Італія і Великобританія. У споживанні полімерного пакування – ті ж країни, а також Іспанія.

Серед різноманіття пакувальних матеріалів, що виготовляються різними країнами світу, матеріали на основі паперу і картону, незважаючи на неухильне зростання полімерних матеріалів, займають стійкі позиції і зберігають свою частку на ринку пакування на рівні 40-50%.

За твердженням зарубіжних науковців, частка пакувальних матеріалів на основі паперу в таких країнах, як США, Німеччина та інші країни Західної Європи, буде зростати. Так, у ФРН щорічно виготовляють до 5 млн. т паперових пакувальних матеріалів. Темпи зростання потреби в цій продукції складають більше 2% на рік. У США виробництво пакувальних видів паперу і картону зростає щорічно на 1,5%, в тому числі для пакування харчових продуктів на 0,9%, що складає 1,79 млн. т. У Канаді, згідно з прогнозами науковців, споживання пакувального паперу складає більше 320 тис.т.

Серед європейських країн Франція займає перше місце з виробництва пакувального паперу і виготовляє близько 41% цієї продукції, що виготовляється в країнах Європи. Швеція серед скандинавських країн займає перше місце з виробництва пакувальних видів паперу і картону, обсяги їх виробництва – більше 1700 тис. т на рік.

В целюлозно-паперовій промисловості Польщі швидкими темпами буде зростати виробництво обгорткового паперу, пергаменту. В Угорщині за останні роки розширені потужності з випуску паперу для пакування, такого як мішкового і металізованого.

Підприємства харчової промисловості України використовують широку гаму видів і марок паперу, що застосовується для упакування різних видів продукції.

Значна частина пакувальних видів паперу в Україні не виготовляється, а імпортується.

За показником споживання пакувальних матеріалів на людину на рік у тих же країнах Євросоюзу лідирують Нідерланди і Люксембург (по 262 кг), за ними йдуть Данія (239), Франція (238), Італія (237) і Швеція (216). Середній показник в країнах ЄС – 197 кг пакування на людину на рік, для порівняння в Україні – близько 80 кг.

Що стосується пакування з паперу і картону, то тут абсолютним лідером з великим відривом є Нідерланди – 155 кг на людину на рік. Інші країни істотно відстають.

Самою «полімерною» країною за цим показником є Люксембург – 66 кг на людину, середній показник у країнах ЄС – 85 кг на людину.

Паперове і картонне пакування британського ринку являє собою 45,5% пакувального ринку, полімерне – 31,3%. Інші матеріали істотно відстають. Ця картина в цілому відповідає загальноєвропейській і дає уяву про те, яке місце займає папір на ринку пакування. Експерти впевнені, що самий високий попит у найближчому майбутньому залишиться за картоном. За ним ідуть полімери, потім скло, а вже після цього – папір.

Таким чином, слід констатувати, що позиції картонного і паперового пакування на ринку залишаються непорушними і будуть тільки зміцнюватися в конкуренції з пластиком.

Найбільші світові виробники пакувального картону: MeadWestvaco, Stora Enso і International Paper контролюють більше 20% світового ринку. Варто зауважити, що ці компанії практично не виготовляють макулатурні види картону. Однак, в першій двадцятці присутні кілька компаній, що спеціалізуються на виробництві тільки (чи головним чином) макулатурного картону. Це Mayr-Melnhof, Reno De Medici, Oji, Smurfit-Stone Container, Hansol, Caraustar Industries [9].

Аналізуючи статистичні дані виробництва і споживання пакувальних матеріалів, необхідно зазначити, що папір і картон зможуть зберегти свою частку на ринку пакувальних матеріалів (40-50%), головним чином, завдяки появі на їх основі комбінованих матеріалів, які здатні задовольнити вимоги, що висуваються сьогодні до пакування і матеріалів. Від пакувальних матеріалів, що виконували раніше, насамперед, функцію захисту від кліматичних і механічних впливів під час транспортування, сьогодні очікують запобіжного ефекту від найрізноманітніших зовнішніх впливів. Одночасно пакувальні матеріали повинні все в більшій мірі приймати на себе рекламну і інформаційну функції, щодо якості, хімічного складу і компонентів упакованого продукту, умов, термінів зберігання і використання, відсутності або вмісту генномодифікованих об'єктів, граничнодопустимих шкідливих речовин (стабілізаторів, консервантів, барвників, інших харчових добавок), екологічності та можливості повторного перероблення використаних тари та пакувань. Тобто повинні володіти відповідними друкарськими властивостями і фарбосприйняттям під час нанесення на їхню поверхню друкованих тексту, малюнків, тощо; повинні перероблятися на високопродуктивних автоматизованих пакувальних машинах, а також відпові-

дати умовам їхнього повторного перероблення. Без відповідних сучасних пакувальних матеріалів і пакування не можна уявити такі технологічні процеси, як зберігання харчових продуктів у модифікованому газовому середовищі, мікрохвильового надвисоких частот (НВЧ) нагрівання, асептичного консервування, радіаційної стерилізації і пастеризації, виробництва концентрованих і зневоднених продуктів (у тому числі і сублімаційним сушінням).

У складі комбінованих матеріалів використовуються папір, фольга, різні полімерні матеріали і речовини та їх комбінації [10].

Всього на пакувальні цілі на даний період у США витрачають більше 5 млн. т полімерних матеріалів, у Німеччині – 1,4, Великобританії, Франції по 0,8-1,0 млн. т. Близько 50% цієї кількості полімерних матеріалів йде на виготовлення пакування для харчових продуктів: у США до 60%, у Німеччині більше 40%.

Крім полімерів, широко застосовується комбінація паперу з тонкою алюмінієвою фольгою, що використовується тоді, коли необхідно виконати одне чи кілька наступних вимог: непроникність для газів, водяних парів, ароматичних речовин, світла і Уф-променів, стійкість до води, олії, жирів, органічних кислот, розчинників і хімікатів, стійкість до стерилізації, пастеризації і дефротації; стабільність форми пакування, здатність формування виробів способом згинання. Обмеження застосування алюмінієвої фольги пояснюються нездатністю її до термоформування, появою тріщин і складок за необхідності повторного надання комбінованим матеріалам форми продукту, що упаковується.

Таким чином, існування великої кількості матеріалів і їх комбінацій дає змогу задовольнити усі вимоги, що висуваються до упакування найрізноманітніших харчових продуктів. Шляхом вибору і сполучення придатних матеріалів слід створити пакування, що відповідало б всім вимогам для упакування конкретного продукту. Ці вимоги визначаються хімічною природою упакованого харчового продукту (наявність жирів, кислотність), його фізичним станом (рідина, паста, твердий продукт), чутливістю до дії вологи, кисню, світла, необхідністю повної ізоляції від зовнішнього середовища під час зберігання.

Література

1. Карнацькі, А. Куди прямує ринок упаковки? [Текст] / А. Карнацькі // Упаковка. — Київ, 2014. — № 4. — С. 21-23.
2. Александров, А. М. Перспективы упаковки для пищевых продуктов (от глобальных мегатрендов к практике производства) [Текст] / А.М. Александров // Упаковка. — Київ, 2015. — № 4. — С. 26-30.

3. Упаковка для продуктов питания (перспективы на 2016 г. и на будущее) [Текст] // Упаковка. — Київ, 2015. — № 2 (105). — С. 12-16.
4. Бабак, А.В. Розширена відповідальність виробника за відходи упаковки [Текст] / А. В. Бабак, В. Г. Слабий // Упаковка. — Київ, 2016. — № 3. — С. 47-49.
5. Тенденции в развитии сегмента упаковки определяет потребитель [Текст] // Мясной бизнес. — Київ, 2014. — № 1 (129). — С. 36-40.
6. Курс на трендовую упаковку [Текст] // Рестораторъ. — Київ, 2016. — № 3. — С.32-36.
7. Кравченко, Л. Инновационная гибкая упаковка – эффективный инструмент продвижения украинской молочной продукции на мировой рынок [Текст] / Л. Кравченко // Мир продуктов. — Київ, 2016. — № 1. — С. 42-44.
8. Актуальные тенденции украинского рынка упаковки [Текст] // Продукты & Ингридиенты. — Київ, 2014. — № 4 (112). — С. 42-43.
9. Упаковка из картона в мире и Украине [Текст] // Упаковка. — Київ, 2014. — № 3 (100). — С. 53-55.
10. Новые многослойные барьерные упаковочные материалы компании «АВЕНТИН» для упаковки сыров, мясных и колбасных изделий [Текст] // Мясной бизнес. — Київ, 2016. — № 5. — С. 28-29.

Осієвська В. В. к.т.н., доц.
Михайлова Г. М. к.т.н., доц.
Галько С. В. к.т.н., доц.
кафедра товарознавства та митної справи,
Київський національний торговельно-економічний університет

СТАНДАРТИ ISO СЕРІЇ 9000 – НОВІ РЕАЛІЇ

У вересні 2015 року Міжнародною організацією зі стандартизації ISO були прийняті нові версії стандартів ISO 9000:2015 та ISO 9001:2015. Це п'ята редакція популярного у всьому світі сімейства стандартів [1]. Як і в багатьох інших країнах світу, Національний орган зі стандартизації України прийняв ці стандарти як ідентичні національні стандарти ДСТУ.

Серія стандартів ISO серії 9000 неодноразово переглядалась:

- перша версія була підготовлена в 1987 році;

- друга – випущена в 1994 році і представляла собою уточнену версію 1987 року;
- третя версія була розроблена у 2000 році шляхом радикального перегляду версії 1994 роки;
- четверта версія стандарту вийшла роз'єднано: в 2005 році був випущений стандарт ISO 9000:2005, в 2008 і 2009 роках – стандарти ISO 9001 та 9004. Не зважаючи на очікуваний повний перегляд версії 2000 року, ТК 176 вирішив обмежитися «косметичними» правками – виправленням неточностей і різночитань. Причинами відмови від істотних змін і затримки з випуском нової версії були названі бажання продовжити термін дії існуючих сертифікатів у організацій (тобто зберегти статус-кво в сертифікаційному бізнесі);
- п'ята версія ISO 9001 була випущена 23.09.2015 р. спільно з ISO 9000 [2].

Для однозначного розуміння понять, пов'язаних з якістю, ще 1986 року було опубліковано спеціальний термінологічний стандарт ISO 8402:1986 «Quality–Vocabulary» (укр. Якість–Словник), оновлену та розширену версію якого опубліковано 1994 року під назвою ISO 8402:1994 «Quality management and quality assurance – Vocabulary» (укр. Управління якістю та забезпечення якості – Словник), а з 2000 року словник став частиною стандарту ISO 9000. Міжнародні стандарти серії ISO 9000 прийняті як регіональні стандарти, зокрема в Європі, та як національні в багатьох країнах.

Вивчення та порівняння останніх версій документа ISO 9000 [3] як термінологічної бази стандарту ISO 9001 в частині термінів і визначень понять свідчать про застосування деяких, що раніше не використовувалися, заміну та вилучення окремих з них. Основними долученими термінами, що пов'язані зі змінами в стандарті, є *контекст організації* (п. 3.2.2), *зацікавлена сторона* (п. 3.2.3), *ризик* (п. 3.7.9).

До понять, що зазнали змін, зокрема відносять термін «якість» (п. 3.6.2 у новій редакції замість 3.1.1 у попередній). Питання еволюції терміну «якість» раніше вивчались авторами [4]. У редакції стандарту 2015 р. «якість» визначається як «ступінь, до якого сукупність властивих характеристик об'єкта задовольняє вимоги» замість «ступінь, до якого сукупність властивих характеристик задовольняє вимоги».

Термін «дефект» (п. 3.6.10 замість п. 3.6.3 відповідно) визначено як «невідповідність, пов'язана з передбачуваним або встановленим використанням» замість «невиконання вимог». У новій версії стандарту термін «продукція» (п. 3.7.6), визначений як «результат роботи організації, що може бути отриманий без будь-яких операцій, які відбуваються між організацією і замовником», об'єднав поняття «продукція» (п. 3.4.2 попередньої версії) та «послуга» (п. 3.7.7 відпо-

відно). Дані терміни визначалися як результат процесу та результат роботи організації з, щонайменше, одного виду діяльності, що обов'язково здійснюється між організацією і замовником відповідно. Вжитий у новій версії стандарту термін «документована інформація» (п. 3.8.6), визначений як «інформація, що має контролюватися та підтримуватися організацією та носій, що її містить, об'єднав поняття щодо документації (документ, специфікація, настанова щодо якості, програма якості, запис (п. 3.7.2 – 3.7.6) [5].

Нове видання стандарту ISO 9001, спричинене значними змінами та розвитком технологій і світової торгівлі, обіцяє бути найбільш ефективним, орієнтованим на користувача і найбільш значимим для системи управління якістю. Дана версія істотно змінилася в порівнянні з попередньою. Стандарт розроблений згідно з додатком до директиви ISO Annex SL (ISO/IEC Directives, Part 1 Consolidated ISO Supplement – Procedures specific to ISO) [6], яка визначає вимоги до нормативних документів на системи управління. Вона встановлює новий, єдиний стандарт для структури систем управління (не тільки ISO 9001, а й для інших систем менеджменту). Дана директива містить методики, специфічні для ISO. В ній визначено повний набір методик, що їх треба дотримувати, розробляючи міжнародні стандарти та інші публікації. З метою поліпшити сумісність та узгодженість стандартів на системи управління обов'язковим додатком SL Директиви зокрема встановлено уніфіковану структуру найвищого рівня таких стандартів (*англ.* High Level Structure, HLS). HLS – це єдиний шаблон для стандартів будь-якої сфери, який встановлює однакові: загальну структуру (тотожні розділи (табл. 1), підрозділи та їхню нумерацію й назви, а також тотожну нумерацію пунктів у розділах та /чи підрозділах); вступні частини розділів, підрозділів; формулювання для тотожних вимог; загальні терміни та визначення основних понять; чітко визначені розділи, у яких надають характеристики і спеціальні вимоги, зумовлені об'єктом стандартизації (притаманні певній системі управління).

Стандарти, що мають таку уніфіковану структуру, є рамковими, застосовними для будь-якої організації всіх сфер діяльності, й повинні забезпечувати організаціям достатню гнучкість, щоб вони могли приєднуватися до інших систем управління, а також надає кожній організації можливість поліпшувати системи управління понад вимоги стандарту.

Таблиця 1

Уніфікована структура стандартів на системи управління [6]

Номер розділу	Назва розділу	Український переклад
–	Introduction	Вступ
1	Scope	Сфера застосовування
2	Normative references	Нормативні посилання
3	Terms and definitions	Терміни та визначення понять
4	Context of the organization	Середовище організації
5	Leadership	Лідерство
6	Planning	Планування
7	Support	Забезпечення
8	Operation	Функціонування
9	Performance evaluation	Оцінювання характеристик (діяльності)
10	Improvement	Поліпшування

Стандарти на системи управління згідно з положенням SL.6 Директиви мають відповідати таким семи основним критеріям:

- ринкова доречність (відповідність потребам основних користувачів та інших заінтересованих сторін);
 - сумісність (як між собою, так і з іншими взаємопов'язаними стандартами);
 - поширеність (бажано, щоб стандарт охоплював таку сферу застосовування, що ліквідує або мінімізує потребу в спеціальних галузевих відхилах);
 - гнучкість (варто, щоб стандарт був застосовним для всіх організацій відповідної галузі та сфери діяльності. Разом з тим, він не повинен заважати організаціям приєднуватися до інших систем керування, а також поліпшувати свої системи керування понад вимоги стандарту);
 - вільність торгівлі (стандарт має запобігати виникненню технічних бар'єрів у торгівлі);
 - застосовність для оцінювання відповідності у сфері його застосовування та сприяння аудиторам;
- легкість застосовування [2].

Вимоги стандарту ISO 9001 носять загальний характер і не передбачають забезпечення однаковості структури систем управління якістю або однаковість документації, тому що застосовні до діяльності будь-якої організації незалежно від типу, розміру та продукції, що випускається (послуги, що надається).

Текст ISO 9001 не містить вимог до інших систем менеджменту (екологічний менеджмент, техніка безпеки й охорона праці, фінансовий менеджмент), але дозволяє організації інтегрувати свою систему

менеджменту якості з відповідними вимогами загальної системи менеджменту [7].

Введений в 1987 році стандарт ISO 9001 перевидавався чотири рази і нова версія ISO 9001:2015 є першим масштабним перевиданням з 2000 року. Процес створення всіх необхідних поправок зайняв три роки і є результатом роботи сотень експертів промисловості та торгівлі, зацікавлених сторін з галузі стандартизації (тобто консультантів, користувачів, випробувальних лабораторій, органів сертифікації і т.д.), академічних та дослідницьких організацій; неурядових організацій (NGO), представляючи 81 комітет-член ISO по всьому світу, а також багатьох тисяч учасників національних дзеркальних (технічних) комітетів, які розглянули і внесли поправки в проект стандарту під час його розробки. Результат цього еволюційного процесу твердо переносить користувачів стандарту ISO в 21-е століття [8].

Підприємства, що були сертифіковані за попередньою версією стандарту ДСТУ ISO 9001:2009, можуть зробити перехід на нову та отримати сертифікат згідно з новою версією стандарту під час планового наглядового аудиту чи ресертифікації впродовж 3-х річного перехідного періоду до 15 вересня 2018 року.

Основу стандартів на системи управління якістю формують сім принципів:

- орієнтація на замовника;
- лідерство;
- задіяність персоналу;
- процесний підхід;
- поліпшення;
- прийняття рішень на підставі фактичних даних;
- керування зв'язками.

Нова версія стандарту декларує застосування трьох «концепцій», на основі яких повинна будуватися система якості.

Перша «концепція» – це концепція процесного підходу. Вона вперше з'явилася в версії стандарту 2000 року і розвивається в наступних версіях (2008 і 2015 року). Відповідно до цієї неї, вся діяльність організації розглядається як набір процесів. На відміну від функціонального підходу, управління процесами дозволяє концентруватися не на роботі кожного з підрозділів, а на результатах роботи організації в цілому. Процесний підхід змінює поняття структури організації. Основним елементом стає процес. Відповідно до одного з принципів процесного підходу, організація складається не з підрозділів, а з

процесів (рис. 1). Контрольні точки моніторингу та вимірювання необхідні для контролювання, специфічні для кожного процесу та змінюватимуться залежно від пов'язаних з ним ризиків.

Застосування процесного підходу в межах системи управління якістю уможливорює:

- розуміння та постійне задоволення вимог;
- розглядання процесів з погляду створювання додаткових цінностей;
- досягнення результативного функціонування процесів;
- поліпшування процесів на основі оцінювання даних та інформації.

Друга «концепція» – це концепція застосування циклу PDCA (Плануй–Виконуй–Перевірй–Дій) (рис. 2). Ця концепція закладена в структуру вимог стандарту. Для побудови системи якості необхідно спланувати виконання вимог, застосувати їх в роботі, отримати зворотній зв'язок (отримати дані контролю, моніторингу та виміральної техніки) та внести необхідні корективи в реалізацію вимог.

Цикл PDCA в стандарті [9] описано так:

Плануй: установлюй цілі системи та її процеси, а також ресурси, потрібні для отримання результатів відповідно до вимог замовників і політик організації, а також ідентифікуй і розглядай ризики та можливості.

Виконуй: упродовжуй те, що заплановано.

Перевірй: здійснюй моніторинг і, де застосовно, вимірй процеси та отримані в результаті продукцію та послуги, зважаючи на політики, цілі, вимоги та заплановані роботи, а також звітуй про результати.

Дій: уживай заходів для поліпшування дієвості, за потреби.

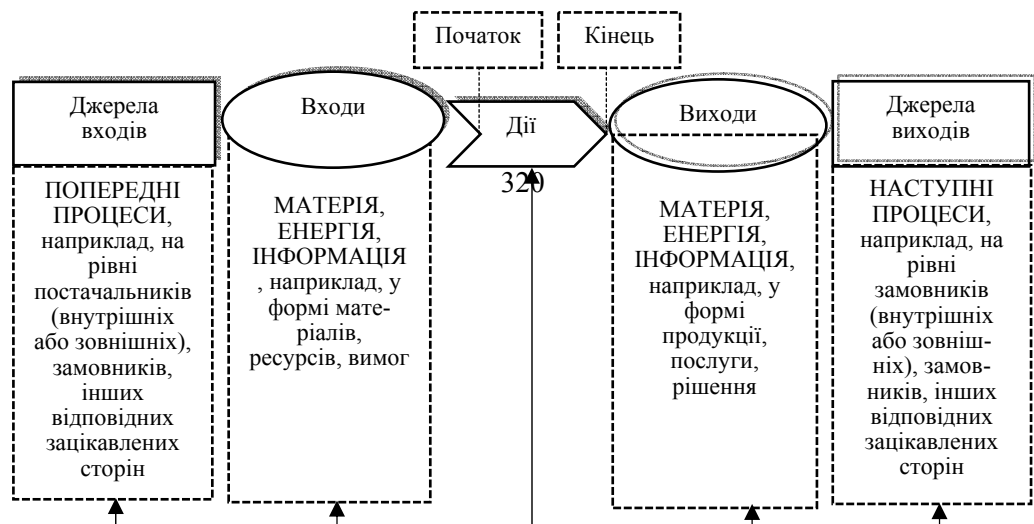


Рис. 1. Схематичне зображення елементів єдиного процесу [9]

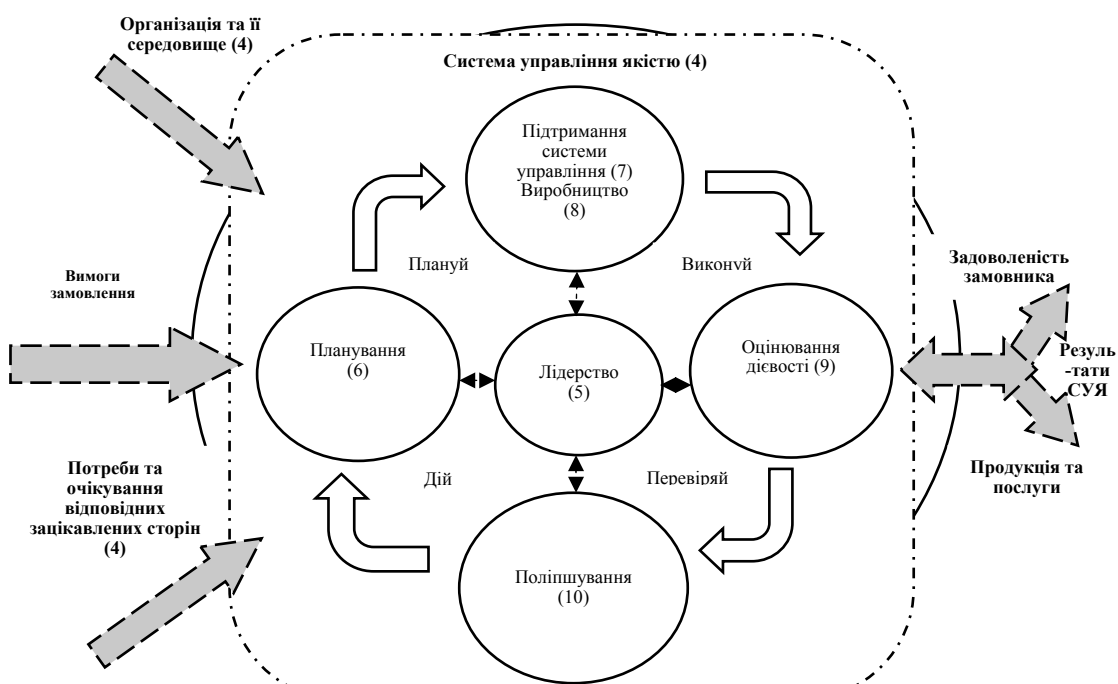


Рис. 2. Структура ДСТУ ISO 9001 в циклі PDCA [9]

Ці дві концепції були представлені і в попередніх версіях стандарту.

«Концепція» ризик-орієнтованого мислення в явному вигляді декларується тільки в новій версії стандарту (ISO 9001:2015) та дає

змогу організації визначати чинники, які можуть спричиняти відхилення її процесів та її системи управління якістю від запланованих результатів, щоб встановлювати запобіжні заходи контролю для мінімізації негативних впливів і максимального використання можливостей, по мірі їх виникнення. Це неможливо без розуміння свого середовища і визначення зацікавлених сторін та їхніх вимог.

Відповідно до вимог ISO 9001 для створення системи управління якістю організація повинна:

- визначити процеси, потрібні для системи управління якістю, та їх застосування в межах організації;
- визначити необхідні входи цих процесів і очікувані від них виходи;
- визначити послідовність і взаємодію цих процесів;
- визначити та застосовувати критерії та методи (зокрема моніторинг, вимірювання та відповідні показники дієвості), потрібні для забезпечування результативності функціонування та контролювання цих процесів;
- визначити ресурси, потрібні для цих процесів, і забезпечувати їх наявність;
- призначити осіб з відповідальністю та повноваженнями щодо цих процесів;
- розглядати ризики та можливості;
- оцінювати ці процеси та запроваджувати будь-які зміни, потрібні для забезпечування того, щоб ці процеси досягали своїх передбачених результатів;
- поліпшувати процеси та систему управління якістю.

Розгляд контексту, тобто умов (зовнішнє та внутрішнє середовище), в яких функціонує організація, є фундаментом ризик-орієнованого мислення, коли аналізуючи ці умови, виявляються ризики, реалізації можливих неприємностей або, навпаки, яких-небудь бонусів, що суттєво впливають на діяльність організації та її сталості у виконанні потреб та очікувань зацікавлених сторін.

Більш розгорнуте розуміння контексту наведено в ISO 31000 [10].

Зовнішній контекст – зовнішнє середовище, в якому організація шукає шляхи досягнення своїх цілей.

Зовнішній контекст може включати:

- культурне, соціальне, політичне, законодавче, регуляторне, фінансове, технологічне, економічне, природне та конкурентне середовище, яке може бути як міжнародним, національним, регіональним, так і місцевим;

- ключові рушійні сили і тенденції, які впливають на цілі організації;
- відносини між зовнішніми зацікавленими сторонами їх сприйняття та цінності.

Внутрішній контекст – внутрішнє середовище, в якому організація шукає шляхи реалізації своїх цілей.

Можуть включати:

- керівництво, організаційну структуру, ролі і відповідальність;
- політику, цілі, стратегії, що застосовуються для досягнення цілей;
- потенційні можливості, що включають ресурси та знання (капітал, час, персонал, процеси, системи і технології);
- інформаційні системи і потоки, процеси прийняття рішень (як формальні, так і не формальні);
- відношення з внутрішніми зацікавленими лицами (персонал, суб-підрядники), їх сприйняття та цінності);
- стандарти, моделі керівництва, прийняті організацією;
- форму та ступінь договірних взаємовідносин.

Ризик-менеджмент – скоординовані дії, направлені на керівництво та управління організацією (в т.ч. в галузі якості) з урахуванням ризиків.

Ризик – комбінація наслідків можливих (як негативних, так і позитивних) подій і пов'язаних з ними вірогідностей реалізації цих подій.

Підхід до ризику – підхід організації до оцінювання ризику, з наступним його зменшенням, стримуванням, прийняттям або ухиленням від нього [9; 10].

Таким чином, ризик-орієнтоване мислення передбачає оптимізацію дій керівництва організації при розробці стратегії розвитку організації, визначенні політики, цілей і задач при плануванні системи управління якістю та в процесі її функціонування.

Пропонується інструментарій для реалізації ризик-орієнтованого мислення, який полегшить створення стратегії розвитку, політики, цілей, планів [11].

Попередні версії стандарту допускали поступові (еволюційні) зміни роботи організації. Для цього в вимоги ISO 9001 були включені положення щодо постійного поліпшення загальних, застосування коригувальних дій і корекцій. Нова версія також декларує, в якості основного, еволюційний підхід, але допускає революційні зміни в роботі організації (за рахунок застосування реінжинірингу, реорганізації, інновацій). Проте, явних вимог щодо застосування революційних змін в роботі організації стандарт не містить.

Важливим є уточнення трактування дієслівних форм, що допомагає встановити «обов'язковість» вимог стандарту: «повинно», «потрібно» – вимога; «має», «рекомендовано» – рекомендація; «можна», «дозволено» – дозвіл; «може(-уть)», «спроможний» – можливість або спроможність. Попередні версії мали різночитання і різні трактування при згадці таких дієслів як: «повинна», «слід», «може». У більшості випадків вимоги з цими дієсловами трактувалися як обов'язкові до виконання.

Новий стандарт ISO 9001:2015 замінив попередню версію документа й органи з сертифікації згідно з міжнародними вимогами мають перейти на користування новою редакцією упродовж 3 років. При цьому вони можуть здійснювати сертифікацію за даною версією з моменту її прийняття. Провідні установи, що сертифікують системи управління якістю, вже оголосили про припинення сертифікації за старими вимогами з вересня 2016 року для того, щоб останній аудит пройшов до 2018 року. Організації, що вже сертифікували свої системи управління якістю за стандартом ISO 9001:2008 мають поступово перейти на застосування вимог нової редакції до вересня 2018 року.

Таким чином, при вивченні та аналізі основних змін, які містяться у п'ятій версії стандартів ISO серії 9000, було встановлено, що основні новації стосуються їх структури, використаних термінів і визначень, принципів управління якістю, вимог до управління системами якості організацій. Міжнародний стандарт ISO 9001:2015 має менш зобов'язуючий характер порівняно з іншими версіями, що підвищує рівень ефективності його впровадження завдяки поєднанню процесного підходу з ризик-орієнтованим мисленням. Основними перевагами документу є розширення можливої сфери застосування, розширення відповідальності за систему управління якістю, більше залучення вищого керівництва та вища здатність аналізу та контролю показників результативності діяльності організації.

Література

1. ISO 9001:2015 – Just published! — Way acces : http://www.iso.org/iso/ru/home/news_index/news_archive/news.htm?refid=Ref2002.
2. Гінзбург М. Д. Стандарти на системи керування: міжнародний та європейський досвід і його запровадження в Україні / М. Д. Гінзбург , С. Є. Коваленко, А. М. Ключень // Стандартизація, сертифікація, якість. — 2016. — № 1. — С. 7—17.
3. ISO 9000:2015. Online Browsing Platform : — Way acces : <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:en>.

4. Пугачевський Г. Ф. Якість – категорія полісемічна: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 18-19 квітня 2013 р. [«Товарознавство і торговельне підприємництво: стан, проблеми, перспективи»] / Г. Ф. Пугачевський, В. В. Осієвська. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. — С. 334—337.
5. ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT). — [Чинний від 2016—07—01]. — К. : ДП «УкрДНЦ». — 2016. — 36 с.
6. ISO/IEC Directives, Part 1, Consolidated ISO Supplement. — Way acces : http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/4230450/4230452/ISO_IEC_Directives_Part_1_and_Consolidated_ISO_Supplement_2015_%286th_edition%29_-_PDF.pdf?nodeid=17159827&vernum=-2.
7. Системи управління якістю за ISO 9001. — Режим доступу : <http://www.certsystems.kiev.ua/uk/iso-9001/sistemi-upravlinnya-yakisty-za-iso-9001.html>.
8. Додаючи блиску ISO 9001 // Стандартизація, сертифікація, якість. — № 1 — 2016. — С. 22—26.
9. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9000:2015, IDT). — [Чинний від 2016—07—01]. — К. : ДП «УкрДНЦ». — 2016. — 22 с.
10. ISO 31000. Risk management. — Way acces : http://www.iso.org/iso/iso_31000.
11. Ситниченко В. М. Реализация требований раздела 4 и п. 4.1., 6.1 новой редакции стандарта ISO 9001 / В. М. Ситниченко, А. Б. Кисилева, Е. А. Стоякин // Стандартизація, сертифікація, якість. — 2015. — № 6. — С. 26—30.

Пальчук П.М.,
к.ю.н., доцент, доцент
кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права,
Київський національний
торговельно-економічний університет

ДЖЕРЕЛА КОРПОРАТИВНОГО ПРАВА ТА ЇХ СИСТЕМА В ПРАВІ УКРАЇНИ

В статті розглянуто систему джерел корпоративного права України, визначено особливості правової природи кожного з виду джерел. Акцентується увага на особливостях правової природи локальних нормативно-правових актів як регуляторів корпоративних правовідносин та визначено їх види.

Ключові слова: закон, локальний нормативно-правовий акт, статут, судово практика, корпоративний звичай.

В статье рассмотрена система источников корпоративного права Украины, определены особенности правовой природы каждого из вида источников. Акцентируется внимание на особенностях правовой природы локальных нормативно-правовых актов как регуляторов корпоративных правоотношений и определены их виды.

Ключевые слова: закон, локальный нормативно-правовой акт, устав, судебная практика, корпоративный обычай.

In the article the sources of corporate system of Ukraine, the peculiarities of the legal nature of each type of source. The attention to local peculiarities of the legal nature of regulations as regulators of corporate relations and identified to species.

Keywords: law, local legal act, statute, litigation, corporate custom.

Постановка проблеми. Становлення корпоративних відносин в Україні почалося з моменту проголошення незалежності і з даного моменту почалося формування належної правової бази, що унормовують корпоративні відносини, яка потребує певного удосконалення. Слід виходити з того, що корпоративне законодавство, в найширшому розумінні даного поняття, має сприяти встановленню корпоративного порядку, захисту корпоративних прав учасників правовідносин, формуванню належної правової етики у сфері корпоративних відносин.

Правозастосовча практика свідчить про наявність певних недоліків та прогалини у формуванні системи правових норм, які врегульовують створення та діяльність різних організаційно-правових корпорацій. Зокрема більш повно мають бути унормовані: правовий статус учасників (засновників, акціонерів) товариств та інших корпорацій, окремі питання пов'язані з діяльністю учасників корпорацій, в

тому числі щодо управління, контролю та діяльністю акціонерних товариств та інших видів корпорацій тощо.

У зв'язку з цим вивчення та аналіз системи правових норм, що врегульовують корпоративні відносини та джерел корпоративного права потребує теоретичного аналізу та відповідного практичного втілення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика корпоративних правовідносин досліджувалася широким колом науковців, що обумовлюється широким інтересом до правового регулювання діяльності учасників корпоративних відносин. Зокрема, аналіз джерел корпоративного права досліджували С.М. Грудницька [1], В.М. Кравчук [2], В.В. Луць [3], О.В. Серих [4], І.В. Спасибо-Фатеева [5] та інші науковці. Проте вбачається за необхідне аналіз положень щодо джерел корпоративного права та визначення їх ролі в унормуванні корпоративних відносин.

Метою статті є аналіз основних положень права України щодо формування системи джерел корпоративного права, їх аналіз в залежності від ролі в унормуванні корпоративних відносин тощо.

Матеріали та методи. При аналізі джерел правового регулювання корпоративних відносин використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: формально-логічний в частині визначення системи нормативно-правових актів, які унормовують корпоративні відносини; компаративіський для здійснення порівняльної характеристики різних правових норм, які закріплюються різними джерелами права; системно-функціональний метод надав можливість вивчити і дослідити діяльність юрисдикційних органів, в тому числі судову практику та її значення в унормуванні корпоративних відносин.

Результати дослідження. Запровадження в економіку України ринкових форм підприємництва з одночасним намаганням держави забезпечити соціально орієнтовану економіку вимагає належного законодавчого регулювання, формування системи правових норм, що захищають права та законні інтереси учасників майнових відносин. Перелік учасників майнових відносин є доволі широким, охоплює фізичних та юридичних осіб, державу та територіальні громади. Згідно зі ст. 2 Господарського кодексу України від 16 січня 2003 року учасниками відносин у сфері господарювання є суб'єкти господарювання, споживачі, органи державної влади та органи місцевого самоврядування, наділені господарською компетенцією, а також громадяни, громадські та інші організації, які виступають засновниками суб'єктів господарювання чи здійснюють щодо них

організаційно-господарські повноваження на основі відносин власності [6].

Одне із центральних місць в системі учасників господарських відносин займають комерційні юридичні особи, метою діяльності яких в найширшому розумінні є одержання прибутку. Саме на цьому акцентує свою увагу законодавець, визначаючи статус підприємницьких товариств в ст. 84 Цивільного кодексу України від 16 січня 2003 р., зокрема вказуючи, що це товариства, які здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та наступного його розподілу між учасниками [7]. Такі юридичні особи в праві України визнаються як корпорації, а відповідно система правових норм, що унормовує їх діяльність – корпоративне право, та формує відповідний правовий інститут.

Це обумовлюється насамперед тим, що розвиток економіки, ринкових відносин, збільшення значення міжнародних господарських зв'язків потребують постійного удосконалення правової регламентації корпоративних відносин відповідно до міжнародних вимог і стандартів, ураховуючи їх, в першу чергу мають аналізуватися правові засади корпоративного регулювання в країнах Європейського Союзу.

Значимість корпоративного права та його стабільність (цивілізованість) в сучасному світі висока. Тому законодавство України, яке визначає засади створення, порядок управління корпораціями має гарантувати створення оптимального підприємницького середовища, мінімізувати ризики зловживаннями в процесі залучення активів інвесторів, захистити законні права та інтереси всіх учасників корпоративних відносин.

Незважаючи на тривалу світову історію розвитку та становлення корпоративного права, дискусії щодо поняття корпоративного права та сутності корпоративних відносин в Україні далекі від завершення та потребують подальшого дослідження [с. 12-15]. Термін «корпоративне право» походить від терміна «корпорація». Останній, в свою чергу, означає об'єднання осіб, якщо за основу брати до уваги положення чинного українського законодавства.

Слід зазначити, що ст. 120 Господарського кодексу України вказує, що корпорацією визнається договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації. Проте з точки зору корпоративного права корпорація має розглядатися як різновид юридичної особи, щодо якої у певних

осіб виникають корпоративні права. Власне, корпоративне право як правовий комплексний міжгалузевий інститут – це сукупність правових норм, які регулюють приватноправові і публічно-правові відносини, що складаються у зв'язку зі створенням, діяльністю та ліквідацією господарських товариств, а також інших суб'єктів господарювання, що має на меті отримання прибутку для його розподілу між учасниками.

Корпоративне право, як і будь-яка галузь права або відповідний правовий інститут, має свої форми вираження (джерела права). Джерела права певною мірою застосовуються до всіх учасників корпоративних відносин або окремих його учасників і є виразниками нормативного характеру права.

Традиційно до джерел права відносять нормативно-правовий акт, нормативно-правовий договір, правовий прецедент та правовий звичай. Джерела права – це акти компетентних державних органів, які встановлюють, санкціонують та охороняють норми права, це зовнішні форми вираження правотворчої діяльності держави, за допомогою якої визначається воля суб'єкта нормотворення [9, с. 37].

Чинне законодавство України, що унормовує діяльність корпорацій (комерційних юридичних осіб) за останній період зазнало суттєвих змін, проте це, в свою чергу, потребує подальшого суттєвого оновлення та вдосконалення корпоративного законодавства, насамперед, в частині корпоративного управління певною комерційною структурою. Також потребують відповідного правового аналізу інші джерела права України, що в сукупності формують відповідну систему правових норм інституту корпоративного права.

Отже, джерелами корпоративного права є:

- нормативно-правові акти (закони та підзаконні нормативні акти, в тому числі локальні нормативно-правові акти), що прийняті державними органами або іншими суб'єктами в межах нормотворчих повноважень, зокрема акти корпорацій;
- нормативно-правовий договір, що прямо або опосередковано унормовує корпоративні відносини;
- судова практика (судовий прецедент) як регулятор корпоративних відносин;
- корпоративний звичай.

Зазначені вище джерела права характерні для правової системи України в цілому, проте мають свої особливості щодо регулювання корпоративних відносин в Україні.

Насамперед до джерел корпоративного права слід віднести нормативно-правові акти, сукупність яких становить корпоративне законодавство. Належне законодавче унормування господарської діяльності і усунення необґрунтованих бар'єрів для діяльності корпорацій є необхідною умовою належного функціонування економіки на ринкових засадах, а для досягнення такої мети потрібно розвинуте й гнучке корпоративне законодавство, яке чітко визначатиме порядок створення та діяльності юридичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, захищатиме інтереси учасників корпорацій, їх майнові та немайнові права.

За останні роки корпоративне законодавство України зазнало розвитку. Багато нових інститутів впроваджуються сьогодні у вітчизняне корпоративне право у зв'язку з необхідністю заповнення прогалин у законодавстві України, а також його адаптації до законодавства Європейського союзу. Сьогодні перед Україною гостро постало завдання подальшого розвитку системи корпоративного управління, враховуючи створення в Україні класу власників корпоративних прав та законодавчого забезпечення захисту їх прав.

Корпоративне законодавство, в переважній більшості, має комплексний характер, адже цього вимагають практичні потреби максимального врахування всіх аспектів зв'язків між учасниками корпоративних відносин при реалізації ними корпоративних прав — цивільних, адміністративних, трудових тощо. Таким чином, корпоративне законодавство охоплює нормативно-правові акти, які містять норми і приватного, і публічного права, тобто різних галузей права, що прямо або опосередковано унормовують поведінку учасників корпоративних відносин.

Комплексний характер корпоративного законодавства виражається в тому, що воно охоплює, у більшості випадків, поведінку суб'єктів як публічного так і приватного права. Звичайно слід вказати, що основними актами для унормування корпоративних відносин є Цивільний кодекс України та Господарський кодекс України, які мають відмінний предмет правового регулювання. Також слід вказати, що закони України, які є базовими щодо унормування порядку створення та діяльності комерційних юридичних осіб є комплексними законодавчими актами, що містять норми різних галузей права. До таких актів слід віднести закони України «Про акціонерні товариства» від 17 вересня 2008 р. № 514-VI [10], «Про господарські товариства» від 19 вересня 1991 р. № 1576-XII [11], «Про державну реєстрацію юридичних осіб,

фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» від 15 травня 2003 р. № 755-IV [12], «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р. № 2121-III [13] та інші.

Проте маємо вказати, що сучасне корпоративне законодавство України являє собою украй суперечливий конгломерат правових норм, які безсистемно розкидані по декільком основним джерелам, серед яких насамперед можна назвати Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закон України «Про господарські товариства», а також Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», Закон України «Про акціонерні товариства». Беззастережно, що наявність законодавчих актів, які унормовують однорідні відносини породжує необхідність їх узгодження. В першу чергу це торкається конкуренції правових норм Цивільного кодексу України та Господарського кодексу України, що має розглядатися як першочергове завдання у вдосконаленні корпоративного законодавства. Неузгодженості між окремими положеннями зазначених вище кодексів мали бути усунуті, проте це не стало першочерговим завданням законодавця, що в свою чергу відображає відношення до необхідності врегулювати корпоративні відносини на концептуальному рівні.

Але при цьому не слід зробити висновок, що корпоративне законодавство не розвивається. Прийняття Закону України «Про акціонерні товариства» та інших законодавчих актів, зокрема Закону України «Про депозитарну систему України» від 06 липня 2012 р. № 5178-VI [14] та прийняття на виконання їх положень відповідних актів Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку якісно удосконалило акціонерне законодавство як складову частину корпоративного законодавства.

Особливістю корпоративного законодавства є те, що значна частина правових норм закріплюється в не тільки на рівні законів та підзаконних нормативно-правових актів (насамперед, в нормативно-правових актах Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку), але й на локальному рівні. На сьогодні локальне нормотворення набуває все більшого значення, оскільки дозволяє учасниками корпоративних відносин формувати певні локальні правові норми та закріплювати їх у відповідних актах корпорації з метою оптимального вибору моделі корпоративного управління.

Насамперед, закони та інші нормативно-правові акти, які приймаються органами державної влади закріплюють загальні вимоги

діяльності корпорації (комерційної юридичної особи). Проте суб'єкти локального нормотворення (в першу чергу учасники корпорації) можуть закріплювати в нормативно-правових актах відповідної корпорації норми права, які діють виключно в межах корпорації та максимально відповідають її інтересам, інтересам власників корпоративних прав (інвесторам). Також слід вказати, що прийняття певних локальних нормативно-правових актів може бути не тільки правом суб'єктів корпоративних відносин, але й обов'язком що закріплюється на рівні закону.

Серед локальних нормативно-правових актів чільне місце займає статут (засновницький договір щодо окремих видів корпорацій) юридичної особи (корпорації), який має визначальну роль для будь-якої організації. Поряд з цим, у відповідності до вимог законів України, а також за власною ініціативою учасників та інших суб'єктів локального нормотворення можуть бути прийняті локальні нормативно-правові акти, що унормовують відносини на рівні кожної окремої юридичної особи – корпорації, а також щодо органів корпорації та відокремлених підрозділів. Насамперед це стосується акціонерних товариств, структура корпоративної власності та корпоративного управління в яких є складною і потребує додаткових нормативно-правових актів локального регулювання.

Форми локального корпоративного регулювання досить різноманітні: установчі документи (статут, засновницький договір), різні положення, інструкції, накази з питань організації діяльності корпорації. Локальні корпоративні акти відіграють особливу роль в регулюванні корпоративних відносин. Якщо при регламентації питань, що стосуються суті корпоративних відносин, пріоритет повинен бути відданий нормам, які закріплені в законах та підзаконних нормативно-правових актах, то конкретні питання внутрішньокорпоративної діяльності повинні регулюватися переважно локальними нормативно-правовими актами.

Визначаючи правову природу статуту як локального нормативно-правового акту Пленум Верховного Суду України у постанові «Про практику розгляду судами корпоративних спорів» від 24 жовтня 2008 р. № 13 визначив в п. 14, що при вирішенні спорів про визнання установчих документів господарського товариства недійсними господарським судам необхідно розмежовувати правову природу статуту та установчого (засновницького) договору товариства [15]. Статут юридичної особи за змістом ч. 2 ст. 20 ГК України є актом, який визначає правовий статус юридичної особи, оскільки він містить норми,

обов'язкові для учасників товариства, його посадових осіб та інших працівників, а також визначає порядок затвердження та внесення змін до статуту. Класифікація локальних нормативно-правових актів може здійснюватися за багатьма критеріями, зокрема за суб'єктом видання (прийняття), юридичною силою, сферою застосування [4, с. 97-98].

Таким чином, діяльність юридичної особи регулюється не лише нормами права, що приймаються державними органами (Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку тощо), але й тими правилами поведінки, які встановлює для себе сама організація (юридична особа, корпорація). Таке регулювання здійснюється шляхом встановлення, зміни або скасування корпоративних норм, тобто обов'язкових до виконання корпоративних рішень. За колом осіб корпоративні норми поширюються на суб'єктів корпоративних відносин (засновників, учасників-акціонерів, юридичні особи, органи управління юридичної особи). Окремі корпоративні норми поширюються також і на третіх осіб, наприклад положення про комерційну таємницю. Основними видами корпоративних нормативно-правових актів є установчі документи, положення про певний орган корпорації (юридичної особи), накази посадових осіб та інших органів управління і контролю корпорації (юридичної особи).

В останній період досить широкого поширення набувають кодекси корпоративного управління. Кодекс корпоративного управління можна визначити як сукупність принципів, стандартів або правил найкращої поведінки, які стосуються питань управління товариствами та здійснення контролю. Практика запровадження кодексів корпоративного управління була започаткована Великою Британією на початку 1990 рр. і протягом наступних десятиріч активно підтримана іншими країнами [3, с. 366]. Зокрема, прийняття (затвердження) принципів (кодексу) корпоративного управління товариством передбачено ст. 33 Закону України «Про акціонерні товариства».

Отже, корпоративний нормативно-правовий акт — це виражена назовні форма рішення засновників або органу управління юридичної особи, що містить певне правило поведінки суб'єктів корпоративних відносин. А корпоративні норми — це вид соціальних норм, які встановлюються органами юридичної особи і поширюються на суб'єктів корпоративних відносин. При цьому відповідні локальні правові норми мають відповідати положенням законів та підзаконних нормативно-правових актів, які прийняті органами публічної влади у встановленому порядку.

Крім вітчизняних нормативно-правових актів та локальних актів корпорацій, джерелом корпоративного права є міжнародні акти і договори за участю України. Суб'єкти корпоративних відносин можуть здійснювати належні їм права не тільки на території України, алей за її межами.

Не менш важливого значення у регулюванні корпоративних відносин набуває практика діяльності судових органів, яка розглядає корпоративні спори між учасниками корпоративних відносин. Стаття 124 Конституції України визначає, що юрисдикція судів поширюється на всі правовідносини в державі [16]. Загальні підходи щодо врегулювання спорів учасників корпоративних відносин судами узагальнено можна називати судовою практикою. Повторність аналогічних рішень по одних і тих же категоріях справ породжує визначену стабільну практику застосування норм чинного законодавства судами України та іншими уповноваженими особами. Судова практика, яка закріплюється в окремих судових рішеннях не має обов'язкового значення для інших судів, так як правова система України судового прецеденту не визнає, проте акти Верховного суду України і Вищого господарського суду України обов'язково враховуються нижчестоящими судами при розгляді конкретних справ. Зокрема, на сьогодні, вищими судовими органами України були прийняті:

- 1) постанова Пленуму Вищого господарського суду України «Про деякі питання практики вирішення спорів, що виникають з корпоративних правовідносин» від 25 лютого 2016 № 4 [17];
- 2) постанова Пленуму Верховного Суду України «Про практику розгляду судами корпоративних спорів» від 24 жовтня 2008 р. № 13 [15].

Поряд із нормативним регулюванням корпоративних відносин останнім часом все більше значення набувають звичаї. Зокрема ст. 7 Цивільного кодексу України вказує, що звичаєм є правило поведінки, яке не встановлене актами цивільного законодавства, але є усталеним у певній сфері цивільних відносин. Вищий господарський суд України в Інформаційному листі від 7 квітня 2008 р. № 01-8/211 вказав, що якщо звичай визнаний господарським судом загальновідомим на підставі ч. 1 ст. 35 Господарського процесуального кодексу України він не потребує доказування [18]. В іншому випадку наявність звичаю, його застосування у певній сфері цивільних відносин, на певній території тощо, згідно зі статтею 33 Господарського процесуального кодексу України, повинна довести сторона, яка посилається на звичай як на підставу своїх вимог і заперечень [19].

Науковці розглядаючи звичай як джерело права вказують, що джерелом права можуть вважатися неписані правила, соціальні норми і культура ділових відносин [5, с. 79].

Проте маємо вказати, що звичаї (неписані правила) в корпоративному праві України є малопоширеним явищем в силу відсутності певної історичної традиції, але вони активно формуються в певній сфері діяльності корпорацій (страхова, банківська діяльність тощо). Також відповідні ділові звичаї можуть бути запроваджені в межах певної професійної групи або виду професійної діяльності. В разі формування певного звичаю ділового обороту (ділової практики) учасники корпоративних відносин намагаються закріпити їх в певних документах, таким чином запроваджуючи їх в практику діяльності організації. Наприклад, Принципи корпоративного управління, затверджені Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку від 1 грудня 2003 р. № 571 не мають сили нормативно-правового акта і являють собою рекомендаційний акт, який містить рекомендації щодо управління акціонерним товариством відповідно до міжнародних стандартів. Зокрема в них закріплені рекомендації щодо здійснення корпоративного управління, які довели свою ефективність в практиці корпоративного управління в інших країнах.

Вказані Принципи торкаються порядку здійснення органами управління акціонерних товариств своїх повноважень, системи контролю за їх фінансово-господарською діяльністю, розкриттям інформації, додержанням прав акціонерів, реалізацію ними своїх прав у відносинах з відповідними органами акціонерних товариств тощо.

Висновки. Таким чином, джерелами корпоративного права України слід визнати акти, які прийняті органами державної влади, органами певної корпорації та які містять норми корпоративного права, що встановлюють, змінюють або припиняють певні права та обов'язки учасників корпоративних правовідносин, або які сформовані у практичній діяльності юрисдикційних органів, а також корпорацій та не порушують вимог чинного законодавства України і положень корпоративних нормативно-правових актів й які в сукупності формують систему правових норм, що унормовують корпоративні відносини за участю суб'єктів корпоративного права.

Література

1. Корпоративне право: навчальний посібник / О.В. Гарагонич, С.М. Грудницька, Е.Е. Бекірова, Ю.М. Бисага [та ін.]; за заг. Ред. О.В. Гарагонича, С.М. Грудницької. – К.: Видавничий дім «Слово», 2014. – 314 с.
2. Кравчук В.М. Корпоративне право: Науково-практичний коментар законодавства та судової практики. – К. : Істина, 2005. – 720 с.
3. Корпоративне право України: підручник / В.В. Луць, В.А. Васильєва, О.Р. Кібенко, І.В. Спасибо-Фатєєва [та ін.]; за заг. ред. В.В. Луця. – К.: Юрінком Інтер, 2010. – 384 с.
4. Серих О.В. Класифікація джерел корпоративного права України /О.В. Серих // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2011. – № 1. – С. 96-99. // http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/Nvmgu_yur/2011_1/Serykh.pdf.
5. Спасибо-Фатєєва І.В., Кібенко О.Р., Борисова В.І. Корпоративне управління: монографія / Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого / І.В. Спасибо-Фатєєва (ред.). – Х.: Право, 2007. – 498 с.
6. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
7. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
8. Пальчук П.М. Корпоративне право : навч. посіб. / П.М. Пальчук. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2015. – 316 с.
9. Основи правознавства України: навч. посіб. / за заг ред. Ю.І. Крегула. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2011. – 406 с.
10. Про акціонерні товариства: Закон України від 17 вересня 2008 р. № 514-VI (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
11. Про господарські товариства: Закон України від 19 вересня 1991 р. № 1576-XII (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
12. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань: Закон України від 15 травня 2003 р. № 755-IV (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

13. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
14. Про депозитарну систему України: Закон України від 06 липня 2012 р. № 5178-VI (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5178-17>.
15. Про практику розгляду судами корпоративних спорів: постанова Пленуму Верховного Суду України від 24 жовтня 2008 р. № 13 (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.antre.com.ua/upload/doc/13p.pdf>.
16. Конституція України від 28 червня 1996 р. (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-в>.
17. Про деякі питання практики вирішення спорів, що виникають з корпоративних правовідносин: постанова Пленуму Вищого господарського суду України від 25 лютого 2016 № 4 // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0004600-16>
18. Про деякі питання практики застосування норм Цивільного та Господарського кодексів України: Інформаційний лист Вищого господарського суду України в від 07 квітня 2008 р. № 01-8/211 // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v_211600-08.
19. Господарський процесуальний кодекс України від 6 листопада 1991 р. (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1798-12>.

Konstantin N. Pilkov, PhD in Law,
Associate Professor of the Department of
International Private Law, Commercial and Civil Law
Kyiv National University of Trade and Economics

ARBITRABILITY OF COMMERCIAL DISPUTES IN UKRAINE

In this paper, arbitrability of disputes and respective Ukrainian laws and jurisprudence will be analyzed. As Ukrainian laws distinguish

international commercial arbitration (foreign arbitration and commercial arbitration having the seat of arbitration in Ukraine) and domestic arbitration (arbitration between Ukrainian entities and individuals), in this paper only the matters related to enforcement of international commercial arbitration will be considered. This paper contains the results of the research conducted as a part of the comparative study of the concept of ‘arbitrability’, carried out under auspices of the International Bar Association Subcommittee on Recognition and Enforcement of Arbitral Awards.

SUMMARY

1. Ukrainian courts usually consider arbitrability in the context of validity of an arbitration agreement.
2. Ukrainian law defines persons capable of being a party to an arbitration (*‘subjective arbitrability’*) and specifies disputes which are not capable of being resolved by arbitration (*‘objective arbitrability’*). Rules related to subjective arbitrability are part of *lex arbitri*. The specific restrictions of objective arbitrability are part of *lex fori*, they are applied by the competent court irrespective of the seat of arbitration or the law governing the arbitration agreement.
3. After 2011 legislative amendments, Ukrainian courts still have not adopted a clear approach to the matter of arbitrability of corporate disputes and disputes out of public procurement contracts. Courts still mostly consider corporate disputes and disputes out of public procurement contracts non-arbitrable. Controversial jurisprudence only allows to come to a conclusion that disputes out of or in connection with agreements of alienation of participation interests might be considered not corporate and thus arbitrable.

ARBITRABILITY UNDER UKRAINIAN STATUTORY LAW AND JURISPRUDENCE

Notion of ‘arbitrability’

Foreign arbitral awards are enforceable in Ukraine pursuant to international treaties, such as the 1958 Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards (the *‘New York Convention’*) and the European Convention on International Commercial Arbitration, or under the reciprocity principle which is presumed to exist unless proved otherwise.

International commercial arbitration having the seat of arbitration in Ukraine is primarily governed by the Law of Ukraine *‘On International Commercial Arbitration’* (the *‘Arbitration Act’*). The Arbitration Act is an

implementation of the UNCITRAL Model Law which mirrors the New York Convention exactly in giving the same reasons why a state may refuse to recognize or enforce an arbitral award (Article 36 of the Arbitration Act on arbitrability: *the recognition or enforcement of an award may be refused if the court finds that the subject matter of the dispute is not capable of settlement by arbitration under Ukrainian law*).

Although Ukrainian courts distinguish between (i) arbitrability for the purposes of recognition of arbitration agreements²⁶, (ii) arbitrability for the purposes of recognition and enforcement of arbitral awards²⁷ and (iii) validity of arbitration agreements²⁸, they usually consider arbitrability in the context of validity of an arbitration agreement. It results in controversial decisions when courts apply legislation effective as of the date of entry into the respective arbitration agreement.

Subjective and objective arbitrability

Ukrainian law determines:

- (1) what disputes can be decided in arbitration;
- (2) what types of disputes are the exclusive domain of national

courts.

Subjective arbitrability

Pursuant to Article 1(2) of the Arbitration Act parties may agree to refer the following disputes to international arbitration:

- (1) disputes resulting from contractual and other civil law relationships arising in the course of foreign trade and other forms of international economic relations, provided that the place of business of at least one of the parties is situated abroad;
- (2) disputes between:
 - a. enterprises with foreign investment, international associations and organizations established on the territory of Ukraine,
 - b. disputes between the participants of entities specified in 2(a),
 - c. as well as disputes between such entities and other subjects of the law of Ukraine.

Arbitrability of disputes between participants of enterprises with foreign investments, and between such enterprises and any Ukrainian legal entity or person is completely in line with Article 26 of the 1996 Law of

²⁶ Article II (1) of the New York Convention (“... a subject matter capable of settlement by arbitration”).

²⁷ Article V (2)(a) of the New York Convention (“The subject matter of the difference is not capable of settlement by arbitration under the law of that country”).

²⁸ Article II (3) of the New York Convention (“... unless it finds that the said agreement null and void, inoperative or incapable of being performed”).

Ukraine ‘*On Foreign Investments Regime*’. It specifies that any dispute to which a foreign investor is a party can be brought to arbitration, including arbitral tribunals seated abroad, according to the parties’ agreement with the exception of disputes between the investor and the state over matters of state regulation of foreign investments and activities of enterprises with foreign investments. Those disputes are to be resolved in courts of Ukraine unless otherwise provided by the international treaties of Ukraine.

Thus, presence of a foreign element is crucial for determining the subjective arbitrability of a dispute.

It is worth mentioning that the above provisions of the Arbitration Act are applicable only to arbitration seated in Ukraine (as stated in Art. 1(1) of the Act). Thus, rules related to subjective arbitrability are part of *lex arbitri*.

However, other laws might establish restrictions of arbitrability which might impact the enforceability of international arbitral awards issued in Ukraine as well as foreign arbitral awards.

Objective arbitrability

Ukrainian Arbitration Act does not provide for any specific restrictions of objective arbitrability of disputes. The notion of ‘commercial’ as applied to arbitrable disputes mirrors the one in the UNCITRAL Model Law. Ukrainian Civil Procedure Code (Art. 17) also does not establish any specific restrictions of arbitrability of civil law disputes.

The specific restrictions of objective arbitrability are stipulated in several laws which are applied irrespectively of the seat of arbitration or the law governing the arbitration agreement, those rules are part of *lex fori*.

The law of Ukraine ‘*On International Private Law*’ (Art. 77) lists types of disputes with foreign element which are the exclusive domain of the Ukrainian courts. Among those types of disputes the following are potentially relevant to international commercial arbitration:

- if a real estate under dispute is located in Ukraine (except for disputes connected with entry into, amendment, cancelation of agreements in public-private partnership projects, entered into by the Cabinet of Ministers of Ukraine, according to which the real estate is the object of such partnership, and the dispute is not related to emergence, termination, and registration of property interests in such object²⁹);
- if a dispute is in connection with formalization of intellectual property rights that requires registration or issue of a certificate (patent) in Ukraine;
- if a dispute is in connection with registration or dissolution of foreign legal entities, sole entrepreneurs in Ukraine;

²⁹ The ‘public-private partnership’ exception comes into effect on 24 May 2016.

- bankruptcy cases, if the debtor was established according to the laws of Ukraine;
- if a dispute relates to issuance or cancelation of securities drawn up in Ukraine;

It is generally recognized that the above types of disputes are non-arbitrable as most of them need a third party to be involved (usually a state body) for the dispute to be resolved. Bankruptcy cases are not disputes in a formally legal sense in Ukraine.

Debate over Article 12 of Commercial Procedure Code

The most significant restrictions of arbitrability were established in Article 12 of the Commercial Procedure Code of Ukraine (the ‘CPC’). In between 31.03.2009³⁰ and 01.03.2011, based on Article 12 of the CPC the courts considered as non-arbitrable the following disputes:

- (1) disputes over nullification of non-regulatory acts of state and other bodies, enterprises and other entities;
- (2) corporate disputes (‘disputes arising out of corporate relations between a company and its participant (shareholder), including a former one, as well as between the participants regarding establishment, activities, management, and dissolution of the company (except for labor disputes)’);
- (3) public procurement contracts disputes (‘disputes arising in connection with entry into, alteration, cancelation, and performance of commercial contracts related to satisfaction of the state’s needs’).

Prohibition to bring corporate disputes to arbitration established in Article 12 of the CPC since 2009 clearly contradicted the rules of the Arbitration Act, which explicitly allowed to arbitrate disputes between an enterprise with foreign investments and its participant (shareholder), as well as disputes between participants (shareholders) of that enterprise. However,

³⁰ Date of coming into force of the respective amendment to Article 12 of the CPC, so that the amended Article 12 contained prohibition to submit to arbitration (both domestic and international) 3 categories of disputes. Prior to that date Article 12 did not explicitly prohibit to arbitrate corporate disputes. However, already in 2007 the Presidium of the High Commercial Court of Ukraine advised commercial courts in the Guidance (Recommendations) “On Jurisprudence in Disputes arising from Corporate Relations” of 28.12.2007 No. 04-5/14 (the ‘2007 Guidance’) that “*Members of companies ... are not entitled to subject corporate disputes related to the activity of companies, including those arising from corporate management, to international commercial arbitration courts*” (Art. 6.2 of the Guidance). This gave the commentators the idea that the High Commercial Court broadly interprets exclusive subject-matter jurisdiction of commercial courts as determined in Article 12 of the CPC. On 24.10.2008 the Plenum of the Supreme Court of Ukraine passed the Resolution “On Jurisprudence in Corporate Disputes” (the ‘2008 Resolution’), which contained the same advice to all Ukrainian courts.

this contradiction has always been considered in favour of application of Article 12 of the CPC, as the Arbitration Act stipulated that if any other law established restrictions of arbitrability of certain disputes this other law should apply.³¹

The 2007 Guidance and 2008 Resolution being widely used by commercial and common courts allowed to deduce several types of disputes which should not be considered corporate disputes for the purposes of Article 12 of the CPC. Among those are disputes over the title in and transactions with shares (except for those arising from infringement of pre-emption rights).

Since 1 March 2011 important amendments have been introduced to Article 12 of the CPC: provisions on international arbitration were excluded. It meant that the restrictions of arbitrability became applicable only to domestic arbitration. However, the ambiguity of the wording of the CPC still leaves the room for a variety of interpretations.

Controversial jurisprudence

Although since 2011 there have been no reported cases that addressed the issue of whether new wording of Article 12 of the CPC restricts the capability of disputes mentioned therein to be settled by international arbitral tribunals, commercial and common courts continue to adopt decisions invoking non-arbitrability of corporate disputes. Common courts still refer to 2008 Resolution of the Supreme Court as a guidance in deciding whether the case considered by an arbitral tribunal was arbitrable.

Moreover, sometimes commercial courts still tend to support the approach that disputes out of or in relation to contracts of sale of participation interests (shares) in Ukrainian companies are corporate disputes and thus cannot be submitted to arbitration.³² This view is generally consistent with the approach of common courts in cases upon requests for setting aside arbitral awards in disputes related to corporate rights in Ukrainian legal entities.³³ However, the position of the High Commercial Court of Ukraine expressed in its resolution of 15 April 2013 (case No. 07/5026/1561/2012), that disputes in connection with contracts of sale of participation interests in limited liability

³¹ Article 1(4) of the International Arbitration Act: *'This Law shall not affect any other law of Ukraine by virtue of which certain disputes may not be submitted to arbitration or may be submitted to arbitration only according to provisions other than those of this Law'*.

³² Ruling of the Kharkov Commercial Court of Appeal of 2 April 2014 (case No. 917/429/13-Г).

³³ The High Specialized Court of Ukraine for Civil and Criminal Cases in its ruling of 5 February 2014 (case No. 6-53589СВ13) recognized that an award, in which the claimant's title to corporate rights in a Ukrainian legal entity was recognized should be viewed as an award made in a corporate dispute.

companies are not corporate, and therefore may be brought to arbitration, creates the basis for a 180 degree turn of the jurisprudence.

On 25 February 2016, the Presidium of the High Commercial Court of Ukraine issued the Resolution «On Certain Aspects of Jurisprudence in Disputes arising from Corporate Relations» of No. 4 (the '2016 Resolution'). The 2016 Resolution replaced the 2007 Guidance which contained the advice to commercial courts to consider corporate disputes non-arbitrable in international arbitration. The 2016 Resolution did not state that corporate disputes can be subjected to international arbitration, it did not mention non-arbitrability of these disputes as well. Thus, the 2016 Resolution added but little to the clarity of the issue of capability of disputes mentioned in Article 12 of the CPC to be settled by international arbitral tribunals. It is helpful, though, in determining the disputes which are not corporate (the Resolution contains the list of such disputes) and thus capable of being brought to international arbitration.

OVERVIEW OF UKRAINIAN CASE LAW

*Raiffeisen Property Management GmbH v Double W LLC*³⁴

Raiffeisen Property Management GmbH sought the recognition and enforcement in Ukraine of the 2010 arbitral award issued by the arbitral tribunal of the Vienna International Arbitral Centre of the Austrian Federal Economic Chamber (the 'VIAC arbitral award').

The arbitral tribunal decided in favour of Raiffeisen in the dispute related to several agreements which envisaged the transfer of participation interest in Double W LLC to Raiffeisen.

In 2011, both the court of first instance and the court of appeal refused the recognition and enforcement of the VIAC arbitral award stating that the subject matter of the dispute which was the title to the share in capital of Double W LLC was not capable of settlement by arbitration under Ukrainian law.

On 9 November 2011, the High Specialised Court of Ukraine for Civil and Criminal Cases reversed the ruling of the court of appeal and sent the case back for reconsideration to the court of first instance, stating that:

«... the conclusions of the court of first instance that the dispute is a corporate dispute which is not capable of settlement by arbitration under Ukrainian law are groundless».

On 30 November 2012, the court of first instance refused the recognition and enforcement. However, the court of appeal reversed that

³⁴ It is the only reported case in which the issue of arbitrability was addressed in the context of New-York Convention.

decision on 6 June 2013. The respective ruling of the court of appeal was then upheld by the High Specialised Court of Ukraine for Civil and Criminal Cases (ruling of 17 November 2014).

Court decisions in this case allowed to come to a conclusion that disputes out of or in connection with agreements of sale of participation interests might be considered arbitrable. The fact that the courts never discussed the impact of the 2011 amendment to Article 12 of the CPC on the capability of corporate disputes to be settled by international arbitral tribunals implies that courts still apply Article 12 of the CPC to both domestic and international arbitration.

Постова В.В., асистент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

З кожним роком в Україні на регіональному рівні все активніше вдаються до дій з підвищення рівня інноваційного розвитку. Однак нинішній стан багатьох вітчизняних підприємств свідчить про багатофакторність причин і цілий комплекс проблем в даному секторі економіки.

Одним з економічних показників в сфері промислових інновацій є питома вага інноваційно-активних підприємств в загальній чисельності. Даний показник у відношенні організацій, що здійснюють технологічні інновації, знизився в 2015 році на 0,1% в порівнянні з 2014 роком: з 10,4 до 10,3% [1, с. 112]. Згідно з представленими даними, для промислових підприємств України характерна досить низька інноваційна активність. Несприйнятливості до нововведень – проблема, яка дісталася сучасній Україні у спадок. Але якщо в 70-90-х роках основна причина несприйнятливості до нової технології і техніки – галузеві бар'єри і роз'єднаність промисловості, то на початку XXI ст. причина інша: монополія на владу переплітається з величезним присвоєнням бюджетних коштів на всіх рівнях. У цих умовах інноваційний розвиток стає порожнім закликком, який не підкріплений реальними умовами для конкуренції. За результатами статистичного обстеження частка організацій, що здійснюють технологічні інновації в промисловості, за різними

видами економічної діяльності становить: обробні виробництва – 11,3%; видобуток корисних копалин – 6,6%; виробництво і розподіл електроенергії, газу і води – 1,3%. У хімічному виробництві в 2010 році питома вага організацій, що займаються здійсненням технологічних інновацій, склав 23,3%, у виробництві електрообладнання – 24%, у виробництві нафтопродуктів – 4,2% [1, с. 132].

В Україні поступово відбувається зміцнення позицій транснаціональних корпорацій. ТНК перекуповують українські заводи, що призводить до ліквідації невеликих інноваційно-виробничих центрів, які є по більшій мірі орендарями виробничих площ цих заводів [2, с.154]. Український інноваційний бізнес практично ніяк не захищений від тиску великих іноземних компаній, і нормальна конкуренція між ними неможлива.

З цієї причини багато підприємств не хочуть йти на ризик і виділяти значні суми на технологічні розробки, боячись надалі не отримати віддачі від вкладених коштів.

Для вирішення проблем подібного роду і активізації інноваційної діяльності промисловості необхідне відповідно розвинене інноваційне середовище, що сприяє генерації нових ідей і їх комерціалізації. Проблема формування інноваційного середовища, а також необхідних передумов вимагає детального вивчення в рамках розгляду «інноваційного середовища». Існує чимало підходів і концепцій вітчизняних і зарубіжних вчених.

Одним з перших, хто вивчав формування та підтримку інноваційного середовища в 80-х рр., був М. Кастельс. У роботі «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура» він використовував це поняття для аналізу сукупних умов, що сприяють виробництву нових продуктів, ідей, ринків. На його думку, інноваційне середовище є «специфічна сукупність відносин виробництва і менеджменту, заснована на соціальній орієнтації, яка в цілому розділяє культуру праці та інструментальні цілі, спрямовані на генерування нового знання, нових процесів і нових продуктів» [3, с.142].

Вперше ж у економічний оборот термін «інноваційне середовище» (*innovation milieu*) був введений групою європейських дослідників інноваційного середовища GREMI (*Group de Recherche Europeen sur les Milieux Innovateurs*), що складається з 25 чоловік. Ще в середині 80-х рр. дана група вчених проводила емпіричний і теоретичний аналіз характеристик середовища, що вивчили досвід більше ніж 12

європейських територій [3, с.21]. Основні концепції зарубіжних вчених щодо інноваційного середовища зведені в табл. 1.

Таблиця 1

Підходи зарубіжних вчених щодо інноваційного середовища

№ з/п	Автор / пропонувана концепція	Сутність концепції
1.	R. Samagni (1991 р.)	Інноваційне середовище – «сукупність мережевих складних неформальних соціальних відносин на обмеженому географічному просторі, часто визначають зовнішній імідж і особливі специфічних внутрішніх уявлень «Приналежності», які стимулюють інноваційність території через синергетичність і процеси колективного навчання»
2.	Концепція «близькості» (початок 90-х)	«Близькість» сприймається набагато ширше, ніж географічна близькість елементів, які формують базу для кластерів. Розвиток внутрішніх можливостей для організації є попередньою умовою для того, щоб соціальна близькість грала роль у формуванні синергії між місцевими фірмами. Інноваційне середовище являє собою певний набір інструментів, який визначає необхідні умови для ефективного розвитку інновацій
3.	Концепція «агломерації» (J.Kolehmainen)	Дана концепція заснована на «теорії оптимального розміщення промислового виробництва». Концепція інноваційного середовища передбачає наявність певних елементів середовища, що здійснюють і стимулюють інноваційну діяльність, крім того передбачає наявність таких інститутів як відносини, норми поведінки, правила, сформовані в певному просторі
4.	Концепція через «призму» соціальних мережей	Інноваційне середовище – це сукупність підприємств, інститутів і соціальних зв'язків, які створюють потенційну базу для виникнення інноваційних мереж. Воно складається з неловимих відносин між людьми, здатних у разі потреби трансформуватися в сильні інноваційні мережі
5.	Lu Xingqi, Zhang Hongle.	Інноваційне середовище складається з декількох рівнів: жорстке (відчутне) оточення (матеріальні об'єкти: лабораторії, обладнання і персонал, що працює в них) і м'яке (невловиме) оточення (людське середовище: академічне середовище, науковий дух, гнучкі напрямки дослідження)

В основних концепціях зарубіжних авторів спостерігаються різні підходи до тлумачення «інноваційного середовища». Більшість з них базуються на роботах групи дослідників GREMI і мають інституційний характер. Інноваційне середовище, на думку деяких вчених, природно виникає і існує досить тривалий час [3, с.45].

У вітчизняній практиці також можна зустріти різні думки стосовно трактування даного поняття. Е.В. Йоду в своїй роботі термін «середовище» використовує відповідно до загальноприйнятих (в громадських і природних науках) методологічними підходами для вивчення впливу цілісної системи чинників зовнішнього оточення об'єкта на його життєдіяльність або можливість існування [6, с.59]. Т.П. Черемисина інноваційне середовище являє як середу, здатну генерувати, комерціалізувати і втілювати інноваційні ідеї в формі ліквідного та конкурентоспроможного товару, послуги [6, с.61]. Н.О. Чистякова пропонує розглядати інноваційне середовище як сукупність певних елементів, що формують передумови для розвитку інноваційних процесів [5, с.25].

Таким чином, існує безліч інтерпретацій поняття «інноваційне середовище», але всі вони зводяться до загального визначення – це сукупність умов і факторів, що діють всередині і за межами інноваційної системи та що впливають на здійснювану промисловим комплексом інноваційну діяльність.

Для детального вивчення складових елементів інноваційного середовища представимо ідеї деяких дослідників в табл. 2.

Таблиця 2

Основні елементи (об'єкти і відносини) інноваційного середовища

Автор	Складові елементи
Г.А. Унтра	1. Юридичні та фізичні особи: творці нововведень (інноватори), суб'єкти нововведень (замовники), підприємств-виробників нової техніки, інвестори, інноваційні посередники, держава і споживачі нововведень 2. Сукупність законодавчих норм, формальних і неформальних правил, що впливають на взаємодію між ними

С.Е. Тихонова	Інноваційне середовище регіону: 1. Зовнішні умови, які формують інноваційний клімат: – нормативно-законодавче регулювання інноваційної діяльності; – інституційні структури; – інститути розвитку інновацій (фінансові та нефінансові); – світові науково-технічні тенденції; – соціальні інститути. 2. Внутрішнє середовище, виражена готовність промислового комплексу генерувати ідеї.
А.І. Дергунов	I. Зовнішні умови – правові інститути та структурні фактори (фінанси, освіта, законодавство), які визначають можливість для інноваторів II. Трансферні фактори – людські, соціальні, культурні фактори, які визначають передачу, розподіл та обмін інформацією між суб'єктами інноваційної діяльності III. Генератор інновацій

Таким чином, інноваційне середовище являє собою певну систему, утворену такими основними структурами як середовище, що виробляє знання (вузівський сектор, академічний сектор, поодинокі дослідники і винахідники та ін.). Система передачі знань за допомогою інформаційного супроводу інноваційного процесу (інформація про розробки, патенти та ліцензії, замовлення та ін.), організації-інвестори, суб'єкти ринкової інноваційної інфраструктури, нормативно-законодавче регулювання інноваційної діяльності, а також середовище споживання знань (бажання і готовність промислових підприємств впроваджувати інновації та реальна потреба в їх здійсненні). Виходячи з цього, структура інноваційного середовища промислового комплексу виглядає наступним чином (рис. 1) [3].

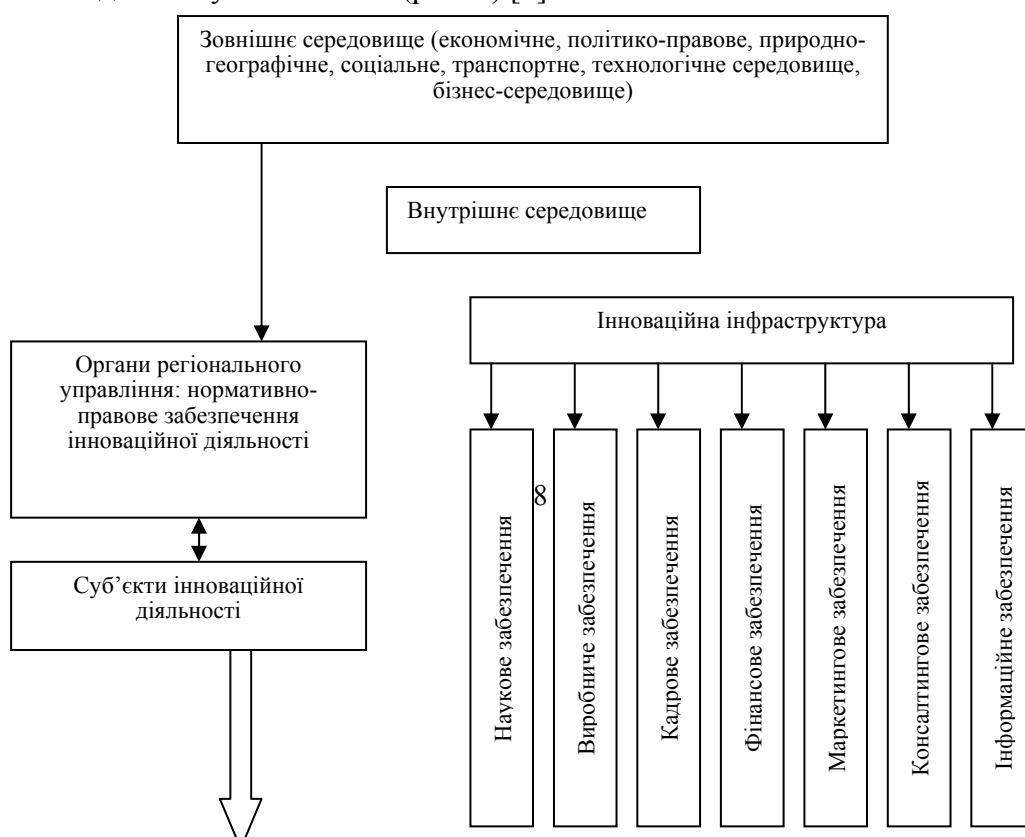


Рис. 1. Структура інноваційного середовища

Таким чином, інноваційне середовище промислового комплексу слід розглядати як систему, що складається із сукупності зовнішніх умов, що сприяють інноваційному розвитку, а також внутрішньої складової, яка характеризується готовністю підприємств промислового комплексу до інноваційних рішень як суб'єктивний чинник інноваційної сприйнятливості. Даний підхід дозволяє розглянути інноваційне середовище через призму сукупних організаційно-економічних характеристик, що визначають можливості і умови розвитку інноваційних процесів. Розглядаючи інноваційне середовище з позиції системи, не варто забувати про те, що на неї, як і на будь-яку іншу систему, впливають різні фактори, як сприяють, так і перешкоджають її функціонуванню. Відзначимо, що ефективній взаємодії підприємств з інноваційним середовищем сприяють інвестори (представники фінансового середовища), інноваційні посередники (інформаційне

середовище), а також учасники соціального та екологічного середовищ [4, с.24].

Таким чином, важливою умовою ефективного функціонування і підтримки стійкого стану інноваційного середовища є її компромісна взаємодія з елементами фінансового, інформаційного, екологічного, соціального середовища, так як відносини учасників інноваційного процесу постійно супроводжуються інформаційними, фінансовими та іншими потоками.

Крім того, необхідною умовою формування та підтримки інноваційного середовища промисловості на мезорівні виділимо державну участь в регулюванні інноваційних процесів (рис. 2) [8].

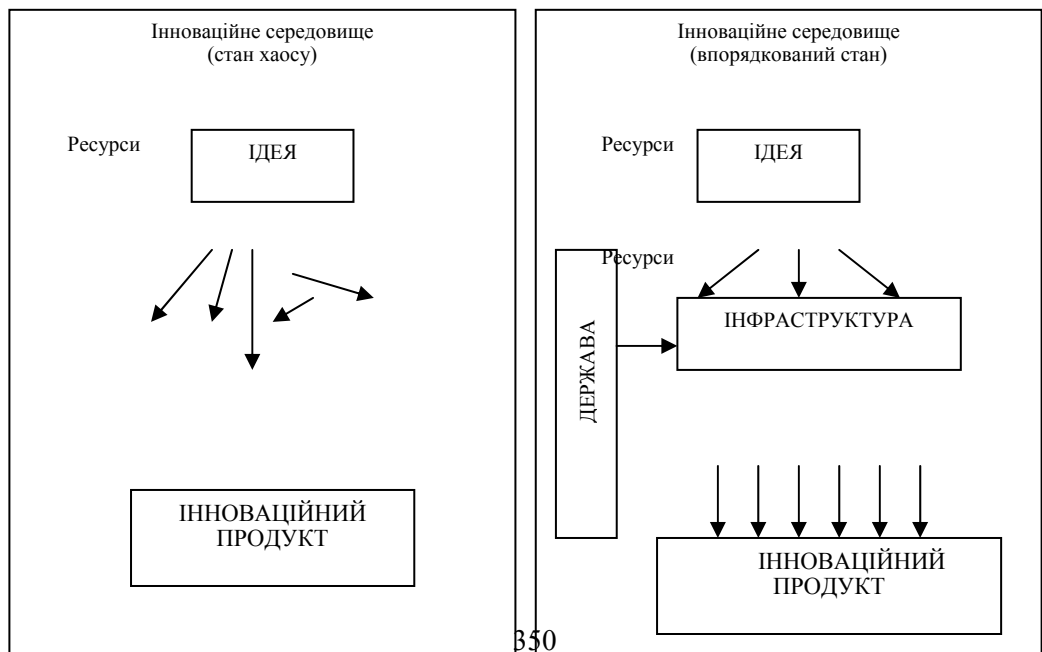


Рис. 2. Формування і функціонування інноваційного середовища промисловості

Держава, виступаючи в ролі регулятора інноваційних взаємодій в господарському середовищі (наприклад, створення з коштів бюджету спеціальних фондів для кредитування інноваційних проектів та ін.), сприяє підвищенню її інноваційної активності і сприйнятливості. Інфраструктура, як зазначає Є.В. Йоду, дозволяє структурувати та впорядковувати складні ресурсопотоки, збільшуючи, таким чином, сумарний потік [7, с.55]. Це дозволяє підтримувати стан інноваційного середовища на життєздатному рівні, а сам інноваційний процес доводити до логічного завершення. Однак, для того, щоб інноваційній продукції пройти свій шлях від ідеї до виходу на ринок і до кінцевого споживача, мало існування лише добре розвиненої і безперервно функціонуючої інфраструктури. Як було зазначено раніше, для інновації характерна така властивість як ризикованість, і визначити її «долю» дуже складно. Вихід на ринок, будучи невідомим споживачеві, може не увінчатися успіхом. У зв'язку з чим, потрібний системний підхід до передбачення майбутнього. А для своєчасної реалізації сформованого плану дій, як і для будь-якої іншої системи, необхідний систематичний контроль. Іншими словами, потрібен інструмент, який здатний при формуванні і реалізації стратегії враховувати різного роду чинники і виробити вірний орієнтир з урахуванням закономірностей розвитку досліджуваного процесу в майбутньому. Це зумовлює необхідність існування механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу, як раз і виступає необхідним для формування і реалізації стратегії інструментом. Роль даного механізму може бути виражена на різних рівнях управління – від окремо взятого підприємства до національної системи в цілому. На рисунку 3 обґрунтовано сутність механізму і його призначення на регіональному рівні.

Таким чином, механізм формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств ПК безпосередньо впливає на

національну стратегію інноваційного розвитку країни, що ще раз доводить необхідність і доцільність його існування.

Про необхідність розробки механізму формування стратегії інноваційного розвитку підприємств ПК також свідчать незадовільні показники нинішнього стану інноваційної діяльності вітчизняного промислового комплексу. За даними Центру досліджень і статистики науки тільки 5-6% українських промислових підприємств ведуть розробку і впровадження технологічних інновацій. Інноваційна продукція України в загальному обсязі ВВП сьогодні не набирає і 1% [8, с.181].

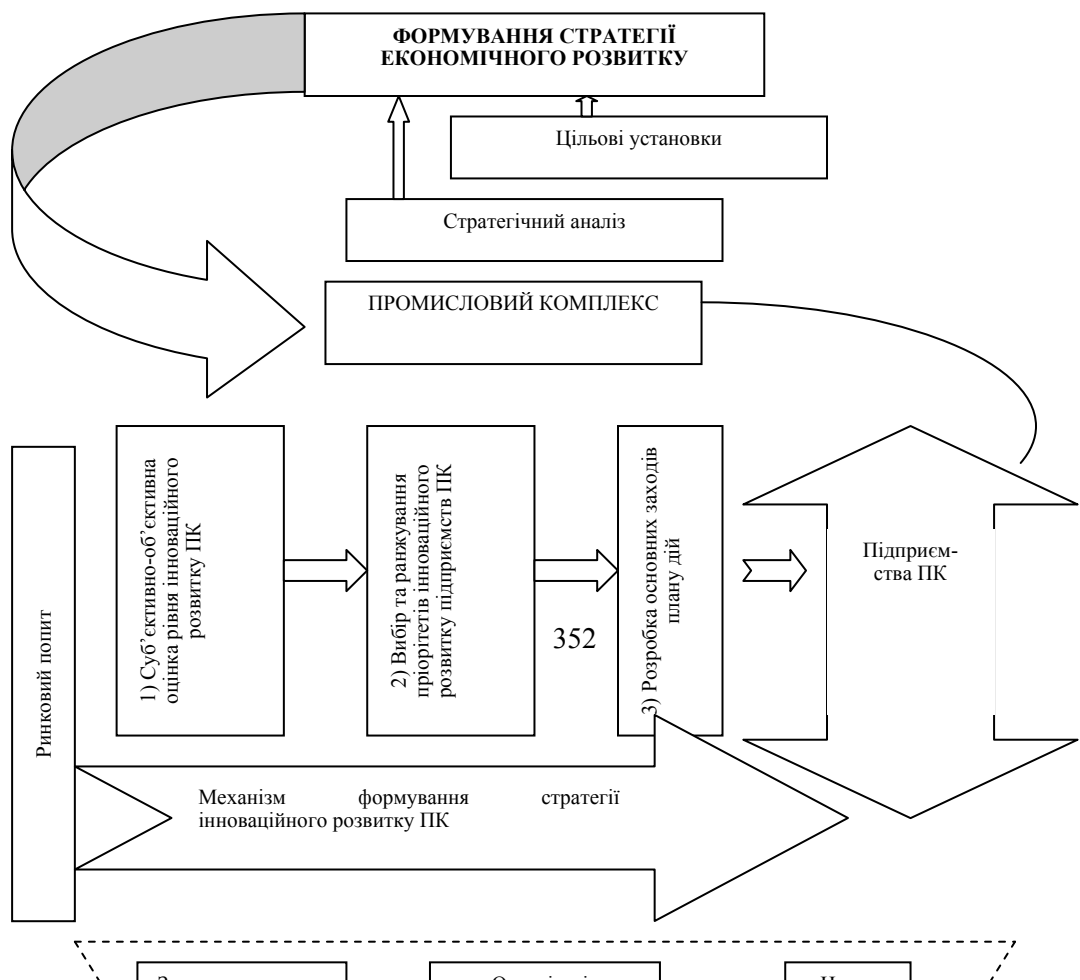


Рис. 3. Роль механізму формування стратегії інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу в моделі формування стратегії інноваційного розвитку

Цей стан справ в українському промисловому комплексі обумовлює необхідність формування сприятливих умов, в яких можливо буде досягти активізації інноваційної діяльності підприємств. Відсутність системи організації інноваційної діяльності ще раз зумовлює необхідність розробки механізму формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку ПК.

Сама ж стратегія являє собою план дій, заснований на минулому досвіді функціонування підприємств і містить ряд пріоритетних напрямків інноваційного розвитку ПК [9, с.151]. Стратегія повинна ґрунтуватися на розроблених Президентом пріоритетних напрямків, але з урахуванням особливостей середовища, в яких протікає інноваційна діяльність ПК [9, с.118].

На практиці виділяють наступні основні пріоритетні напрямки стратегії інноваційного розвитку підприємств ПК, які зараз є важливими серед всіх пріоритетних напрямків [9, с.128]:

- 1) стимулювання існуючих промислових підприємств до використання інновацій;
- 2) залучення зовнішніх інвестицій;
- 3) стимулювання створення малих інноваційних підприємств;
- 4) створення ефективної інфраструктури для підтримки інновацій;
- 5) підвищення рівня інноваційної культури в регіоні.

Основний зміст, цілі та завдання перерахованих напрямків зведені в табл. 3 [9, с.138].

Таблиця 3

Пріоритетні напрямки стратегії інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу

Напрямок 1. Стимулювання існуючих промислових підприємств до використання інновацій	
Ціль	Сприяння існуючим підприємствам в активному використанні інновацій всього спектра напрямів (технологічних інновацій, інновацій в області менеджменту, фінансів та ін.).
	<ol style="list-style-type: none"> 1) забезпечення регулярної інформації промислового комплексу з боку науково-освітнього комплексу про наявні розробки, з боку органів державної влади та місцевого самоврядування, а також організацій інноваційної інфраструктури про наявність кваліфікованих кадрів, можливості просування продукції та ін.; 2) створення офісів комерціалізації технологій при організаційній та фінансовій підтримці органів державної влади, самоврядування та керівництва установ науково-освітнього комплексу;

Завдання	<p>3) забезпечення організаційної та фінансової підтримки органами державної влади та місцевого самоврядування, організаціями інноваційної інфраструктури, керівництвом наукових установ спільних заходів представників бізнесу та наукових представників;</p> <p>4) здійснення організаційної підтримки органами державної влади роботи в компаніях студентів, аспірантів, молодих фахівців;</p> <p>5) здійснення організаційної підтримки по залученню коштів державного бюджету, а також грантової підтримки органами державної влади дослідно-конструкторських робіт (ДКР), що проводяться підприємствами на умовах паритетного фінансування;</p> <p>6) здійснення організаційної, інформаційної, кадрової, фінансової підтримки органами державної влади та місцевого самоврядування, організаціями інноваційної інфраструктури, реалізації підприємствами інноваційних проектів в рамках регіонального закону</p>
Напрямок 2. Залучення зовнішніх інвестицій	
Ціль	Використання конкурентних переваг промислового комплексу для залучення інвестицій в регіон
Завдання	<p>Організаційна підтримка та створення умов:</p> <p>1) для залучення фінансів з боку органів державної влади та місцевого самоврядування, а також організацій інноваційної інфраструктури, в тому числі з можливістю просування інвестиційної привабливості промислового комплексу в регіоні;</p> <p>2) з боку органів державної влади розвитку народних контактів в обраних секторах аж до створення науково-освітніх центрів;</p> <p>3) для залучення організацій науково-освітнього комплексу, організацій інноваційної інфраструктури, підприємств з метою створення науково-технологічного парку;</p> <p>4) для створення спільних підприємств і відкриття філій</p>
Підготовча робота	<p>— аналіз міжнародної діяльності організацій регіонального науково-освітнього комплексу і вибір наукових секторів, в яких отримані наукові результати світового рівня і встановлені міжнародні контакти як з науковими організаціями, так і з компаніями;</p> <p>— формування пакету умов, що створюють максимально сприятливу атмосферу для потенційних інвесторів</p>
Напрямок 3. Стимулювання створення малих інноваційних підприємств	
Ціль	Створення умов для зростання нових малих інноваційних, технологічно орієнтованих підприємств, в тому числі виділяються з наукових установ

	<p>1) організація в вузах курсів з підприємництва;</p> <p>2) створення реально діючих бізнес-інкубаторів, які надають новим компаніям приміщення і консалтингову підтримку;</p> <p>3) створення системи підготовки підприємницьких проектів за участю органів державної влади та місцевого самоврядування, організацій інноваційної інфраструктури, керівництва вузів і наукових установ;</p>
Завдання	<p>4) створення системи просування інноваційної продукції нових підприємств в Україні і за кордоном за підтримки органів державної влади та місцевого самоврядування, а також організацій інноваційної інфраструктури;</p> <p>5) підготовка і формування за допомогою фінансових структур, приватних осіб і організацій інноваційної інфраструктури за підтримки органів державної влади інвесторів для нових технологічних компаній</p>
Підготовча робота	<p>– аналіз проблем, що виникають при створенні та розвитку малих інноваційних підприємств на основі досвіду існуючих організацій;</p> <p>– аналіз реальних можливостей організацій інфраструктури, що підтримують початківці малі інноваційні підприємства;</p> <p>– створення умов для розвитку малих інноваційних підприємств в ключових технологічних секторах;</p> <p>– досягнення консенсусу з керівниками наукових установ з питання створення нових малих інноваційних підприємств</p>
Напрямок 4. Створення ефективної інфраструктури для підтримки інновацій	
Ціль	Створення ефективно працюючої інфраструктури, що сприяє швидкому розвитку інноваційної діяльності промислового комплексу
Завдання	<p>1) створення відсутніх елементів інноваційної інфраструктури за підтримки органів державної влади та місцевого самоврядування;</p> <p>2) розвиток зовнішніх зв'язків інноваційної інфраструктури;</p> <p>3) організація заходів, що сприяють розвитку інфраструктурної мережі;</p> <p>4) забезпечення незалежної регулярної оцінки інноваційної діяльності промислових підприємств</p>
Підготовча робота	<p>– аналіз реальних послуг і можливостей кожної існуючої організації інноваційної інфраструктури;</p> <p>– аналіз потреб і попиту на послуги організації інноваційної інфраструктури з боку промислового комплексу. Зіставлення попиту і послуг;</p> <p>– формування мережі організацій інноваційної інфраструктури</p>
Напрямок 5. Підвищення рівня інноваційної культури в регіоні	
Ціль	Максимально ефективного використання людських ресурсів для реалізації різних напрямів інноваційної стратегії

Завдання	1) організація курсів для навчання персоналу підприємств; створення органами державної влади умов, що стимулюють участь підприємств у даному процесі; 2) організація вузами навчання високопрофільних консультантів для організацій інноваційної інфраструктури з їх стажуванням на виробничих підприємствах в Україні і за кордоном; 3) цільова підготовка кадрів вищими та середніми професійними навчальними закладами для зростаючих інноваційних виробництв, в тому числі з використанням механізму держзамовлення; 5) підвищення інноваційної культури на всіх рівнях освіти
Підготовча робота	– аналіз потреб в навчанні різних цільових груп; – підготовка схем і програм навчання; – вибір і підготовка викладачів

Таким чином, виділимо основні складові стратегії інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу:

- нормативно-правове забезпечення інноваційного розвитку ПК;
- стимулювання промислового комплексу до використання інновацій;
- створення і розвиток інфраструктури підтримки ПК;
- розвиток системи інноваційного інвестування;
- підвищення рівня інноваційної культури на мезорівні;
- формування високопрофільних управлінців у владних структурах;
- створення системи підготовки та перепідготовки кадрів для інноваційної діяльності;
- інформаційне забезпечення інноваційної діяльності (створення баз даних, сайтів з найважливіших винаходів, проектів та ін.);
- підтримка проривних напрямків технологічного розвитку. З огляду на те, що в даний час у багатьох регіонах відсутні достатні ресурси для реалізації всіх напрямків технологічного прориву промисловості, слід сконцентруватися на найбільш перспективних інноваційно-ринкових нішах. На вирішення цього завдання спрямований механізм реалізації стратегії інноваційного розвитку ПК, що дозволяє оцінити рівень його готовності до інноваційних перетворень, виділити інноваційні пріоритети, потенціал комплексу та ін.

В даний час відсутнє однозначне трактування поняття механізму інноваційного розвитку ПК, а також пророблена структура механізму формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку ПК. У зв'язку з чим, дане питання потребує додаткового опрацювання.

Термін «механізм» в наукових працях був введений в обіг в другій половині 60-х років ХХ ст. і, не дивлячись на свою відносну

новизну, набув широкого поширення [10, с.192]. У роботі Е.А. Герасимової «механізм» – певний інструментарій, що допомагає зробити процеси ефективними [10, с.129]. Даний механізм спрямований на забезпечення взаємозв'язку минулого досвіду підприємств з реальністю подій. Механізм – це система комунікацій, в якій учасники надсилають один одному сигнали за заздалегідь відомими правилами і отримують планований результат; таким чином механізм ототожнюється з поняттям алгоритму. На рис. 4 схематично відображено поняття механізму [10, с.182].

Як бачимо, механізм є якийсь упорядкований процес.

Для введення поняття «механізм формування стратегії інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу» слід уточнити, що необхідно розуміти під промисловим комплексом.

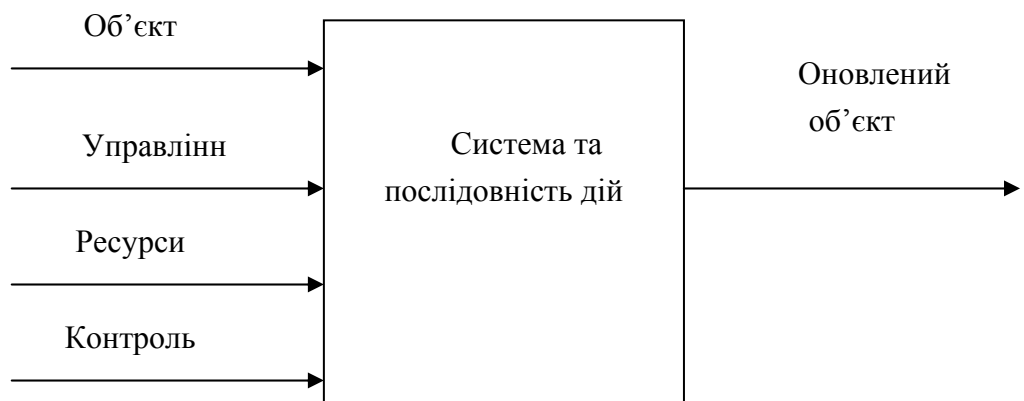


Рис. 4. Коротка схема поняття «механізм»

Промисловий комплекс визначено як сукупність, основна діяльність яких у сфері науки і виробництва спрямована на реалізацію інтересів держави, національної безпеки і здоров'я людини, збереження можливостей розробки і виробництва наукоємної конкурентоспроможної продукції. У наукових колах в цілому під промисловим комплексом розуміється деяка сукупність промислових підприємств, що розглядаються як єдине ціле [10, с.182].

Таким чином, під механізмом формування стратегії інноваційного розвитку промислового комплексу будемо розуміти послідовний процес формування комплексу заходів за допомогою скоординованої діяльності зацікавлених організацій з різних сфер: науки, бізнесу, освіти, влади та ін., що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств промислового комплексу.

Відзначимо, що основними елементами пропонованого механізму є оцінка рівня інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу і розробка методичних рекомендацій щодо визначення заходів на етапі формування стратегії інноваційного розвитку підприємств ПК.

Розробка плану дій та етапів його реалізації враховує динаміку інноваційного розвитку промислового комплексу, вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, а також наявність умов для успішної реалізації стратегії.

Важливим початковим етапом формування стратегії є аналіз стартових умов інноваційного розвитку промислового комплексу в конкретному регіоні, мета якого полягає у виявленні значущих негативних і позитивних тенденцій, факторів, що перешкоджають і стимулюють розвиток інноваційного процесу, а також оцінки перспектив розвитку ПК. Тому питання суб'єктивно-об'єктивної оцінки стану інноваційної діяльності ПК слід приділити окрему увагу.

Література

1. Белова Е.А. Управление инновационной деятельностью предприятия // Проблемы развития предприятий: теория и практика: Материалы Всерос. научно-практической конференции. – Самара: Изд-во Самар.гос.экон.акад., 2004. – 256 с.
2. Бузько И.Р., Дмитренко И.Е., Сущенко О.А. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий. Монография. – Алчевск: Изд-во ДГМИ, 2012. – 216 с.
3. Гунин В.Н., Баранчев В. П. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. – М.: ИН– ФРА-М, 2010. – 272 с.
4. Завальнюк В.В. Фактори і принципи формування інноваційного потенціалу підприємств машинобудування // Міжнародний науковий журнал «Науковий огляд». – 2015. – Т. 9. – №. 10. – С. 20-28
5. Коробейников О.П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия // Менеджмент. – 2010. – №3. – С.26-33
6. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент.–К.:КНЕУ, 2013.–504 с.
7. Ландик В. Управление инновационным потенциалом предприятия в условиях переходной экономики: проблемы и опыт // Економіст. – 2011. – № 12. – С. 52-57
8. Перерва О.Л. Экономика и управление инновационными процессами на промышленном предприятии: теория, методология, практика: Монография. – М.: Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2005. – 280 с.

9. Савчук А. В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики промсти. – Донецк, 2013. – 448 с.
10. Тимошенко Л.М. Інвестиції та інвестування в соціалізації економіки України: теорія, методологія, перспективи: монографія / Л.М. Тимошенко, Н.М. Дєєва.–Дніпропетровськ: Пороги, 2009.–509 с.

Прима В.В., к.ф.н.,
доц. каф. іноземної філології
та перекладу

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕРМІН «ТУРИЗМ» ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація світової економіки, що динамічно розвивалась у 1990-х рр. – на початку ХХІ ст., вплинула і на розвиток туристичного сектору. Зростання попиту на туристичні послуги призвело до утворення гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій у туристичній торгівлі та готельній індустрії [1]. Розповсюджене використання найновітніших технологічних рішень, поряд із іншими сучасними засобами транспорту, комп'ютерними системами бронювання та резервування готелів, продажем туристичних подорожей чи сучасних ліній обслуговування призвело до зародження феномену міжнародного масового туризму, який отримав назву «технізований туризм». Сучасний туризм відкриває особливості масового туристичного продукту разом із його стандартизацією та серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю його пропозицій, а також із сучасним продажем та рекламою, часто віртуальною. Розвиток світової економіки туризму є результатом задоволення людських потреб, починаючи з потреби на відпочинок та дозвілля, відновлення фізичних сил, споживацьких потреб і закінчуючи розумовими потребами: новий досвід, сприйняття та пізнання [2]. Значення та роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях можна помітити завдяки обсягу туристичних маршрутів, кількості робочих місць у туризмі та суміжних галузях, обсягу валютних надходжень завдяки туризму та витратам на

туризм і дозвілля. Нові напрямки та тенденції в міжнародному туризмі є також похідною геополітичних змін. Розпад тоталітарної системи, демократизація суспільств у колишніх соціалістичних країнах, а також становлення Європейського Союзу стали найвражаючими подіями, що вплинули на масовий розвиток міжнародного туризму, який можна вважати унікальним феноменом ХХ ст.

Визначити термін «туризм» коротко і в той же час повністю через велику кількість виконуваних ним функцій та значної чисельності проявів, досить складно. Загальноприйняте визначення ВОТ: *туризм – діяльність особи, яка подорожує в свій вільний час протягом певного періоду за межі постійного місця проживання з іншою, ніж діловою метою у відвідуваному місці.*

Слово *tourist* з'явилося в англійській мові на початку ХІХ століття й у перекладі з англійської означає: той, хто здійснює поїздку заради власного задоволення чи розширення культурного кругозору. По визначенню ООН турист – це особа, що перебуває в даній місцевості терміном більш ніж на одну ніч і менш ніж на рік.

Туризм – це явище динамічне, що розвивається, орієнтоване на споживача. За визначенням, яке дає Longman Dictionary of Contemporary English «**Tourism** is the business of providing things for people to do, places for them to stay etc while they are on holiday».

Всесвітня рада з туризму і подорожей вказала на наступні характеристики сучасного туризму:

- це найбільша індустрія світу, що має приблизно \$ 3,5 трлн. Оборотного капіталу і, що включає в себе такі компоненти як:
- подорожі (круїзи, автобуси, літаки, автомобілі, залізниці);
- проживання (готелі і мотелі, конференції, виставки, зустрічі);
- харчування (ресторани, кафе, бари);
- відпочинок і дозвілля (ігри, парки, розваги, атракціони).

Туризм – це екскурсії, походи і подорожі в яких відпочинок поєднується з пізнавальними і освітніми цілями. По призначенню і формами проведення туризм поділяється на плановий (екскурсії) і самодіяльний.

При плановому туризмі учасники подорожують на автобусах, літаках, теплоходах, у поїздах по наперед намічених маршрутах, зупиняються в готелях або на турбазах, де їм надається ночівля, харчування і екскурсовод.

В самодіяльному туризмі подорож будується повністю або частково на самообслуговуванні. Тут туристи самі намічають маршрути

і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку, обирають місця для екскурсій.

В результаті туристичної діяльності відбувається міжмовний контакт, що слугує, в свою чергу, джерелом обміну лексичних одиниць, а також запозичень нових лексичних одиниць, оскільки виникає потреба називати нові явища.

Проаналізувавши англomовні туристичні путівники, можна виділити наступні види туризму.

Екскурсійний туризм – подорож у пізнавальних цілях. Це одна з найбільш розповсюджених форм туризму. Вона передбачає відвідання цікавих історичних, архітектурних пам'яток, визначних місць, з метою ознайомлення з культурою та традиціями інших народів та збагачення власного досвіду. Excursions – a short journey arranged so that a group of people can visit a place, especially while they are on holidays.[3]

Рекреаційний туризм – подорож для відпочинку і лікування. Цей вид туризму є дуже розповсюдженим в усьому світі. У деяких країнах він виділяється в самостійну галузь економіки і функціонує паралельно з іншими видами туризму. Recreation – an activity that you do for pleasure or amusement. [3]

Діловий туризм – поїздки, зв'язаний з виконанням професійних обов'язків. У зв'язку з загальною інтеграцією і встановленням ділових контактів діловий туризм щорічно здобуває усе більшого значення. Поїздки відбуваються з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі, чи представляють для неї особливий інтерес; для проведення переговорів, для пошуку додаткових каналів постачання чи збуту і т.д. Звертання до туристичних фірм у всіх подібних випадках дозволяє організувати поїздку з найменшими витратами, заощаджуючи час. Крім того, до сфери ділового туризму відноситься організація різних конференцій, семінарів, симпозіумів і т.д. У таких випадках великого значення набувають спорудження при готельних комплексах спеціальних залів, установка устаткування для зв'язку та інші необхідні речі. (Business tourism or **business travel** is a more limited and focused subset of regular tourism [1]. During business tourism (traveling), individuals are still working and being paid, but are doing so away from both their workplace and home [1].)

Етнічний туризм – поїздки для зустрічі з родичами. Туристські агентства допомагають з оформленням транспортних квитків, закордонних паспортів, віз і т.д. (Ethnic tourism is travel modified by a search for the first hand, authentic and sometimes intimate contact with the people, whose ethnic and/or cultural background is different from the tourist [2].)

Спортивний туризм – поїздки для участі в спортивних заходах. До послуг туристських фірм звертаються у цьому випадку як керівники спортивних команд, організатори змагань, так і болільники і просто бажаючі бути присутніми на змаганні. (Sport tourism refers to travel which involves either observing or participating in a sporting event staying apart from their usual environment.)

Цільовий туризм являє собою поїздки на різні масові заходи.

Релігійний туризм – подорож, що має метою виконання яких-небудь релігійних процедур, місій. (**Religious tourism**, also commonly referred to as faith tourism, is a type of tourism, where people travel individually or in groups for pilgrimage, missionary, or leisure (fellowship) purposes [3].)

Караванінг – подорож у невеликих мобільних будиночках на колесах. Caravanning – the activity of taking holidays in a group of people who travelling together for safety. (**Caravanning** is the practice of taking holidays in a caravan [3].)

Пригодницький (екстремальний) туризм – туризм, пов'язаний з фізичними навантаженнями, а іноді з небезпекою для життя. (**Adventure travel** is a type of tourism, involving exploration or travel with perceived (and possibly actual) risk, and potentially requiring specialized skills and physical exertion.)

Водний туризм – поїздки на теплоході, яхті й інших річкових й морських суднах по річках, каналах, озерах, морях. Географічно і за часом цей туризм дуже різноманітний: від годинних і одноденних маршрутів до багатотижневих круїзів по морях і океанах. Усі ці види туризму найчастіше тісно переплітаються між собою, і їх найчастіше важко виділити в чистому вигляді. (**Water tourism** is traveling by boat while on holiday, with the express purpose of seeing things meant for the water tourist).

Поняття «космічного туризму» (*space tourism*) започаткувало і поняття «космічного туриста» – *space tourist*. Словосполучення *space tourist* набуло популярності через подорож першого космічного туриста, американського бізнесмена Д. Тіто на космічному кораблі. Іншою, узагальненішою назвою пасажира космічного корабля є словосполучення *spaceflight participant*. Для таких туристів уже створюють і спеціальні космічні кораблі (*space tourist vehicle*): *NASA and its International Space Station (ISS) partners have finally agreed the rules governing who can fly to the outpost as space tourist*.

У США від 2002 року стають популярними лицарські двобої на спеціальних велосипедах, перетворених на «бойових коней». Такі

велосипеди називають «велосипедами-мутантами» (*mutant bike*), дуелянти – «велосипедистами-мутантами» (*mutant bikers*), а самі поєдинки позначаються неологізмом *bike-jousting*. Рух «буйкерів-мутантів» позначає словосполучення *mutant bike movement: Bike jousting is not just another extreme sport. While these self-described mutant bikers are a breed apart, they share a common cause with more mainstream cycling group.*

Існує декілька екстремальних видів лижного спорту (*extreme skiing*): «сніговий серфінг» (*snowserfing*, тобто спуск на одній спеціальній лижі); швидкий спуск із крутих гір на саночках на колесах (*street luge*); гра із пластиковим м'ячем між двома командами лижників на схилах гір (*ski football*). Аматори лижного спорту можуть тренуватися і влітку на спортивному «снаряді», який позначають словом *mountainboard*, він є засобом пересування, що поєднує риси скейтборда і моторолера. Спорт із застосуванням такого снаряду одержав назву *mountainboarding*:

To try mountainboarding, another of the activities on offer at the weekend, I travelled to Cheltenham to meet Pete Tatham, a partner in No Sno, a leading mountain-board company.

Швидкий спуск на саночках на колесах (*luge, street luge*) спричинив відродження цього екстремального виду гірського спорту. Через 54 роки, на зимовій олімпіаді 2002 року, він був знову включений в олімпійські змагання і саме тому, як відзначають журналісти, що він є дуже небезпечним. Такий спорт зветься *skeleton*. Його іменують також «скаженим кузеном спорту» (*luge*). Суть його полягає в тому, що спортсмен лежить на металевих саночках вагою 20 кг. І мчить зі швидкістю 110 км на годину з гори: *The sport of skeleton which returns to the winter Olympics this month after a 54-year absence, is the crazy cousin of luge. Instead of reclining on a sled like Barcalounger, you go headfirst, kamikaze style.* Створено і інші відповідні школи навчання цього екстремального виду спорту – *skeleton school: Most of the hut are students at Lake Placid.*

Нове словосполучення *extreme life* відображає загальне поняття «життя, що існує в екстремальних умовах»: *Scientist plumbing the budding, black depths of a geothermal hot spring in Idaho have discovered a unique community of microbes that thrive without sunlight or oxygen... In light of the findings, researchers said should not longer be whether extreme life exists on Mars and elsewhere. «Rather, did life originate there, or was it transplanted from Earth?» Said University of Colorado planetary scientist Bruce Jakosky.*

Популярність поняття «екстремальність» зумовлює його екстрапопуляцію на інші сфери повсякденного життя. Поняття «екстремальне прасування» разом із словосполученням *extreme ironing* виникло наприкінці 90-х років ХХ століття, коли в деяких країнах стало модним прасувати білизну між заняттям екстремальним спортом. В останні роки це явище поширилось в США. Подібний «спорт» одержав назву *sport of spot*, а його шанувальників почали позначати неологізмами *extreme ironers, extreme ironist, ironists*:

Now, countless handkerchiefs and pillow cases later, and after stretching to the corner of South Africa, Japan, Croatia and Chile, extreme ironing is coming to the United States, hopping to appeal to the spin-cycle superhero, the wash-and-wear wonder woman in all of us.

Як свідчать наведені приклади, ключові одиниці сфери туризму (*tourism, tourist*) продовжують, як і в попередні роки, активно брати участь у процесі утворення інновацій, вступаючи в синтагматичні зв'язки. Крім описаних раніше неологізмів, можна відзначити такі словосполучення як *intellectual tourism, intellectual tourist*, що виникли, відповідно для позначення культурно-освітнього туризму і його учасника:

*While educational and cultural organizations in the United States have led the way in what is being coined **intellectual tourism**, Britain appears to be catching up fast.*

Неологізм *sustainable tourism* створено за аналогією до словосполучень *sustainable development*. Він позначає туризм, метою якого є контроль за діями людей для запобігання нанесення шкоди навколишньому середовищу, а також допомога рослинному і тваринному світу (наприклад, порятунок черепах, дельфінів, квітів, які опинилися в біді):

*There is a growing understanding that **sustainable tourism** isn't just about saving turtles, or monitoring how often hotels wash their sheets.*

Можна також зазначити, що в попередні роки для позначення туризму, що не завдає шкоди природи, а навпаки, спрямованого на надання їй допомоги, виникло слово *ecotourism*. З ним пов'язано і кілька похідних неологізмів, наприклад, словосполучення *ecotourism casino*:

*In the Philippines, Malaysian businessmen are already promoting an «**ecotourism casino**».*

Модним видом туризму останнього часу стає відвідування трагічних подій, стихійних лих із метою «співчуття жертвам» – *grief tourism*. Подібний вид туризму став популярним наприкінці 90-х років ХХ століття після трагічної загибелі принцеси Діани і паломництва до

місця трагедії. З'явилося, відповідно, і позначення учасника таких поїздок – *grief tourist*.

The commentator, Francis Wheen, has labeled the frenzied pilgrims that trekked to Soham the «grief tourists».

З «туризмом співчуття» пов'язано ще кілька, неологізмів, насамперед синонімічні позначення таких подорожей (*dark tourism, grief-life, recreational grief, mourning sickness*).

З явищем існування життя в екстремальних умовах пов'язано і створення неологізму *extremophile* для позначення організму, для якого екстремальні умови є цілком природнім середовищем:

Those who think there could be life elsewhere in the solar system talk of the possibility of the bacteria buried in the Martian icecaps, or under the icy scrusts of Jupiter's moons Europe or Calisto. One problem with such theories is that these are extremely hostile environments with pressures much higher than normal. Similar high-pressure zones on Earth – under the Antarctic ice, for instance – are suitable only for specially adopted organisms known as extremophiles.

Хоча дотепер найпопулярнішим видом туризму можна вважати пляжний туризм або, як його називають, «туризм моря і сонця» (*sun-and-sea tourism*), щоразу більша кількість людей вибирає інші види відпочинку. Набуло поширення поняття «мультиспортивна відпустка» (*multisport vocation*), коли відпочивальники (*multisporters*) присвячують свою відпустку заняттю різними видами спорту (особливо екстремальними) водночас для випробування «межі своїх можливостей»:

She was just embarking on a multisport vocation, the latest adventure-travel trend. In fact, multisporters tend to push themselves.

Поширюється рух за проведення відпустки з усією родиною, з друзями, який позначають неологізмом *togethering*:

Those served plan to take more vacation time at home this year as there continues to be an emphasis on family after the terrorist attacks on September 11, 2001, Yesawich said. Eight in ten respondents said they planned to vacation with extended family or friends, a trend called «togethering» that is on the increase, he said.

Незважаючи на прагнення багатьох, особливо молодих, громадян розвинутих країн до «екстремального» і екзотичного туризму, певна частина туристів, особливо люди похилого віку віддають перевагу таким подорожам, коли, одержуючи нові враження, фізичне естетичне задоволення, вони не позбавляються звичного комфорту і «звичного середовища» (їжі, дозвілля, тощо). Подібний туризм позначають неологізмом-словосполученням *home-plus experience*:

*Some people who travel go away for a **home-plus experience**. They want everything they can get at home – fish and chips, pints of beer, tabloid papers – plus beaches, fine weather, and beautiful weather.*

Альтруїстично мотивована частина населення західних країн віддає перевагу присвяченню свого «відпочинку» безкоштовній суспільно-корисній роботі, наприклад, захисту навколишнього середовища, надання допомоги бідним країнам у якості добровольців. Людей, що займаються такою суспільно корисною роботою під час відпустки стали позначати словосполученням *volunteer vacationer*:

*Page is a **volunteer vacationer**, part of a growing group of Americans. People are using their free time to restore railroads, snorkel for science and band rare birds.*

Модним видом відпочинку стають пробіжки «дикими місцями природи», особливо гористою місцевістю, із рюкзаками за спиною – *fast packing (speedhiking, speedclimbing)*. Можна відзначити, що цей відпочинок зараз за популярністю конкурує з такими захопленнями, як *snowboarding, mountainbiking*:

These days, hot areas of outdoor gear retailing are snowboarding, mountainbiking and fast packing – single-day running and hiking trips that cover 20 to 30 miles (Rocky Mountain News, May 17, 2002) [Зацний Ю.А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. – Л.: ПАІС, 2007. С. – 133-138].

Власне туристична термінологія виступала об'єктом лінгвістичного дослідження у компаративному (порівняння даної терміносистеми в англійській і російській мовах) та в діяхронічному аспектах (Е.Т. Белан, Л.В. Виноградова [23; 41]). Проведений діяхронічний аналіз досліджуваної лексики підтвердив вплив як внутрішньомовних, так і зовнішньомовних чинників на зародження і подальше оформлення цієї термінології. Досліджувана термінологія має відкритий характер, що обумовлено високою мірою популярності такої сфери людської діяльності, як міжнародний туризм, і, у результаті, перетворенням її на дуже розгалужену і перспективну народногосподарську галузь. Проведений етимологічний аналіз показав, що домінуючим процесом термінотворення як для англійських, так і для російських спеціальних одиниць являється синтаксичний спосіб. Термінологія, будучи частиною загальнолітературної лексики і значною мірою беручи витоки із загальнолітературної лексики, не може ізолюватися від законів і процесів її розвитку і функціонування.

Отже, туристична індустрія має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілого ряду окремих елементів, що

включають різні галузі обслуговування. Будучи однією з найбільш дохідних і інтенсивно, що розвиваються галузей, вона має важливе соціальне й економічне значення. А саме: збільшує місцевий дохід, створює нові робочі місця, розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристських послуг, розвиває соціальну й виробничу інфраструктуру в туристських центрах, активізує діяльність центрів народних промислів і розвиток культури, забезпечує ріст рівня життя місцевого населення, збільшує валютні надходження. Поряд з позитивними наслідками розвитку туристичної індустрії не слід забувати про негативний вплив галузі. Недоліки розвитку туризму проявляються в тому, що туризм: впливає на ріст цін на місцеві товари й послуги, на земельні й інші природні ресурси й нерухомість; сприяє відтоку грошей за кордон при туристському імпорті; викликає екологічні й соціальні проблеми; може завдавати шкоди розвитку інших галузей.

Таким чином, індустрія туризму являє собою міжгалузевий комплекс, що включає: 1) пасажирський транспорт із його розгалуженою мережею технічних служб; 2) різні спеціалізовані туристські підприємства й підприємства галузей, що не мають яскраво вираженого туристського характеру; 3) широку сферу послуг, якими користується турист. Всі сегменти індустрії туризму взаємозалежні й залежать друг від друга, тому повне й всебічне задоволення туристських потреб вимагає скоординованої роботи всієї сукупності засобів, об'єктів і організацій індустрії туризму. Індустрія туризму є одним з найбільше що динамічно розвиваються секторів економіки, що тягне не тільки позитивні, але й негативні наслідки свого розвитку.

Література

1. H. Borne, A. Doliński, Organizacja turystyki. WSiP, Warszawa, 1998
2. John Lennon (2003). Tourism statistics: international perspectives and current issues. Cengage Learning EMEA. p. 106. ISBN 978-0-8264-6501-6. Retrieved 1 May 2013.
3. Jump up to: Brian Garrod (12 October 2012). «Business tourism». In Peter Robinson. Tourism: The Key Concepts. Routledge. pp. 18–22. ISBN 978-0-415-67792-9. Retrieved 1 May 2013.

Пурденко О. А.,

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки та
фінансів підприємства
Київського національного торговельно-
економічного університету

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД АСЕКУРАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Необхідність розробки теоретичних основ вдосконалення системи економічної безпеки малого бізнесу в Україні зумовлена низьким рівнем ефективності підсистем державного та недержавного забезпечення економічної безпеки цього сектора економіки, саме тому, доцільно враховувати досвід розвинених країн, які досягли в цій сфері успішних результатів. Слід зазначити, що у розвинених країнах світу, в процесі забезпечення економічної безпеки малого бізнесу, більше уваги приділяється формуванню сприятливого економіко-правового середовища для підприємницької діяльності, державній підтримці підприємницької ініціативи населення, вдосконаленню недержавної системи безпеки підприємництва. Тобто, система економічної безпеки малого бізнесу в цих країнах вже створена і функціонує. Для України, на даному етапі розвитку, найбільш актуальними є проблеми, пов'язані з принциповою недосконалістю такої системи, що пов'язано з численними помилками в процесі її формування. Практика свідчить, що система державних та ринкових регуляторів в сфері економічної безпеки малого підприємництва, яка діє сьогодні в Україні, є неефективною, і не відповідає вимогам часу.

Сучасні умови в яких діють суб'єкти підприємницької діяльності, здійснюючи свою соціально-економічну місію у суспільстві (реалізація підприємницької ініціативи населення та забезпечення його зайнятості), не отримують належного рівня захищеності своїх прав та законних інтересів від впливу негативних факторів зовнішнього середовища. Таким чином, проблема формування ефективної та адекватної сучасним умовам господарювання системи економічної безпеки малого бізнесу набуває підвищеної актуальності у зв'язку із високим рівнем ризикованості малого бізнесу в Україні.

Дослідження практики забезпечення безпеки бізнесу у розвинених країнах дозволяє констатувати, що уряди багатьох розвинених країн, а також країн що розвиваються, не тільки офіційно визнають об'єктивне існування ризиків для підприємництва, але й передбачають у програмних документах національного та регіонального рівня реалізацію спеціальних організаційних і ресурсних заходів підтримки та

забезпечення економічної безпеки підприємств, зокрема сектора малого підприємництва. Вважається аксіомою, що в умовах глобалізації економіки, швидких та масштабних змін саме підприємства малого бізнесу економіки більшою мірою, ніж великі потребують реальної допомоги та державної підтримки.

В зв'язку з цим, враховуючи значний рівень уразливості підприємств малого бізнесу а також пряму залежність між реальною підтримкою розвитку цього сектора економіки і підприємницькою активністю населення, в економічно розвинених країнах, протягом останніх десятиліть, були створені сприятливі фінансово-економічні та інституціональні умови для забезпечення економічної безпеки малого підприємництва. Такий досвід також було використано для формування сприятливих умов створення сектору малого бізнесу під час ринкових реформ у постсоціалістичних країнах (Польщі, Чехії, Угорщині, та ін.), що сприяло його активному розвитку. Як наслідок, ці країни сьогодні посідають провідні позиції за рівнем розвитку малого підприємництва, мають високі міжнародні рейтинги економічної безпеки бізнесу та сприятливості умов здійснення підприємницької діяльності.

Особливість ставлення до малого бізнесу в світовій практиці, а також наявність чітко визначеної державної політики підтверджується тим фактом, що в більшості розвинених країн світу суб'єкти малого та середнього бізнесу кількісно складають більше ніж 90% від суб'єктів бізнесу взагалі. В цьому секторі економіки зайняте, за різними оцінками, від 46 до 78% працездатного населення. Наприклад, кількість малих підприємств у Франції становить близько 2,0 млн., у Німеччині – 2,3 млн., у Великобританії – 3,0 млн., в Італії – 5,0 млн., у Японії – 5,7 млн. (99% від загального числа підприємств), у США – 20 млн. У Китаї близько 3 млн. малих підприємств і більш 30 млн. індивідуальних підприємців [6].

За даними ООН, у світовій господарській системі малі підприємці є роботодавцями майже для 50 відсотків трудового населення всього світу. обсяг виробництва в сфері малого бізнесу у різних країнах становить від 33 до 67% ВВП [7].

Процеси глобалізації економіки, проведення структурних реформ та впровадження інновацій, економічна нестабільність ведуть до спаду виробництва в традиційних галузях національних економік та скорочення зайнятості. В цих умовах проявляється одна з найважливіших властивостей малого бізнесу – здатність до швидкої генерації нових робочих місць, що значно послабляє соціальну напруженість у

депресивних галузях економіки. Це також підвищує цінність іноземного досвіду у забезпеченні економічної безпеки такого важливого інституту збереження соціально-економічної стабільності яким є мале підприємництво.

Найбільш актуальним для України є досвід забезпечення економічної безпеки малого бізнесу у постсоціалістичних країнах Європи, таких як Польща та Чехія.

Для узагальнення досвіду вищевказаних країн спочатку визначимо найактуальніші, на нашу думку, для України напрями впровадження такого досвіду.

Перший напрям – це чітке (виражене у кількісних показниках та якісних критеріях) визначення, усвідомлення та впровадження в практику державного та ринкового регулювання поняття того, який спектр підприємств включається до сектору економіки «мале підприємництво» (визначення об'єкту регулювання, оподаткування, фінансової підтримки і т. д.).

Другий напрям – створення та впровадження відповідної нормативно-правової, інституціональної, організаційної, матеріально-технічної, інвестиційної, інформаційної бази формування безпечного бізнес середовища.

Третій напрям – формування ефективного механізму державної політики забезпечення економічної безпеки малого підприємництва.

Четвертий напрям – створення та розвиток системи недержавного забезпечення економічної безпеки малого бізнесу та об'єднання зусиль державного та недержавного регулювання відносин в галузі безпеки малого бізнесу в єдину систему.

Що стосується першого напрямку, то не зважаючи на певні відмінності, в більшості країн світу та Європи, поняття «мале підприємництво» сприймається в цілому однаково. Принципові розбіжності можливо побачити лише на рівні господарського законодавства, коли мале та середнє підприємництво розглядається як єдиний об'єкт державного регулювання, оподаткування, врахування галузевої специфіки і т.д.. Наприклад, у Польщі до малих підприємств відносяться організації із чисельністю працівників, яка не перевищує 50 осіб. У Великобританії, у більшості галузей економіки до основного показника віднесення організації до малого бізнесу є сумарний оборот (не більш 2,8 млн. фунтів або баланс підприємства – не більш 1,4 млн. фунтів). У Німеччині, наприклад, діє єдина класифікація малого бізнесу (на основі норм Європейського союзу): чисельність персоналу до 50 осіб і

максимальний річний оборот 10 млн. євро. Також вживається поняття «дрібного» підприємства – із чисельністю персоналу до 10 осіб і максимальним річним оборотом менш за 2 млн. євро. На ці норми орієнтуються різні міністерства й банки країни. В Італії до малого бізнесу відносять підприємства із чисельністю працівників менше 100 осіб, до того ж виділяють мікрофірми – менше 20 працівників. Особливістю є те, що мікропідприємства в Італії становлять більш 60% загальної кількості підприємств і забезпечують до 40% обсягу продажів у країні [5].

В Україні згідно ст.55 Господарського кодексу України передбачена класифікація залежно кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік. Так, залежно від розміру підприємство (підприємство) може бути мікро, малим, середнім або великим.

Суб'єктами мікропідприємництва є: фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва є: фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та

форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

Враховуючи, що критерії віднесення до малого бізнесу є нормами національного законодавства, то це означає, що більшість країн світу свідомо та цілеспрямовано затверджують такі критерії віднесення до малого бізнесу, які б забезпечили сприятливі умови господарювання та належний рівень економічної безпеки малого підприємництва. Слід зауважити, що у розвинених країнах світу державна політика щодо малого бізнесу практично поєднана з політикою щодо середнього бізнесу. Це відповідає сучасному етапу розвитку малого бізнесу в цих країнах, оскільки, даний сектор економіки є об'єктом цілеспрямованої державної політики вже протягом більш ніж півстоліття. Тому, відображення у національному законодавстві України малого та середнього підприємництва як єдиного цілого, має поки що лише декларативне значення. На наш погляд, мале підприємництво України має свій, специфічний комплекс проблем економічної безпеки, що суттєво вирізняється у спектрі проблем підприємництва в цілому.

Другий напрям. Застосування світового досвіду в процесі створення та впровадження нормативно-правової, інституціональної, організаційної, матеріально-технічної, інвестиційної, інформаційної бази формування безпечного бізнес середовища для малого бізнесу повинно відбуватись з врахуванням відповідного етапу та рівня його розвитку в Україні. Так, процес створення такої бази розпочався в Італії у 1952 році, США та Великобританії наприкінці 70-х років, Франції – початку 80-х, Польщі, Чехії, Угорщині – середини 80-х, Китаю – початку 90-х, Росії – другої половини 90-х років ХХ століття.

На сучасному етапі розвитку малого бізнесу більшість із вказаних країн мають ефективні механізми державного та ринкового регулювання відносин як в сфері малого бізнесу в цілому, так і в галузі забезпечення його економічної безпеки зокрема. Нормативно-правова база забезпечення економічної безпеки малого бізнесу представлена як загальним господарським законодавством, так і спеціальним – в сфері малого підприємництва. Більшість із вказаних країн мають закони, які чітко регламентують: а) державну підтримку розвитку малого та середнього підприємництва; б) діяльність служб кредитування малого та середнього підприємництва; в) сприяння малим підприємствам в придбанні нового обладнання; г) кредитування й страхування експорту малих та середніх

підприємств; д) створення експортних консорціумів малих та середніх підприємств; е) створення фондів технологічних інновацій; ж) створення спільних підприємств за кордоном за участю вітчизняних малих підприємств; з) допомогу новим підприємствам у стимулюванні реінвестування прибутку; і) приватну охоронну та детективну діяльність і т.п..

В Україні цей процес розпочався набагато пізніше. Вперше, спеціальний закон про державну підтримку малого бізнесу було прийнято у 2000 році [2]. Нормативно-правові ознаки малого підприємства (середньоспискова чисельність працюючих протягом року ≤ 50 осіб, річний оборот ≤ 300 тис. євро), вперше, було закріплено в Україні Господарським кодексом 2003 року [1]. Особливості державної реєстрації малих підприємств – Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» [3]. Початок нового етапу стосунків держави і малого бізнесу відзначило прийняття Верховною Радою у 2012 р. закону «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [4]. Безумовно, що нормативно-правова база всебічного забезпечення економічної безпеки малого бізнесу в Україні потребує подальшої розробки та розвитку.

Третій напрям. Основами ефективності державного управління економічною безпекою малого бізнесу є дієва політика його підтримки, створення сприятливих умов для бізнесу.

На нашу думку, для України найбільш цінним є досвід у цій сфері постсоціалістичних країн: Польщі та Чехії.

Досвід Польщі. У Польщі за створення й реалізацію політики державної підтримки малого бізнесу відповідальне Міністерство економіки, яке в окремих галузях співробітничав з іншими міністерствами, центральними управліннями іншими установами й організаціями. Безпосередньо малим бізнесом опікується Польське агентство розвитку підприємництва (PARP), яке є урядовим агентством. Завдання агентства – управління фондами з бюджету держави і Європейського Союзу, призначеними для підтримки малого і середнього підприємництва й інновацій, розвитку людських ресурсів. Агентство відповідальне за проведення дій у рамках декількох операційних програм – інноваційної економіки, людського капіталу й розвитку східної Польщі.

У рамках вищенаведених програм підприємці можуть одержати: а) дотації на інноваційні інвестиції; б) дотації на науково-дослідні й дослідно-конструкторські роботи; в) дотації на розвиток діяльності

підприємств; г) правову та організаційну підтримку в захисті промислової власності; д) підтримку в сфері промислового дизайну; е) консалтинг і сприяння в пошуку зовнішнього фінансування; ж) підтримку проектів, пов'язаних з електронною економікою; з) дотації на консалтинг у сфері входження підприємців на іноземні ринки та ін.

Одним з пріоритетів агентства є просування інноваційних проектів і залучення підприємців до використання сучасних технологій у своїх фірмах. PARP є ініціатором створення мережі регіональних центрів сприяння малим і середнім підприємствам, тобто системи послуг для малих і середніх підприємств, мережі інноваційних і консультативних центрів. Ці установи надають на безоплатній основі або по преференційних ставках за послуги в сфері інформації, консалтингу, навчання й фінансування. Іншими інструментами сприяння малому підприємництву є: спеціальні економічні зони, які, будучи відособленими територіями, призначені для ведення господарської діяльності на преференційних умовах; промислові і технологічні парки, бізнес інкубатори, а також академічні інкубатори підприємництва; підприємницькі кластери; кредитні спілки, позикові і поручительські фонди, що створені для підтримки малого підприємництва. За підтримкою в рамках програм, що спільно фінансуються із таких фондів, може звертатися будь-який підприємець, який веде господарську діяльність на території Польщі. Підтримка надається, головним чином, у формі безповоротних дотацій. Умови одержання дотацій, видатки, на які поширюється підтримка, розмір додаткового фінансування і його рівень, детально відбиті в документах і інструкціях, підготовлених відповідними установами, що реалізують ту або іншу програму. Слід зауважити, що деякі програми адресовані тільки певним категоріям підприємців, наприклад, тільки підприємцям, які відносяться до сектору малих і середніх підприємств або підприємцям, що ведуть господарську діяльність до 12 місяців від дати її реєстрації. Підприємці можуть звертатися за фінансовою підтримкою у межах як республіканських, так і регіональних програм. Республіканські програми реалізуються як через окремі міністерства, так і через установи більш нижчого рівня, наприклад, урядові агентства. У межах республіканських програм підприємці можуть звертатися за додатковим фінансуванням як на проекти, що мають характер інвестицій, так і на навчання, дослідження й розвиток. Крім республіканських програм, підтримка підприємців здійснюється також у межах регіональних програм. Реалізація цих програм займаються окремі органи регіонального самоврядування

(апарати маршалів воєводств) у кожному з 16 воєводств у Польщі. На відміну від республіканських програм, у яких перевага надається проектам інноваційного характеру, які є високо витратними, регіональні програми мають більшу спрямованість на задоволення потреб малих підприємств, що здійснюють більш прості інвестиційні проекти [9 с. 133-136].

Заслугове на увагу і податкова політика Польщі стосовно малого підприємництва. На становлення власної справи в Польщі сьогодні дається 20-25 років, протягом яких діють наступні податкові пільги: протягом перших 10 років малі підприємства звільняються від податку на прибуток на 100%, протягом наступних 10 років на 50% [9 с. 135].

Для України дуже цінним та доцільним для впровадження є досвід Польщі в сфері державної підтримки та оподаткування малого підприємництва, що дозволило б принципово підвищити рівень економічної безпеки малих підприємств.

Досвід Чехії. У Чехії малі підприємства грають вагомую роль в економіці країни. На 10 млн. населення припадає більш ніж 700 тисяч малих і середніх підприємств. Вони забезпечують до 35% виробництва, 69% будівництва, 91% торгівлі, 87% готельного сервісу, 88% сфери послуг і 45% транспорту. Головні проблеми, з якими зустрічаються малі підприємства всього світу, – це нестача фінансових і інформаційних ресурсів. У Чеській Республіці дану проблему розв'язали ще на етапі відродження ринкової економіки (перша половина 90-х рр.. минулого століття). У 1992 році за інтелектуальної підтримки німецьких і австрійських експертів, а також фінансової підтримки ЄС і Європейського інвестиційного банку було створено Чесько-Моравський банк гарантій і розвитку (ЧМБГР). Основна функція даного банку з державно-приватним капіталом – надання допомоги підприємцям при створенні, розвитку й розширенні малого й середнього бізнесу, тобто – кредитування й гарантування інвестиційних проектів малих та середніх фірм. Особлива увага й підтримка надаються тим підприємствам, які наймають для реалізації своїх бізнес-планів додатковий штат співробітників, а також збираються експортувати свою продукцію. Кредит може доходити й до 70-80% від вартості проекту. Гарантії під проект – до 100%. При цьому за фінансуванням можна звернутись не тільки в державно-приватну структуру ЧМБГР, але й прямо до держави. У бюджеті Чехії окремим рядком прописана допомога у вигляді фінансування й субсидування закупівель устаткування, техніки, земельних ділянок і будівництва, оплати патентів і ноу-хау малими фірмами.

Заслужує на увагу і податкова система Чехії, яка є відносно лояльною до малого підприємництва. Прибутковий податок з фізичних осіб варіюється від 15 до 32%. Податок на прибуток – 31%. Наприклад, в Австрії податок на прибуток рівний 36%, у Франції – 33,3%, у Великобританії – 31%. При цьому податкове навантаження на малий бізнес у Чехії щорічно знижується. Податок на прибуток планують знизити до 20-25%. Малим підприємствам надаються спеціальні податкові пільги. Так, не оподатковується та частина доходу й прибутку, який направляється на підвищення кваліфікації співробітників малої або середньої фірми. Розроблені спеціальні норми амортизації, переоцінки основних фондів. Спеціальні знижки робляться для тих підприємств, які працевлаштовують інвалідів. Додаткові пільги можуть одержати компанії, які створюються на території економічно відсталих районів [9 с. 133-136].

Ще один рецепт безпечного функціонування малого бізнесу в Чехії – стабільні ціни на енергоносії. Ціни на продукцію та послуги природних монополій регулюються державою. Тарифи перебувають під постійним контролем міністерства економіки. Їхній ріст можливий тільки у вкрай виняткових ситуаціях і за дуже поважних причин. Завдяки стабільності цін на енергоносії інфляція на ринку споживчих товарів та послуг не перевищує 2-4% на рік [11]. Процедура реєстрації малого бізнесу в Чехії також є однією з найпростіших в Європі.. Уряд повністю усунув можливості для бюрократії й корупції. Такі умови ведення бізнесу дійсно можна назвати безпечними [11].

Отже, для України є дуже корисним досвід Чехії в сфері створення інвестиційної бази та ресурсного забезпечення малого підприємництва,

Аналіз досвіду асекурації економічної безпеки малого підприємництва, дозволив зробити наступні висновки.

По-перше. В більшості країн світу, як правило, паралельно існують і тісно взаємодіють в межах єдиної системи дві підсистеми забезпечення економічної безпеки малого підприємництва:

– підсистема державного забезпечення безпеки, яка представляє собою сукупність інститутів та інструментів державного регулювання економіки на всіх його рівнях (національному, регіональному, галузевому, секторальному) і виконує функції: створення та захисту безпечного бізнес-середовища, захисту законних прав та інтересів суб'єктів малого підприємництва, регулювання ринку послуг безпеки та всебічного (інституційно-правового, кадрового, інноваційно-інвести-

ційного, інформаційного, техніко-технологічного, силового та ін.) його забезпечення;

– підсистема недержавного забезпечення безпеки, яка представляє собою сукупність інститутів та інструментів недержавного (приватно-ринкового та громадського) регулювання економіки і виконує функції: саморегулювання відносин на ринку безпеки, захисту малого бізнесу приватними суб'єктами безпеки, захисту малого бізнесу громадськими організаціями підприємців, самозахисту суб'єктів підприємництва.

По-друге. Ефективне функціонування системи економічної безпеки малого бізнесу досягається за рахунок координації зусиль органів влади на національному, регіональному, галузевому та секторальному рівнях державного регулювання економіки. Така координація здійснюється відповідними організаційними структурами, які мають відповідні повноваження та фінансування щодо реалізації державної політики у сфері забезпечення економічної безпеки малого підприємництва. До функцій таких координаційних органів слід віднести: моніторинг рівня економічної безпеки малого підприємництва; розробку пропозицій щодо вдосконалення державної підтримки підприємств цього сектора економіки; розробку програмних документів, а також координацію заходів щодо формування та зміцнення економічної безпеки малого підприємництва.

По-третє. Основою безпечного бізнес-середовища є комплексна система страхування інвестицій та позик для малого бізнесу. У пріоритетних напрямках розвитку малого бізнесу роль гаранта виконують державні та напівдержавні кредитні установи, в решті випадків гарантом виступають недержавні страхові і гарантійні фонди, кредитні спілки та інші недержавні кредитні установи. Особливо важливим сьогодні є фінансове забезпечення та страхування ризиків інноваційних підприємств, сільськогосподарських товаровиробників та малих підприємств, які працюють у сільській місцевості, районних центрах та малих містах.

По-четверте. Система економічної безпеки малого бізнесу може бути дієвою тільки в межах широкомасштабної системи безпеки бізнесу, яка створюється зусиллями держави, приватних суб'єктів безпеки бізнесу, суб'єктів підприємницької діяльності, громадських організацій, суспільства в цілому.

Таким чином, використання конструктивного досвіду вищенаведених країн, дозволить значно прискорити формування ефективної

системи економічної безпеки малого бізнесу.

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003р. №436-IV // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10. 2000 р. №2063-III// [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>
3. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців», від 15 травня 2003 – № 755-IV VI// [Електронний ресурс]: Режим доступу:<http://zakon5.rada.gov.ua/>
4. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03. 2012 р. № 4618-VI // [Електронний ресурс]: Режим доступу:<http://zakon5.rada.gov.ua/>
5. Annual Report on EU Small and Medium-sized Enterprises. By Paul Wymenga, Dr. Viera Spanikova, Dr. James Derbyshine, A. Barker. Rotterdam, Cambridge // [Електронний ресурс]: Режим доступу:<http://www.wipo.int/sme/en>.
6. European Commission Review of the «Small Business Act» for Europe COM // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ec.europa.eu/>
7. World Statistics Pocketbook edition// [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://unstats.un.org>.
8. Гончаров Г. О. Система економічної безпеки малого підприємництва в Україні: монографія / Гончаров Г. О. ; Київ. коопер. ін-т бізнесу і права. – Полтава : Техсервіс, 2013. – 382 с.
9. Гончаров Г. О. Теоретичні та практичні основи вдосконалення системи економічної безпеки малого підприємництва в Україні: монографія / Гончаров Г. О. ; Київ. кооперат. ін-т бізнесу і права. – Полтава : Техсервіс, 2014. – 331 с.
10. Джаман М.О. Теоретико-методологічні основи формування системи економічної безпеки малого підприємництва в Україні: монографія / Джаман М.О., Гончаров Г.О. ; ВНЗ Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі», Полтав. філ. МАУП. – Полтава : Техсервіс, 2012. – 203 с.
11. Информация о бизнесе в Чехии, изменениях в законодательстве Чехии в области предпринимательства, 2014 г. // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.lizzz.gldchwur.lifrp>.

12. Соціально-економічний розвиток України 2015р. Державна служба статистики України // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Регурецька О. В.

Кандидат юридичних наук,
Доцент кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
Київського національного
торговельно-економічного університету

ДОГОВІР КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ЧАСТКИ ТА ЗАЯВА ПРО ВИХІД З ТОВАРИСТВА ЯК ПІДСТАВИ ЗМІНИ У СКЛАДІ УЧАСНИКІВ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

В статті розглядаються правові особливості договору купівлі-продажу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, особливості частки у статутному капіталі як предмету договору купівлі-продажу, порівняння правових наслідків укладення договору купівлі-продажу частки в статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю та виходу учасника з товариства з обмеженою відповідальністю.

Ключові слова: товариство з обмеженою відповідальністю, договір купівлі-продажу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, частка у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, вихід учасника з товариства з обмеженою відповідальністю.

У статті 43 Господарського кодексу України було проголошено один з основних і найважливіших принципів підприємницької діяльності, а саме – принцип свободи підприємницької діяльності, зміст якого полягає в тому, що підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яка не заборонено законом. Реалізація цього принципу міститься в інших нормах Господарського кодексу України. Так, відповідно до частини 1 статті 45 Господарського кодексу України підприємництво в Україні

здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця [1]. Законодавець, при цьому, надає дуже широкий вибір організаційно-правових форм, в яких може здійснюватись підприємництво. В цілому доктрини господарського та цивільного права містять безліч правових проблем та дискусій з питань, пов'язаних з юридичними особами і їх організаційно-правовими формами, і питання про зміну учасників товариства з обмеженою відповідальністю та, зокрема, про особливості договору купівлі-продажу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю є лише одним з цілої низки правових питань, які потребують дослідження.

Можна відмітити такий напрямок зміни чинного національного законодавства як його спрямування на спрощення процедур, пов'язаних із створенням та державною реєстрацією юридичних осіб, спрощення процедури обігу документів, що стосуються юридичних осіб, відкритості інформації про юридичну особу, що міститься у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. Внаслідок цього на сьогодні товариство з обмеженою відповідальністю стало досить поширеною і найбільш простою для учасників організаційно-правовою формою юридичної особи. Порядок створення товариства з обмеженою відповідальністю є більш простим і зрозумілим, порівняно, наприклад, з акціонерним товариством, при заснуванні і подальшій необхідності залучення капіталу у якому необхідно здійснити процедуру розміщення акцій, яка є достатньо складною. Крім того, діяльність акціонерного товариства на відміну від товариства з обмеженою відповідальністю більш жорстко контролюється державними органами, оскільки як правило, вона пов'язана із залученням коштів значного кола приватних інвесторів, приватних фінансових ресурсів.

В юридичних наукових джерелах правознавці відмічають, що «товариство з обмеженою відповідальністю як окрема організаційно-правова форма підприємництва було створене штучно наприкінці ХІХ ст. шляхом поєднання найбільш привабливих для малого бізнесу рис акціонерного і повного товариств» [2, с.90]. Таке твердження про привабливі риси товариства з обмеженою відповідальністю для малого бізнесу залишаються актуальними і щодо сучасного товариства з обмеженою відповідальністю та господарського обігу. Науковці також відмічають, що започаткована ця організаційно-правова форма юридичної особи в Німеччині [3, 4, с.170].

Як свідчить юридична практика, засновники створюють товариство з обмеженою відповідальністю з різними цілями, але згодом досить часто особи (юридичні або фізичні), які заснували товариство з обмеженою відповідальністю, втрачають інтерес і не вбачають вигоди в підприємницькій діяльності, яку здійснює товариство, не отримують бажаного доходу або виникають конфлікти між самими учасниками товариства, внаслідок чого виникає необхідність продати частку в статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю комусь з учасників товариства або третім особам. Або учасник просто бажає вийти з товариства з обмеженою відповідальністю та отримати вартість частини майна, пропорційну його частці у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю.

Спеціальні норми про перехід частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю містить стаття 147 Цивільного кодексу України [5], стаття 53 Закону України від 19 вересня 1991 року № 1576-ХІІ «Про господарські товариства» [6], які мають назву «перехід частки (її частини) учасника у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю до іншої особи». Зокрема, ці статті містять право учасника продати чи іншим чином відступити свою частку у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю. За загальним правилом, закріпленим в ч. 1 ст. 147 ЦК України, учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право продати чи іншим чином відступити свою частку (її частину) у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю одному або кільком учасникам цього товариства. Відчуження учасником товариства з обмеженою відповідальністю своєї частки (її частини) третім особам допускається, якщо інше не передбачено статутом товариства. Частиною 2 статті 147 Цивільного кодексу України встановлюється особливий порядок відповідно до якого учасники товариства користуються переважним правом купівлі частки (її частини) учасника пропорційно до розмірів своїх часток, якщо статутом товариства чи домовленістю між учасниками не встановлений інший порядок здійснення цього права. Купівля здійснюється за ціною та на інших умовах, на яких частка (її частина) пропонувалася для продажу третім особам. Якщо учасники товариства не скористаються своїм переважним правом протягом місяця з дня повідомлення про намір учасника продати частку (її частину) або протягом іншого строку, встановленого статутом чи домовленістю між його учасниками, частка (її частина) учасника може бути відчужена третій особі. Схожу норму містить і ч. 1, 2 статті 53 Закону України «Про

господарські товариства». Умовою при цьому є, що частка учасника товариства з обмеженою відповідальністю може бути відчужена до повної її сплати лише у тій частині, в якій її уже сплачено.

Про вихід з товариства з обмеженою відповідальністю зазначено у ч.1 статті 148 ЦК України та у п. в) частини 1 статті 10 Закону України «Про господарські товариства», відповідно до якої учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право вийти з товариства, повідомивши товариство про свій вихід не пізніше ніж за три місяці до виходу, якщо інший строк не встановлено статутом. У частині 2 статті 148 Цивільного кодексу України також зазначається, що учасник, який виходить з товариства з обмеженою відповідальністю, має право одержати вартість частини майна, пропорційну його частці у статутному капіталі товариства.

В юридичній практиці не існує єдиного уніфікованого підходу до оформлення відносин з продажу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю. Укладаються і договори купівлі-продажу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, і договори про відступлення прав у вигляді частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю (за якими передається частка іншій особі з відповідною оплатою), а коли стороною – продавцем виступає фізична особа, в юридичній практиці поширилися випадки внесення змін до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань лише на підставі заяви про вихід учасника з товариства з обмеженою відповідальністю, в якій зазначається про передачу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю іншій особі.

Зазначене пов'язано з неоднозначним вирішенням питання про правовий режим частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, а також з питаннями правової природи корпоративних прав, що є предметом наукових дискусій правознавців вже протягом тривалого часу. Правознавці визначають, що «закон визначає передачу частки у статутному фонді товариства з обмеженою відповідальністю як уступку (цесію), оскільки при передачі частки (їх частини) третій особі відбувається одночасний перехід до неї усіх прав і обов'язків, що належать учаснику, який відступив її повністю або частково, тобто відбувається заміна осіб у зобов'язанні.» [10, с.235]; розглядають частку у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю як форму вираження корпоративних прав [8, с.262], зазначають, що у разі здійснення вкладів в «майно господарських товариств...об'єктом права

особи є не майно чи гроші в натурі, які були ними передані цим організаціям, а право вимоги відповідної суми за певних умов (наприклад, при виході з числа учасників товариства)» [9, с.115-116], розглядають частку як об'єкт права власності [11, с.192]. Судова практика з цього питання також не є однозначною.

В юридичній практиці зазначені питання часто вирішувались, виходячи з норм Закону України від 15.05.2003 № 755-IV «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», норми якого відносно документів, які необхідно було подавати для внесення змін до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, з моменту прийняття зазначеного закону поступово змінювались.

Відповідно до чинної редакції п.10 ч.4 статті 17 Закону України від 15.05.2003 № 755-IV «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» для державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, у тому числі змін до установчих документів юридичної особи, серед інших документів подаються такі документи: примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) рішення уповноваженого органу управління юридичної особи про вихід із складу засновників (учасників) та/або заява фізичної особи про вихід із складу засновників (учасників), та/або договору, іншого документа про перехід чи передачу частки засновника (учасника) у статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді) юридичної особи, та/або рішення уповноваженого органу управління юридичної особи про примусове виключення із складу засновників (учасників) юридичної особи або ксерокопія свідоцтва про смерть фізичної особи, судові рішення про визнання фізичної особи безвісно відсутньою – у разі внесення змін, пов'язаних із зміною складу засновників (учасників) юридичної особи.

Слід зазначити, що зазначена норма містить порядок, процедурні питання щодо внесення змін до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, і не визначає самого порядку передачі частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю.

На сьогодні в юридичній практиці здійснюється ототожнення продажу частки учасником товариства з обмеженою відповідальністю з виходом учасника з товариства з обмеженою відповідальністю, і

відповідно, у такому випадку внесення змін до складу учасників товариства з обмеженою відповідальністю внаслідок передачі частки іншому учаснику або третій особі здійснюється на підставі відповідного рішення органу товариства з обмеженою відповідальністю та заяви про вихід учасника з товариства. Така заява про вихід з товариства з обмеженою відповідальністю містить: назву та місцезнаходження товариства з обмеженою відповідальністю з вихід з якого здійснює учасник, ідентифікаційний код (податковий номер) відповідного товариства з обмеженою відповідальністю, прізвище ім'я та по батькові учасника – фізичної особи, його реєстраційний номер облікової картки платника податків, місце проживання, загальний розмір статутного капіталу товариства з обмеженою відповідальністю, дані про частку у товаристві з обмеженою відповідальністю, зокрема її розмір у відсотках, вартість в національній валюті, а також інші відомості. Вважаємо, що норми чинного законодавства не надають підстави ототожнювати поняття продажу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю та виходу учасника з товариства, та застосовувати однакові правові наслідки. Вихід учасника з товариства з обмеженою відповідальністю та відступлення частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю учасником – це різні за юридичним змістом правочини, які оформлюються різними документами та мають різні правові наслідки. Слід зазначити, що частка у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю є самостійним об'єктом права, у разі переходу якого до особи, що набула частку, переходять права, які ця частка посвідчує. Про правову природу зазначених прав також існують наукові дискусії.

Для підтвердження цієї думки можна навести норми Цивільного кодексу України та Закону України «Про господарські товариства», які регулюють вихід учасника з товариства з обмеженою відповідальністю. Так, відповідно до пунктів 1, 2 частини 1 Цивільного кодексу України учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право вийти з товариства, повідомивши товариство про свій вихід не пізніше ніж за три місяці до виходу, якщо інший строк не встановлений статутом. Учасник, який виходить із товариства з обмеженою відповідальністю, має право одержати вартість частини майна, пропорційну його частці у статутному капіталі товариства. За домовленістю між учасником та товариством виплата вартості частини майна товариства може бути замінена переданням майна в натурі.

Таким чином, учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право здійснити відчуження частки або вийти з товариства з обмеженою відповідальністю за власним розсудом. Він може здійснити продаж частки на підставі договору купівлі-продажу частки в статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю іншій особі та отримує за це певні грошові кошти, а у разі виходу з товариства учасник товариства з обмеженою відповідальністю подає заяву про вихід зі складу учасників, якщо це фізична особа, або рішення про вихід (оформлене протоколом відповідного органу управління товариства), якщо це юридична особа, і має право вийти з товариства, повідомивши товариство про свій вихід не пізніше ніж за три місяці до виходу, якщо інший строк не встановлений статутом.

Підсумовуючи зазначимо, що частка у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю є самостійним об'єктом правовідносин і може бути самостійним об'єктом правочинів, при цьому, аналіз зазначених статей Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про господарські товариства» не надає можливості встановити, як саме законодавець визначив правовий режим частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю. Вважаємо, що вдосконаленню правового регулювання порядку передачі частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, буде сприяти чітке закріплення норм, які визначають, особливий правовий режим частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, особливі істотні умови договору про передачу частки у статутному капіталі товариства з обмеженою відповідальністю, та відомості, що необхідно визначати в заяві про вихід з товариства з обмеженою відповідальністю.

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV: [Електронний ресурс] <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/card/436-15/>
2. Кучеренко І.М. Організаційно-правові форми юридичних осіб приватного права: Монографія. – К., 2004. – 328 с.
3. Кашанина Т.В. Корпоративное право (Право хозяйственных товариществ и обществ). Учебник для вузов. – М., 1999. – 815 с.
4. Вінник О.М. Господарські товариства і виробничі кооперативи: правове становище. – К., 1998, с. 170.
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV: [Електронний ресурс] <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/main/435-15>

6. Закон України від 19 вересня 1991 року № 1576-XII «Про господарські товариства» [Електронний ресурс] <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/card/1576-12/>
7. Закон України від 15 травня 2003 № 755-IV «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» [Електронний ресурс] <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/755-15/>
8. Кравчук В.М. Корпоративне право. Науково-практичний коментар законодавства та судової практики. – К.: Істина, 2005. – 720 с.
9. Цивільне право України/Академічний курс/ за ред. Я.М. Шевченко. – К.: «Видавничий дім «Ін Юре». – 2003 р. – т.2. – с. 115-116.
10. Кибенко Е.Р. Корпоративное право. Учебное пособие. – Х.: фирма «Эспада», 1999. – с. 235
11. Цивільний кодекс України: Науково-практичний коментар/ За заг. ред. Я.М. Шевченко. – К.: Істина, 2004. – ч. 1.– С. 192.

Рудавська Г.Б., д-р с.-г. наук, проф.
Бузіян М.І., аспірант ФТМ,
Київський національний торговельно-економічний університет

«ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА ДЛЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФІЗІОЛОГІЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ»

Умови життя сучасної людини – психологічні навантаження, недостатня фізична активність, зниження якості харчових продуктів призводять до погіршення харчового статусу населення, послаблення імунітету, збільшення кількості хронічних неінфекційних захворювань, зменшення тривалості життя. На чинники ризику виникнення більшості хвороб можна впливати зміною способу життя, поведінки, звичок і корегувати їх відповідними харчовими раціонами.

Тому, одним з найбільш важливих напрямів розвитку харчових галузей є розробка фізіологічно-функціональних харчових продуктів. Вони містять інгредієнти, які сприятливо впливають на здоров'я людини, підвищують його опірність захворюванням, а також поліпшують багато фізіологічних процесів в організмі. Споживні властивості

таких продуктів містять три складові: харчову цінність, смакові якості і спрямовану фізіологічну дію.

До фізіологічно функціональних харчових інгредієнтів відносять біологічно активні й (або) фізіологічно цінні, безпечні для здоров'я: харчові волокна, вітаміни, мінеральні речовини, поліненасичені жирні кислоти, пробіотики, пребіотики або синбіотики.

Формування і розвиток ринку функціональних харчових продуктів має вагоме значення. Практично будь-який продукт сучасного харчового раціону може бути модифікований у функціональний за умови виконання основних принципів збагачення:

- ✓ Вміст функціонального інгредієнта в порції продукту повинен бути на рівні 10-50% від фізіологічної потреби в ньому;
- ✓ Внесення нових інгредієнтів не повинно погіршувати споживних властивостей продукту, скорочувати строки зберігання, зменшувати вміст і засвоюваність інших харчових речовин [1].

Вагомий внесок у створення науково-практичних засад їх виробництва зробили вчені України: Арсеньєва Л.Ю., Гуліч М.П., Дорохович А.М., Дробот В.І., Доценко В.Ф., Іоргачева К.Г., Капрельянц Л.В., Карнаушенко Л.І., Кравченко М.Ф., Ковбаса В.М., Корзун В.Н., Лозова Т.М., Міцик В.Ю., Пивоваров П.П., Перцевий Ф.В., Прикульська Н.В., Рудавська Г.Б., Сирохман І.В., Українець А.І., Ципріян В.І., Черевко А.І.

Проте проблема розроблення фізіологічно-функціональних кондитерських виробів є все ще не вирішеною, що зумовлює необхідність розроблення та наукового обґрунтування фізіологічно-функціональних кондитерських виробів, які відповідають вимогам нутриціології до харчування різних груп населення з урахуванням віку, фізичного навантаження, стану здоров'я, що може бути здійснено за рахунок використання цукрозамінників, аглютенного борошна, та інших фізіологічно-функціональних інгредієнтів.

Кондитерські вироби, хоча не належать до основних продуктів харчування, проте є важливими і улюбленими компонентами харчового раціону всіх вікових груп населення. Представлені сьогодні на світовому ринку кондитерські вироби відрізняються великою різноманітністю, високою харчовою цінністю і відмінними смаковими якостями, що багато в чому обумовлено модернізацією кондитерських підприємств. На думку маркетологів і самих виробників, попит на традиційні кондитерські виріб дещо знизився, так як сучасні споживачі стали

пред'являти підвищені вимоги до різноманітності і оригінальності кондитерської продукції.

Аналітики підкреслюють, що на відміну від загального спаду галузі в 2008-2009 роках, попит на кондитерські вироби преміум-класу в цей період зростає. Так, в 2009 році споживання «дорогих» солодошів збільшилася на 5%. Експерти пов'язують це з тим, що така продукція менше шкодить здоров'ю людини. З продуктів для щоденного користування кондитерські вироби поступово переходять в категорію преміум-класу, що особливо характерно для столиці і великих міст [17].

Проте на вітчизняному ринку частка кондитерських підприємств, які спеціалізуються на виробництві кондитерських виробів преміум сегменту незначна так як виробництвом даного сегменту виробів займаються поодинокі невеличкі підприємства. Аналіз хімічного складу та харчової цінності більшості кондитерських виробів свідчить, що переважна більшість з них не відповідає вимогам нутріціології. Незбалансованість складу борошняних кондитерських виробів пов'язана з високим вмістом жирів, вуглеводів та відносно низьким — білків, харчових волокон, ненасичених жирних кислот, вітамінів. Однак, багатокомпонентність цих виробів за рахунок використання сировини різного походження забезпечує можливість створення продуктів збалансованого складу, які відповідають умовам геронтології. Тому, стає очевидною важлива роль спеціалізованих дієтичних виробів з певним заданим хімічним складом для лікування і профілактики найбільш поширених захворювань таких як цукровий діабет, целиакія, серцево-судинні захворювання тощо [2].

Целиакія – одне із найбільш поширених генетичних захворювань, що вражає тонкий кишечник і призводить до порушення всмоктування поживних речовин з їжі. Люди з діагнозом целиакії не переносять білок глютен, який є у пшениці, житі, ячмені й, можливо, вівсі.

Целиакія – найчастіше генетичне захворювання у Європі. В Італії приблизно 1 людина із 250, в Ірландії – 1 з 300 страждають целиакією. За розрахунковими даними, в Україні має бути до 450 тис. хворих на целиакію [5].

Харчування хворих на целиакію потребує особливих підходів. Ця хвороба провокується вживанням у їжу продуктів, які містять глютен, тобто споживання традиційних борошняних виробів, що виготовлені на глютенівому борошні, хворим на целиакію заборонено. Вживання навіть 100 мг глютенівого пшеничного борошна викликає ті самі атрофічні процеси слизової кишки, що й батон білого хліба.

При захворюванні на целиацію страждають усі види обміну речовин, насамперед білковий. Порушення всмоктування ліпідів та вуглеводів позначаються на енергетичному метаболізмі. Порушення всмоктування кальцію та вітаміну Д призводить до розвитку остеопорозу і формування рахітоподібних деформацій кісткової системи. Ушкоджена слизова оболонка перестає бути надійним бар'єром для всмоктування шкідливих для організму сполук, вони проникають у кров хворого, викликаючи інтоксикацію. Білково-вітамінна недостатність часто призводить до розвитку вторинного імунодефіциту (часті гострі респіраторні вірусні інфекції, фурункульоз та ін.), внаслідок порушення кишкової проникності відбувається всмоктування алергенів.

Хворим на целиацію рекомендована безглютенова дієта, яка поступово допоможе відновити ушкоджену частину кишечника.

На жаль, в Україні виробництво аглютонових виробів не налагоджене, проте забезпечувати цю категорію людей спеціалізованими продуктами харчування потрібно постійно. Слід зазначити, що асортимент безглютенових борошняних кондитерських виробів на ринку України формується в основному за рахунок імпортової продукції, яка має досить високу ціну. Зважаючи на зазначене вище, актуальним є розроблення технології борошняних кондитерських виробів із застосуванням різних видів аглютонового борошна.

До таких видів борошна відносяться рисове, кукурудзяне, гречане борошно. Ці види борошна мають різний хімічний склад, різну кількість білку, жиру та крохмалю, пентозанів, цукрів і вони по різному можуть впливати на споживні властивості та якісні показники кондитерських виробів [5,7].

Відмінність використаних аглютонових видів борошна полягає в наступному:

- ✓ *Гречане борошно* вирізняється високим вмістом незамінних амінокислот, за лізином і треоніном гречка переважає й пшеницю, й рис та наближається до соєвих білків, а за вмістом валіну поступається лише рису та може бути прирівняне до коров'ячого молока, а за лейцином – до яловичини, за вмістом феніланіну та триптофану – не поступається продуктам тваринного походження.
- ✓ *Рисове борошно* має в своєму складі усі незамінні амінокислоти. Перша лімітуюча амінокислота – лізин, друга амінокислота – треонін. Амінокислотний склад білку рису дуже близький до амінокислотного складу гречки.

- ✓ *Кукурудзяне борошно* в його складі містить вдвічі більше клітковини, ніж пшеничне борошно, поліненасичені жирні кислоти, такі важливі для організму речовини як селен, залізо, фолієва кислота, β -каротин, токоферол. Особливу увагу заслуговує підвищений вміст у кукурудзяному борошні глютамінової кислоти, що покращує роботу головного мозку і необхідний для живлення нервових клітин організму [5,7].

Винятково велике значення в захисті організму від шкідливих хімічних речовин належить білку. Це насамперед зумовлено білковою природою ферментів, які несуть відповідальність за знешкодження токсинів. Оптимальна доза білка в раціоні людини 11-13%. Особливо важлива профілактична функція сірковмісних амінокислот – метіоніну і цистину – при інтоксикаціях речовинами, які призводять до пошкодження печінки. При неадекватному надходженні білкових речовин організм не встигає нейтралізувати небезпечні молекули.

Одним із перспективних напрямків вирішення проблеми зниження білкового дефіциту можна вважати раціональне використання рослинної сировини та створення на її основі різних форм харчового білка (білкового борошна, концентратів, текстуратів, ізолятів). Рослинні білки широко використовуються у виробництві продуктів профілактичного та дієтичного призначення завдяки їх високій біологічній цінності, легкому засвоєнню, відповідним функціонально-технологічним властивостям. Джерелом рослинних білків для борошняних кондитерських виробів можуть бути різні продукти зі злаків та зернобобових культур.

Підвищити вміст білка, мінеральних речовин та вітамінів у борошняних кондитерських виробках можна за рахунок внесення у рецептурний склад цикорлакту.

Цикорлакт — суха суміш, де основною сировиною для її виготовлення є цикорій і молоко. Вона запропонована проф. Рудавською Г. Б. Цілющі властивості цикорію зумовлені його хімічним складом. Корінь містить 0,5—0,2% гіркої речовини інтибін, 4,5—9,5% — фруктози, 10—20% левульози, 4,7—6,5% — пентозанів, холіну, пектинових речовин, клітковини й близько 20% інуліну, який під час обсмажування розкладається з утворенням оксиметилфурфуролу, аромат якого нагадує запах смаженої кави.

З використанням екстракту цикорію і молока розроблено нормативно-технічну документацію та впроваджено у виробництво новий продукт «Цикорлакт», який отримав високу оцінку гігієністів як

оздоровчий продукт. Загальний хімічний склад цикорлакту та його компонентів наведено в табл.1 [1].

Таблиця 1

Хімічний склад цикорлакту та його складових, %

Показник	Цикорлакт	Екстракт цикорію	Молоко сухе
Вологість	5,0	30,0	4,0
Білок	35,6	—	37,9
Лактоза	36,0	—	49,3
Інулін, фруктоза	12,5	46—50	—
Мінеральні речовини	6,2	3,2	6,8
Інші екстрактивні речовини цикорію	4,7	17—19	—

Сухі суміші «Цикорлакт» та «Цикорлакт для діабетиків» можуть використовуватися не тільки для виготовлення кавових напоїв, але й як добавки до десертів, печива, пряників, вафель, цукерок та інших кондитерських виробів, а також сухих сніданків, морозива тощо.

Застосування цикорлакту нормалізує процеси кровотворення і кровообігу та кров'яний тиск, поліпшує роботу серця. Висока антиоксидантна активність цикорлакту гальмує процеси переокислення в організмі, що сповільнює процеси старіння. Завдяки нейтралізації вільних радикалів в організмі, цикорлакт допомагає антиоксидантній системі людини продовжити її активне довголіття. Цикорлакт нормалізує обмін холестерину й виводить зайвий холестерин з організму, знижує рівень цукру в крові.

Цикорлакту притаманний заспокійливий ефект, він усуває безсоння, стимулює функцію печінки й нирок, поліпшує травлення, підвищує імунобіологічну активність організму, допомагає виведенню з організму токсинів і запобігає накопиченню радіоактивних елементів в організмі. Цикорлакту притаманні також антиканцерогенні властивості.

Внаслідок гідролізу інуліну, який міститься у складі цикорлакту утворюється фруктоза, яка, крім стимулювання росту та активності біфідо-лактофлори, підвищує всмоктування кальцію в товстому кишечнику, впливає на метаболізм ліпідів, зменшує ризик атеросклеротичних змін у серцево-судинній системі та попереджує розвиток цукрового діабету [1].

Дуже важливою характеристикою цикорлаку є його здатність позитивно впливати на тривалість зберігання, а саме на сповільнення процесів черствіння борошняних кондитерських виробів.

Черствіння – це розповсюджена вада хлібобулочних і кондитерських виробів. Її пояснюють зміною колоїдних властивостей виробів, внаслідок чого погіршується їх структура, швидше зникають ароматичні речовини, знижуються їх смакові якості. Смак і запах виробів стають слабо вираженими, а при більш тривалому зберіганні продукти набувають запаху лежалих виробів. Консистенція черствих виробів стає твердою, крихкою.

Включення до рецептур борошняних кондитерських виробів цикорлаку, який містить полісахарид інουλін сприяє здатності нових виробів утримувати воду. Окрім того, білкам сухого молока, які становлять 2/3 сухих речовин цикорлаку, також притаманні вологозв'язуючі властивості.

Крім вищезазначених властивостей завдяки цикорлаку можна покращити смак та запах готових виробів, а саме надати їм приємний кавовий присмак, знизити енергетичну цінність виробів за рахунок зменшення в рецептурах борошняних кондитерських виробів цукру.

Важлива роль у рецептурах функціональних продуктів харчування і харчових добавок відводиться вітамінам.

Унікальна роль вітаміну Е – токоферолу. Це найбільш ефективний природний антиоксидант, який нейтралізує вільно-радикальні продукти і таким чином захищає від ушкоджень біологічної мембрани. Відсутність токсичності токоферолу дає можливість широко використовувати його з профілактичною метою.

Вітаміну А – ретинолу також належать важливі функції в захисній антиоксидантній системі, яка відіграє вирішальне значення в попередженні токсичних наслідків дії шкідливих хімічних речовин на живий організм. Разом з тим великі дози ретинолу є токсичними, що необхідно враховувати при його використанні з метою профілактики. β -каротин нетоксичний, і тому йому слід віддати перевагу в профілактичному харчуванні порівняно з ретинолом.

При дії токсичних речовин підвищується також потреба у вітаміні С – аскорбіновій кислоті. При дефіциті якої посилюється токсична дія хімічних речовин. Це пов'язано з окисленням аскорбінової кислоти при дії ксенобіотиків. Вітаміни групи В беруть також активну участь у реакціях біотрансформації ксенобіотиків як коферментних форм вітамінів [1].

У рецептурах фізіологічно-функціональних продуктів харчування велика увага відводиться антиоксидантам. Вони мають широкий спектр фізіологічної дії, що пояснюється їх участю в різних видах обміну речовин. Споживання природних антиоксидантів сприяє зниженню інтенсивності вільнорадикальних процесів, що ведуть до виникнення та прогресування небезпечних захворювань, включаючи онкологічні, а також прискоренню процесу старіння.

Серед антиоксидантів особливе місце займають біоантиоксиданти, які функціонують у живому організмі, регулюють ступінь несприятливого впливу вільнорадикального окислення на більшість метаболічних процесів. До біоантиоксидантів відносять аскорбінову кислоту, флавоноїди, біогенні аміни, сірковмісні сполуки, ферменти-антиоксиданти, мікроелемент селен, токофероли, вітамін А та його попередники, фосфоліпіди.

Враховуючи вищезазначене антиоксидантний захист є одним з найважливіших компонентів імунітету в цілому. Тому, актуальною задачею є пошук та дослідження природних джерел речовин, які володіють антиоксидантною активністю.

Перспективним інгредієнтом для кондитерських виробів фізіологічно-функціонального призначення можна віднести японський зелений чай «маття». В японії порошок маття звичайний компонент майже всіх солодощів. Використовується як добавка до шоколаду, цукерок і десертів, таких як тістечка та випічки (включаючи рулети і чизкейки), печиво, пудинги, муси і морозиво.

Виготовляється чай маття з наймолодших, ледь розкритих листочків. За кілька тижнів до збору їх штучно затіняють, тим самим припиняючи ріст чайного дерева і дозволяючи збагатити листя амінокислотами і хлорофілом. Завдяки цьому листя набуває більш темного відтінку зеленого кольору і збагачує чайний лист амінокислотами, які роблять чай солодше. Потім молоде листя перетирають в дуже дрібний порошок (буквально пудру), попередньо видаливши з них прожилки і стебла.

Японський зелений чай маття відрізняється унікальним хімічним складом, його корисні властивості визначаються змістом величезної кількості антиоксидантів – речовин, які борються з окисними процесами в організмі [3].

У 2003 році дослідники університету Колорадо виявили, що концентрація антиоксиданту EGCG, що міститься в маття, в 137 разів вище, ніж в інших наявних у продажу зелених чаях. В половині чайної

ложки цього японського чаю міститься 289 мг білка, а в той час, як в звичайному – трохи більше 3 мг. Також чай маття багатий вітамінами А, В1, В2, В6, С, Е, Р, К, кальцієм, фтором, магнієм, цинком, залізом, йодом.

Важливим аспектом у розробленні кондитерських виробів фізіологічно-функціонального призначення є використання речовин з солодким смаком. Основною солодкою речовиною, яку споживає населення України, є цукор. Однак відомо, що надмірне споживання цукру призводить до цукрового діабету, ожиріння, серцево-судинних захворювань, атеросклерозу, карієсу зубів. Захворюваність на вказані хвороби зростає з кожним роком, тому перед працівниками харчової промисловості та громадського харчування постає проблема пошуку й використання цукрозамінників та підсолоджувачів, які за своїм впливом на організм людини відмінні від цукру.

Один із широко розповсюджених альтернативних замінників цукру – фруктоза. Її завжди розглядають у групі цукрозамінників, оскільки її індекс солодкості дорівнює – 1,2 – 1,7. Фруктоза має низький глікемічний індекс, він у 2,9 рази нижче ніж цукрози. Але головна перевага фруктози у тому, що для її засвоєння непотрібен гормон інсулін. Тому фруктозу дозволено використовувати у харчуванні хворих на цукровий діабет.

Лактоза (молочний цукор) – дицукрид, який складається з молекули глюкози та галактози. Отримують лактозу з молочної сировадки. Лактоза має низьку солодкість – 0,3 від солодкості цукрози. Калорійність її такаж як і у цукрози. Слід враховувати, що лактозу не усі люди можуть вільно споживати – у багатьох людей в організмі недостатньо ферменту галактозидази (лактази), який розщеплює лактозу на глюкозу та галактозу і тому у цих людей спостерігається дискомфорт у шлунково-кишковому тракті при її споживанні.

В той же час лактоза має важливе значення для розвитку організму дитини. Споживання їжі, яка містить лактозу призводить до збільшення відносного вмісту в кишечнику молочнокислих бактерій, що уповільнює розвиток гнилісної мікрофлори. Лактоза регулює всмоктування та обмін магнію, фосфору, кальцію, впливає на ріст дитини не залежно від вітаміну Д [16].

В якості цукрозамінника може виступати також порошок плодів рожкового дерева, який має назву кероб та отримується у результаті обжарювання та розмелювання плодів даної рослини. Використання

керобу у приготуванні борошняних кондитерських виробів дозволяє значно скоротити частку цукру та цукрозамінників [8].

Серед природних підсолоджувачів значна увага приділяється глікозидам, органічним речовинам, молекули яких складаються з вуглеводу і нсуглеводного компонента. Природні підсолоджуючі речовини глікозидного походження отримують з різних рослин (стевія, цитрусові та ін.).

Стевиозид отримують з рослини стевія (медова трава *Stevia rebaudiana* Bertoni), Він відноситься до підсолоджувачів інтенсивного типу, загальна солодкість очищеного стевиозіда коливається від 250 до 300. Стевиозид легко розчинний, стабільний при обробці і зберіганні, практично не розщеплюється в організмі, нетоксичний.

Цукрозамінник з використанням стевиозіда в поєднанні з штучними підсолоджувачами проводиться під товарним знаком натурсвіт зі ступенем солодощі 200 і 250 [16].

Широкого розповсюдження набули борошняні кондитерські вироби, що містять підвищену кількість харчових волокон. Джерелами цих волокон є продукти рослинного походження, які в достатній кількості містять клітковину, геміцелюлозу, пектин та ін. До них відносять порошок з какаоєвели, комплексні добавки на основі харчових волокон люцерни та бульб топінамбуру, порошку цикорію та ін.

Розроблені композиції, що містять велику кількість харчових волокон – добавка топінамбуру, білково-волокниста композиція на основі вторинних продуктів переробки сої, композиційна добавка на основі харчових волокон пшеничних висівків та денуклеїнізованих хлібопекарських дріжджів, харчових волокон люцерни, композиції на основі харчових волокон люцерни і топінамбуру, макухи виноградного насіння, харчових волокон виноградних вичавок.

Ефективним способом підвищення харчової цінності борошняних кондитерських виробів є збагачення добавками, що містять харчові волокна і інші функціонально корисні речовини.

Інулін і олігофруктоза – розчинні дієтичні волокна є виборчими стимуляторами росту і енергетичними субстратами для біфідобактерій, що, в свою чергу, пригнічує ріст ряду шкідливих штамів мікроорганізмів. Інулін впливає на біологічну засвоєваність кальцію і магнію, на зниження рівня холестерину і ліпідів в сироватці крові. Інулін і олігофруктоза не підвищують рівень глюкози в крові, оскільки їх глікемічний індекс практично дорівнює нулю. Найкращим джерелом інуліну і олігофруктози є цикорій коренеплідний.

У порошкоподібних продуктах переробки коренеплодів цикорію інουλін і фруктоза зберігаються в значних кількостях, що дозволяє використовувати їх в технологіях борошняних кондитерських виробів з метою надання їм профілактичних властивостей.

Універсальним джерелом нерозчинних харчових волокон вважають мікрокристалічну целюлозу — продукт модифікації природної целюлози. Мікрокристалічну целюлозу та її поєднання з пектином використовують у виробництві таких борошняних кондитерських виробів як цукрове, здобне та зтяжне печиво [3].

Перспективним джерелом цінних біологічно активних речовин та дієтичної клітковини можуть бути пшеничні висівки. Запатентовано склад для виготовлення цукрового, пісочного печива та крекерів, що включає пшеничні висівки. Проводяться випробування щодо застосування харчових волокон, білків, пивної і квасної дробини. Крупи та борошно із зернових культур містять клітковину, білкові й мінеральні речовини. Важливою сировиною є екструдовані та зірвані крупи, на основі яких розроблені й впроваджені у виробництво нові сорти вафель.

Розроблені рецептури і технології виробництва напівфабрикатів для тортів і тістечок підвищеної біологічної і зниженої енергетичної цінності за рахунок додавання овочевого пюре, зерна гречки, вівса, кукурудзи або розмелених висівок. Завдяки цьому поліпшені технологічні характеристики тіста, підвищено вміст харчових волокон, поліпшений вітамінний та мінеральний склад готових продуктів.

Кондитерські вироби, зокрема борошняні характеризуються обмеженою біологічною цінністю, а вироби, які містять какао-продукти – фізіологічною активністю, оскільки теобромін, який входить до їх складу, впливає на нервову та серцево-судинну систему.

Тому, одним з перспективних напрямків підвищення харчової цінності кондитерських виробів, зокрема борошняних, є використання порошку м'якоті плодів (стручків) ріжкового дерева (*Ceratonia siliqua* L.) (рослини родини бобових) під назвою «кероб».

Відомо, що ріжкове дерево (*Ceratonia siliqua*) культивується з давніх часів. Незважаючи на відсутність точних даних про походження цього вічнозеленого стручкового дерева, багато дослідників припускають, що воно походить з країн Східного Середземномор'я, таких як Сирія, Ізраїль.

Схема переробки бобів ріжкового дерева в порошок наступна: після механічного і ручного очищення від домішок відбувається подрібнення плодів. Потрапляючи в дробарку, плоди ріжкового дерева

перемелюють в однорідну масу (кероб). Подрібнені стручки розподіляються на різні фракції і упаковуються в мішки для подальшого зберігання. З ядра (10%) видобувають камедь ріжкового дерева – харчову добавку під назвою E 410 [8-10].

У харчовій промисловості кероб використовують як замітник какао та шоколаду, а також в якості стабілізатора та загусника. На відміну від какао кероб не містить психотропних речовин (кофеїн, теобромін), які можуть призводити до звикання та алергічних реакцій організму людини, оксалатів, що зв'язують кальцій і сприяють утворенню ниркових каменів та щавлевої кислоти, яка не дає організму засвоювати кальцій і цинк. Практично не містить холестерину і жирів.

Кероб цінний натуральними харчовими волокнами та фенольними антиоксидантами, які сприятливо впливають на мікрофлору кишечника, має характерний запах, який нагадує какао, тому його можна використовувати в різних кількостях, при цьому не змінюється запах кінцевого продукту. На відміну від бобів какао, використання керобу дозволяє знизити кількість цукру, оскільки коефіцієнт солодкості керобу складає 0,5-0,6 від солодкості останнього.

Енергетична цінність керобу практично в 2 рази нижча, ніж в какао, при цьому велика кількість калорій припадає на цукор. Порівняльна характеристика харчової та енергетичної цінності какао і керобу наведена в табл. 2 [9].

Таблиця 2

Порівняльна характеристика харчової та енергетичної цінності какао і керобу, г/100 г

Складники	Какао	Кероб
Енергетична цінність	1789 кДж (428 кКал)	929 кДж (222 кКал)
Білки	27	4,6
Жири	11	0,7
Вуглеводи, в т.ч. цукри	54	49

Функціональні властивості керобу обумовлені його унікальним хімічним складом, який у незначній мірі залежить від місця зростання, часу збору, способу культивування та обробки.

Науковцями досліджено чотири сорти керобу, а саме Tylliria, SFax, Aaronsohn, Santa Fe на вміст вологи, золи, загального цукру, білку, жирів і харчових волокон, а також досліджений вміст мінералів, аміно-

кислот та поліфенольний склад. Встановлено, що найбільший вміст білка у сорті SFax (4,42 г), а найнижчий у Aaronsohn (3,07 г) (табл. 4) [5, 6].

Таблиця 4

Хімічний склад різних сортів кербу (г на 100 г)

Хімічний склад	Tylliria	SFax	Santa Fe
Вологість, %	9,27±0,4*	9,56±0,19*	8,91±0,00*
Вуглеводи	90,69±0,2*	89,57±0,33*	91,12±0,27*
Цукор	54,74±1,3*	40,69±0,77*	45,61±1,09*
Сахароза	45,9±1,5*	33,70±0,72*	42,02±1,05*
Глюкоза	4,92±0,15*	3,54±0,15*	1,79±0,08*
Фруктоза	4,73±0,43*	3,45±0,24*	1,80±0,16*
Харчові волокна	31,47±1,04*	36,07±2,71*	35,85±2,10*
Білок	3,57±0,11*	4,42±0,01*	3,26±0,02*
Поліфеноли	2,65±0,26*	2,87±0,27*	2,58±0,33*
Жир	0,71±0,06*	0,45±0,04*	0,86±0,05*
Зола	2,37±0,02*	2,69±0,09*	2,17±0,02*

*Різниця є статистично достовірною ($P \leq 0.05$)

З табл. 4 бачимо, що вміст вуглеводів в різних сортах кербу коливається в межах від 89,57 до 91,12 г. Високий вміст цукрози, що міститься у кербі, впливає на смакові якості, а отже кондитерські вироби з використанням цієї сировини будуть солодкими без додаткових підсолоджувачів, або значно зменшить їх кількість. За даними ВООЗ добова потреба дорослої людини у харчових волокнах складає 25-38 г, що повністю відповідає вмісту харчових волокон у кербі. Потрібно звернути увагу і на вміст жиру, який коливається в межах від 0,45 г у сорті SFax до 0,86 г у Santa Fe. Низький вміст жиру позитивно впливає на термін зберігання готових виробів.

Отже, виходячи з вищезазначеного до фізіологічно-функціональних харчових інгредієнтів відносяться фізіологічно цінні та безпечні для здоров'я харчові волокна, вітаміни, антиоксиданти, мінеральні речовини. Перспективними в кондитерській промисловості виділено наступні:

- ✓ Використання аглютенного борошна в рецептурах борошняних кондитерських виробів;

- ✓ Збагачення кондитерських виробів повноцінними незамінними амінокислотами за рахунок цикорлаку та порошку цикорію;
- ✓ Використання натуральних природних цукрозамінників та підсолоджувачів, таких як порошок плодів ріжкового дерева, фруктози, стевії, фінікового сиропу;
- ✓ Включення в рецептури функціональних кондитерських виробів порошку чаю маття як унікального джерела великої кількості антиоксидантів, мінеральних речовин та вітамінів.

Література

1. Г. Б. Рудавська Харчування – важлива ланка у вирішенні проблем збереження генофонду українського народу [Текст] / Г. Б. Рудавська, Є. В. Тищенко // Вісник КНТЕУ. — 1998. — С.69-76.
2. Т.М. Лозова Наукові основи формування споживних властивостей і зберігання якості борошняних кондитерських виробів : монографія / Тетяна Михайлівна Лозова, Іван Васильович Сирохман; В.о. Укоопспілка. Львів. комерц. акад.– Львів: Вид-во Львівської комерційної академії, 2009.– 456 с.
3. І.В. Сирохман Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. С 40 пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / І.В. Сирохман, В. М. Завгородня. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 544 с.
4. А.І. Українець Технологія оздоровчих харчових продуктів / А. І. Українець, Г. О. Сімахіна. – К.: НУХТ, 2009. – 310 с.
5. О.Г. Губська Целіакія. Про проблеми діагностики і лікування цієї хвороби в Україні Харчова та переробна промисловість.2008.№7.С.24.
6. Новая технология производства хлебобулочных изделий, не содержащих глютен // Food Technologies & Equipment. 2008. № 7. С. 9.
7. Valdes I. et al. New generation of sandwich ELISA for gluten determination: Innovative approach to low-level gluten determination in foods using a novel enzyme-linked immunosorbent assay protocol// European Journal of Gastroenterology&Hepatology 2003 15 (5): 465-473.
8. Прянишников В. В. Применение порошка плодов рожкового дерева керб для производства кондитерских изделий / В. В. Прянишников, Т. А. Банщикова // Хлебопекарное производство. – 2012. – №3.–С.39-41.
9. М.М. Алексеева Применение измельченных плодов рожкового дерева при производстве комплексной пищевой добавки на основе

- какао-бобов / М.М. Алексеева // Известия Самарской государственной сельскохозяйственной академии. – 2013. – №4. – С. 69-73.
10. Р.М. Бойдуник Перспективи використання кербу в кондитерській промисловості [Електронний ресурс] / Р. М. Бойдуник // Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. – 2014. – Вип. 14. – С. 117-120. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_2014_14_26
 11. О. Л. Вершинина Новая технология сырцовых пряничных изделий повышенной пищевой ценности с использованием муки из корнеплодов цикория / О. Л. Вершинина, В. В. Гончар, Ю.Ф. Росляков // Известия вузов. Пищевая технология. – 2014. – № 4. – С. 51-53 .
 12. В.В. Дорохович Розроблення технологій борошняних кондитерських виробів спеціального призначення / В. В. Дорохович // Харчова наука і технологія. – 2010. – № 1. – С. 82-85. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Khnit_2010_1_27
 13. В.В. Дорохович Солодкі речовини – цукрозаїмінники: обґрунтування доцільності використання їх при виробництві борошняних кондитерських виробів [Текст] / В. В. Дорохович, М. П. Гуліч // Гігієна населених місць : зб. наук. пр. – К. : Полімед, 2007. – Вип. 50. – С. 273-279.
 14. В.В. Дорохович Наукове обґрунтування і розроблення технологій борошняних кондитерських виробів спеціального споживання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технологія продуктів харчування» / В.В. Дорохович; КНТЕУ. – К.: Київ, 2010. – 39 с.
 15. М.П. Бодак Дослідження споживних властивостей, якості і збереженості пряників поліпшеного складу [Текст]: автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.18.15 / Бодак М. П.; Львів. комерц. акад. – Л., 2011. – 24 с.
 16. А.С. Ткаченко Формування споживчих властивостей печива цукрового підвищеної харчової цінності / Аліна Сергіївна Ткаченко; В.о. Львів. комерц. акад.– Львів : Б.в., 2015.– 25 с.
 17. Статистична інформація Державно служби статистики [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Рудавська Г.Б., проф., д-р с.-г. наук,
Професор,

Вежлівцева С.П., канд. техн. наук
доцент,

Бузіян М.І., аспірант,

ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА ДЛЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФІЗІОЛОГІЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Сучасні умови життя – психологічне навантаження, недостатня фізична активність, вживання неякісних харчових продуктів, тощо призводять до погіршення харчового статусу населення, послаблення імунітету, збільшення кількості хронічних неінфекційних захворювань та зменшення тривалості життя. Але в свою чергу на чинники, що викликають більшість хвороб можна впливати зміною способу життя, звичок і корегувати їх відповідними харчовими раціонами. Тому, одним з найбільш важливих напрямів розвитку харчової галузі в Україні є розробка фізіологічно-функціональних харчових продуктів, які містять інгредієнти, що сприятливо впливають на організм людини, підвищують його опірність захворюванням та поліпшують багато фізіологічних процесів. Споживні властивості таких продуктів характеризуються високою харчовою цінністю, відмінними смаковими властивостями й спрямованою фізіологічною дією.

До фізіологічно функціональних харчових інгредієнтів відносять біологічно активні й (або) фізіологічно цінні, безпечні для здоров'я: амінокислоти, поліненасичені жирні кислоти, харчові волокна, вітаміни, мінеральні речовини, пробіотики, пребіотики, синбіотики та ін..

Формування і розвиток ринку фізіологічно-функціональних харчових продуктів має вагоме значення. Практично будь-який продукт сучасного харчового раціону може бути модифікований у функціональний за умови виконання основних принципів збагачення, а саме:

- ✓ вміст фізіологічно-функціонального інгредієнта в порції продукту повинен бути на рівні 10-50% від фізіологічної потреби в ньому;
- ✓ внесені фізіологічно-функціональні інгредієнти не повинні погіршувати споживних властивостей продукту, скорочувати строки зберігання, зменшувати вміст і засвоюваність інших харчових речовин [1].

Вагомий внесок у створення науково-практичних засад виробництва фізіологічно-функціональних харчових продуктів зробили такі вчені України: Арсеньєва Л.Ю., Гуліч М.П., Дорохович А.М., Дробот В.І., Доценко В.Ф., Іоргачева К.Г., Капрельянц Л.В., Карнаушенко Л.І., Кравченко М.Ф., Ковбаса В.М., Корзун В.Н., Лозова Т.М., Міцик В.Ю.,

Пивоваров П.П., Перцевий Ф.В., Притульська Н.В., Рудавська Г.Б., Сирохман І.В., Українець А.І., Ципріян В.І., Черевко А.І., Бодак М.П. та ін. [1-5].

Проте проблема розроблення фізіологічно-функціональних кондитерських виробів, які відповідають вимогам нутриціології до харчування різних груп населення з урахуванням віку, фізичного навантаження, стану здоров'я є не до кінця вирішеною. Це зумовлює необхідність створення та наукового обґрунтування нових кондитерських виробів фізіологічно-функціонального харчування за рахунок використання підсолоджувачів, цукрозамінників, аглютенного борошна, та інших фізіологічно-функціональних інгредієнтів.

Кондитерські вироби, хоча й не належать до основних продуктів харчування, проте є важливими та улюбленими складовими харчового раціону всіх вікових груп населення. Представлені сьогодні на світовому ринку кондитерські вироби відрізняється великою різноманітністю, що обумовлено модернізацією кондитерських підприємств. На думку маркетологів останніми роками помітна стійка тенденція підвищення попиту населення на кондитерські вироби з високими смаковими властивостями, а попит на традиційні вироби дещо знижується, так як сучасний споживач став висувати підвищені вимоги до їх оригінальності та харчової цінності. З продукції для щоденного користування кондитерські вироби поступово переходять в категорію преміум-класу, що особливо характерне для столиці і великих міст. Проте на вітчизняному ринку частка підприємств, які спеціалізуються на виробництві кондитерських виробів преміум сегменту незначна і представлена невеликими за потужністю підприємствами.

Аналіз хімічного складу та харчової цінності традиційних борошняних кондитерських виробів свідчить, що переважна більшість з них не відповідає вимогам нутриціології. Незбалансованість хімічного складу борошняних кондитерських виробів полягає у високому вмісті жирів та підвищеної частки в їх складі гідрогенізованих жирів, вуглеводів, які представлені в основному сахарозою та відносно низьким вмістом білків, харчових волокон, ненасичених жирних кислот, вітамінів, тощо. Однак, багатокomпонентність складу кондитерських виробів дозволяє створювати продукти фізіологічно-функціонального призначення у відповідності до вимог нутриціології за рахунок використання різноманітної природної сировини багатой біологічно активними речовинами. Спеціальні фізіологічно-функціональні кондитерські вироби із заданим хімічним складом можна вживати для

профілактики таких поширених захворювань як цукровий діабет, целиакія, серцево-судинні захворювання тощо [6].

Целиакія – захворювання, що вражає тонкий кишечник і призводить до порушення всмоктування поживних речовин з їжі. Целиакія є досить розповсюдженим генетичним захворюванням у Європі. В Італії приблизно 1 людина із 250, в Ірландії – 1 з 300 страждають на целиакію. За розрахунковими даними, в Україні може бути до 450 тис. хворих на дану хворобу. При захворюванні на целиакію страждають усі види обміну речовин, насамперед білковий. Порушення всмоктування ліпідів та вуглеводів позначаються на енергетичному метаболізмі. Порушення всмоктування кальцію та вітаміну Д (кальциферол) призводить до розвитку остеопорозу і формування рахітоподібних деформацій кісткової системи. Ушкоджена слизова оболонка перестає бути надійним бар'єром для всмоктування шкідливих для організму сполук, вони проникають у кров хворого, викликаючи інтоксикацію. Білково-вітамінна недостатність часто призводить до розвитку вторинного імунодефіциту (часті гострі респіраторні вірусні інфекції, фурункульоз та ін.), внаслідок порушення кишкової проникності відбувається всмоктування алергенів [7].

Харчування хворих на целиакію потребує особливих підходів. Ця хвороба провокується вживанням у їжу продуктів, які містять глютен, що є у пшениці, житі, ячмені й, може бути у вівсі. Хворим на целиакію рекомендована безглютенова дієта, яка поступово допоможе відновити ушкоджену частину кишечника. З цього слідує, що споживання традиційних борошняних виробів, що виготовлені на пшеничному глютенівому борошні, хворим на целиакію заборонено.

На жаль, в Україні виробництво аглутенових виробів не налагоджене, проте забезпечувати цю категорію людей спеціалізованими продуктами харчування потрібно постійно. Слід зазначити, що асортимент безглютенових борошняних кондитерських виробів на ринку України формується в основному за рахунок імпортової продукції, яка має досить високу ціну. Зважаючи на зазначене вище, актуальним є розроблення технології борошняних кондитерських виробів із застосуванням різних видів аглутенового борошна.

До таких видів борошна відносяться рисове, кукурудзяне, гречане борошно. Ці види борошна мають різний хімічний склад, різну кількість білку, жиру та крохмалю, цукрів і вони по різному можуть впливати на споживні властивості та якісні характеристики кондитерських виробів.

Гречане борошно вирізняється високим вмістом незамінних амінокислот. За вмістом лізину і треоніну гречка переважає пшеницю, й рис та наближається до соєвих білків, а за вмістом валіну поступається лише рису та може бути прирівняне до коров'ячого молока, а за лейцином – до яловичини. За вмістом феніланіну та триптофану гречка не поступається продуктам тваринного походження.

Рисове борошно містить в своєму складі усі незамінні амінокислоти. Перша лімітуюча амінокислота – лізин, друга амінокислота – треонін. Амінокислотний склад білка рису дуже близький до амінокислотного складу гречки.

Кукурудзяне борошно містить в своєму складі вдвічі більше клітковини, ніж пшеничне, а також поліненасичені жирні кислоти, та такі важливі для організму нутрієнти як селен, залізо, фолієву кислоту, β-каротин, токоферол. Особливу увагу заслуговує підвищений вміст глютамінової кислоти, яка покращує роботу головного мозку і необхідна для живлення нервових клітин організму [7-9].

Важливе значення при захисті організму від шкідливих хімічних речовин відводиться білку. Це насамперед обумовлено білковою природою ферментів, які несуть відповідальність за знешкодження токсинів та амінокислотним складом. Особливо важливими є сірковмісні амінокислоти – метіонін і цистин, які перешкоджають інтоксикації печінки речовинами, які призводять до її пошкодження. При недостатньому та неадекватному надходженні білкових речовин організм не встигає нейтралізувати небезпечні сполуки. Оптимальна частка білка в раціоні людини має становити 11-13%.

Одним із перспективних напрямків вирішення проблеми зниження білкового дефіциту можна вважати раціональне використання природної рослинної сировини та створення на її основі різних джерел харчового білка (білкового борошна, концентратів, текстуратів, ізолятів). Рослинні білки широко використовуються у виробництві продуктів профілактичного та дієтичного призначення завдяки їх високій біологічній цінності, легкому засвоєнню, відповідним функціонально-технологічним властивостям. Джерелом рослинних білків для борошняних кондитерських виробів можуть бути різноманітні злаки та зернобобові культури.

Підвищити вміст білка, мінеральних речовин та вітамінів у борошняних кондитерських виробках можна також за рахунок внесення до складу їх рецептури «цикорлакт». «Цикорлакт» — суха розчинна суміш, основною сировиною для її виготовлення слугує екстракт

цикорію і молоко, технологія його розроблена та вдосконалена під керівництвом проф. Рудавської Г. Б. Цілющі властивості цикорію обумовлені його багатим хімічним складом. Корінь цикорію містить 0,5—0,2% гіркої речовини інтибін, 4,5—9,5% — фруктози, 10—20% леульози, 4,7—6,5% — пентозанів, холіну, пектинових речовин, клітковини й близько 20% інуліну, який під час обсмажування розкладається з утворенням оксиметилфурфуролу, аромат якого нагадує запах смаженої кави [1, 10].

Новий продукт «Цикорлакт», як оздоровчий продукт, отримав високу оцінку гігієністів, на нього розроблено нормативно-технічну документацію та впроваджено у виробництво. Загальний хімічний склад цикорлакту та його складових наведено в табл.1 [1].

Таблиця 1

Загальний хімічний склад «цикорлакту» та його складових, %

Показник	Цикорлакт	Екстракт цикорію	Молоко сухе
Вміст:			
Вологи	5,0	30,0	4,0
Білку	35,6	—	37,9
Лактози	36,0	—	49,3
Інуліну, фруктози	12,5	46,0—50,0	—
Мінеральних речовин	6,2	3,2	6,8
Інших екстрактивних речовини цикорію	4,7	17,0—19,0	—

Сухі суміші «Цикорлакт» та «Цикорлакт для діабетиків» можуть використовуватися не тільки для виготовлення кавових напоїв, але й як добавки до десертів, печива, пряників, вафель, цукерок та інших кондитерських виробів, а також сухих сніданків, морозива тощо.

При споживанні цикорлакту нормалізуються процеси кровотворення і кровообігу та кров'яний тиск, поліпшується робота серця. Висока антиоксидантна активність цикорлакту гальмує процеси перекислення в організмі, що сприяє сповільненню процесів старіння. Завдяки нейтралізації вільних радикалів в організмі, цикорлакт допомагає антиоксидантній системі людини продовжити її активне довголіття. Цикорлакт нормалізує обмін холестерину й виводить зайвий холестерин з організму, знижує рівень цукру в крові.

Цикорлакту притаманний заспокійливий ефект, він усуває безсоння, стимулює функцію печінки й нирок, поліпшує травлення,

підвищує імунобіологічну активність організму, допомагає виведенню з організму токсинів і запобігає накопиченню радіоактивних елементів в організмі. Цикорлакт притаманні також антиканцерогенні властивості.

Внаслідок гідролізу інуліну, який міститься у складі цикорлакту утворюється фруктоза, яка, крім стимулювання росту та активності біфідо-лактофлори, підвищує всмоктування кальцію в товстому кишечнику, впливає на метаболізм ліпідів, зменшує ризик атеросклеротичних змін у серцево-судинній системі та попереджує розвиток цукрового діабету.

Дуже важливою характеристикою цикорлакту є його здатність позитивно впливати на тривалість зберігання, а саме на сповільнення процесів черствіння борошняних кондитерських виробів.

Черствіння – це розповсюджений дефект хлібобулочних і кондитерських виробів. Його пояснюють зміною колоїдних властивостей виробів, внаслідок чого погіршується їх структура, швидше зникають ароматичні речовини, знижуються їх смакові якості. Смак і запах виробів стають слабо вираженими, а при більш тривалому зберіганні продукти набувають запаху «залежаних» виробів. Консистенція їх стає твердою, крихкою.

Включення до рецептур борошняних кондитерських виробів цикорлакту, який містить полісахарид інулін сприяє здатності нових виробів утримувати воду. Окрім того, білкам сухого молока, які становлять 2/3 сухих речовин цикорлакту, притаманні вологозв'язуючі властивості, а полі фенольним сполукам цикорію – антиоксидантні.

Крім вищезазначених властивостей завдяки цикорлакту можна покращити смак та запах готових виробів, а саме надати їм приємний кавовий присмак, знизити енергетичну цінність виробів за рахунок зменшення в рецептурах борошняних кондитерських виробів цукру[1].

Важливу роль у рецептурах фізіологічно-функціональних продуктах харчування відводиться вітамінам.

Унікальна роль вітаміну Е (токоферолу). Це найбільш ефективний природний антиоксидант, який нейтралізує вільнорадикальні продукти і таким чином захищає від ушкоджень біологічні мембрани. Відсутність токсичності токоферолу дає можливість широко використовувати його з профілактичною метою.

Вітаміну А (ретинолу) також належать важливі функції в захисній антиоксидантній системі, яка відіграє вирішальне значення в попередженні токсичних наслідків дії шкідливих хімічних речовин на живий організм. Разом з тим великі дози ретинолу є токсичними, що необхідно враховувати при його використанні з метою профілактики. β-

каротин нетоксичний, і тому йому слід віддати перевагу в профілактичному харчуванні порівняно з ретинолом.

При дії токсичних речовин підвищується також потреба у вітаміні С (аскорбіновій кислоті). При дефіциті якої посилюється токсична дія хімічних речовин. Це пов'язано з окисненням аскорбінової кислоти при дії ксенобіотиків. Вітаміни групи В беруть також активну участь у реакціях біотрансформації ксенобіотиків як коферментних форм вітамінів [1].

У рецептурах фізіологічно-функціональних продуктів харчування велика увага відводиться антиоксидантам. Вони мають широкий спектр фізіологічної дії, що пояснюється їх участю в різних видах обміну речовин. Споживання природних антиоксидантів сприяє зниженню інтенсивності вільнорадикальних процесів, що ведуть до виникнення та прогресування небезпечних захворювань, включаючи онкологічні, а також прискоренню процесу старіння.

Серед антиоксидантів особливе місце займають біоантиоксиданти, які функціонують у живому організмі, регулюють ступінь несприятливого впливу вільнорадикального окислення на більшість метаболічних процесів. До біоантиоксидантів відносять аскорбінову кислоту, флавоноїди, біогенні аміни, сірковмісні сполуки, ферменти-антиоксиданти, мікроелемент селен, токофероли, вітамін А та його попередники, фосфоліпіди.

Враховуючи вищезазначене антиоксидантний захист є одним з найважливіших компонентів імунітету в цілому. Тому, актуальною задачею є пошук та дослідження природних джерел речовин, які володіють антиоксидантною активністю.

Перспективним інгредієнтом для кондитерських виробів фізіологічно-функціонального призначення можна віднести японський зелений чай «маття». В Японії порошок з «маття» звичайний компонент майже всіх солодощів. Він використовується як добавка до шоколаду, цукерок і десертів, таких як тістечка та випічка (включаючи рулети і чизкейки), печиво, пудинги, муси і морозиво.

Виготовляється чай «маття» з наймолодших, ледь розкритих листочків. За кілька тижнів до збору їх штучно затіняють, тим самим припиняючи ріст чайного дерева, що дозволяє збагатити листя амінокислотами і хлорофілом. Зібране молоде листя перетирають в дуже дрібний порошок (пудру), попередньо видаливши з нього прожилки і стебла.

Японський зелений чай «маття» відрізняється унікальним

хімічним складом, його корисні властивості визначаються значним вмістом антиоксидантів – речовин, які перешкоджають окисним процесам в організмі. Листя «маття» також містить провітамін А (каротин) та вітаміни В₁ (тіамін), В₂ (рибофлавін), В₆ (піридоксин), С (аскорбінову кислоту), Е (токоферол); мінеральні речовини: кальцій, фтор, магній, цинк, залізо, йод [11].

Важливим аспектом при розробленні кондитерських виробів фізіологічно-функціонального призначення є використання речовин з солодким смаком. Джерелом солодких речовин, які споживає населення України, є цукор. Однак відомо, що надмірне споживання цукру призводить до цукрового діабету, ожиріння, серцево-судинних захворювань, атеросклерозу, карієсу зубів. Захворюваність на вказані хвороби зростає з кожним роком, тому перед працівниками харчової промисловості та громадського харчування постає проблема пошуку й використання цукрозамінників та підсолоджувачів, які не спричиняють негативного впливу на організм людини на відміну від цукру [1,12].

Один із широко розповсюджених альтернативних замінників цукру є фруктоза. Її індекс солодкості дорівнює –1,2 –1,7. Фруктоза має низький глікемічний індекс у 2,9 рази нижчий за цукрозу. Але головна перевага фруктози у тому, що для її засвоєння не потрібен гормон інсулін, тому фруктозу дозволено використовувати у харчуванні хворих на цукровий діабет.

Лактоза (молочний цукор) – дицукрид, який при гідролізі розкладається на глюкозу та галактозу. Отримують лактозу з молочної сироватки. Лактоза має низький індекс солодкості – 0,3, але її калорійність така ж як у цукрози. Слід враховувати, що у багатьох людей в організмі недостатньо ферменту галактозидази (лактази), який розщеплює лактозу на глюкозу та галактозу і тому у цих людей при її споживанні спостерігається дискомфорт у шлунково-кишковому тракті. В той же час лактозі відводиться важливе значення у нормалізації роботи кишковика. Споживання їжі, яка містить лактозу призводить до збільшення відносного вмісту в кишковому молочнокислих бактерій, що уповільнює розвиток гнильної мікрофлори. Лактоза регулює всмоктування та обмін магнію, фосфору, кальцію, впливає на ріст дитини [12].

Серед природних підсолоджувачів значна увага приділяється глікозидам. Природні підсолоджуючі речовини гліозидного походження отримують з різних рослин (стевія, цитрусові та ін.). Стевіозид отримують з рослини стевія (медова трава *Stevia rebaudiana* Bertoni). Він відноситься до підсолоджувачів інтенсивного типу, загальна солодкість

очищеного стевіозіда коливається від 250 до 300. Стевіозид легко розчинний, стабільний при обробці і зберіганні, практично не розщеплюється в організмі, нетоксичний [12].

Широкого розповсюдження набули борошняні кондитерські вироби, що містять підвищену кількість харчових волокон. Джерелами цих волокон є продукти рослинного походження, які в достатній кількості містять клітковину, геміцелюлозу, пектин та ін. До них відносять порошок з какаоєвели, комплексні добавки на основі харчових волокон люцерни та бульб топінамбуру, порошку цикорію, тощо.

Розроблені композиції, що містять велику кількість харчових волокон – порошок топінамбуру, білково-волокниста композиція на основі вторинних продуктів переробки сої, композиційна добавка на основі харчових волокон пшеничних висівок та денуклеїнізованих хлібопекарських дріжджів, харчових волокон люцерни, композиції на основі харчових волокон люцерни і топінамбуру, макухи виноградного насіння, харчових волокон виноградних вичавок.

Інулін і олігофруктоза – розчинні дієтичні волокна є вибірково стимуляторами росту і енергетичними субстратами для біфідобактерій, що, в свою чергу, пригнічує ріст низки шкідливих штамів мікроорганізмів. Інулін впливає на біологічну засвоюваність кальцію і магнію, на зниження рівня холестерину і ліпідів в сироватці крові. Інулін і олігофруктоза не підвищують рівень глюкози в крові, оскільки їх глікемічний індекс практично дорівнює нулю. Найкращим джерелом інуліну і олігофруктози є цикорій коренеплідний.

У порошкоподібних продуктах переробки коренеплодів цикорію інулін і фруктоза зберігаються в значних кількостях, що дозволяє використовувати їх в технологіях борошняних кондитерських виробів з метою надання їм профілактичних властивостей.

Універсальним джерелом нерозчинних харчових волокон є мікрокристалічна целюлоза – продукт модифікації природної целюлози. Мікрокристалічну целюлозу в поєднанні з пектином використовують у виробництві цукрового, здобного та зтяжного печива [11].

Перспективним джерелом цінних біологічно активних речовин та дієтичної клітковини можуть бути пшеничні висівки. Запатентовано склад для виготовлення цукрового, пісочного печива та крекерів, що включає пшеничні висівки. Проводяться випробування щодо застосування харчових волокон, білків пивної і квасної дробини.

Розроблені рецептури і технології виробництва напівфабрикатів для тортів і тістечок підвищеної біологічної і зниженої енергетичної цінності за рахунок додавання овочевого пюре, зерна гречки, вівса,

кукурудзи або розмелених висівок. Завдяки цьому поліпшені технологічні характеристики тіста, підвищено вміст харчових волокон, поліпшений вітамінний та мінеральний склад готових продуктів[11].

Одним з перспективних напрямків підвищення харчової цінності кондитерських виробів, зокрема борошняних, є використання порошку м'якоті плодів (стручків) ріжкового дерева (*Ceratonia siliqua* L.) рослини родини бобових під назвою «кероб».

Схема переробки бобів ріжкового дерева в порошок наступна: після механічного і ручного очищення від домішок відбувається подрібнення плодів. Потрапляючи в дробарку, плоди ріжкового дерева перемелюють в однорідну масу (кероб). Подрібнені стручки розподіляються на різні фракції і упаковуються в мішки для подальшого зберігання [13-15].

У харчовій промисловості кероб використовують як замітник какао та шоколаду, а також в якості стабілізатора та загусника. На відміну від какао, кероб не містить психотропних речовин (кофеїну, теоброміну), які можуть призводити до звикання й алергічних реакцій організму людини. В ньому відсутні оксалати, що зв'язують кальцій і сприяють утворенню ниркових каменів та щавелевої кислоти, яка гальмує засвоєння кальцію і цинку. Практично не містить холестерину і жирів. Кероб цінний натуральними харчовими волокнами, які сприятливо впливають на мікрофлору кишечника та антиоксидантами фенольної природи, має характерний запах, який нагадує какао, його можна використовувати в різних кількостях, при цьому не змінюється запах кінцевого продукту.

Енергетична цінність керобу 929 кДж (222 кКал) практично в 2 рази нижча, ніж в какао 1789 кДж (428кКал), при цьому велика кількість калорій припадає на цукрозу. Функціональні властивості керобу обумовлені його унікальним хімічним складом, який в значній мірі залежить від місця зростання, часу збору, способу культивування та обробки. Хімічний склад різних сортів керобу наведений в табл. 2 [13 15].

Таблиця 2

Загальний хімічний склад різних сортів керобу, г/100 г на суху речовину

$P \leq 0.05$

Показник/сорт	«Tylliria»	«SFax»	«Santa Fe»
Вміст:			

Білків	3,57	4,42	3,26
Ліпідів	0,71	0,45	0,86
Вуглеводів:	90,69	89,57	91,12
в т.ч. Харчових волокон	31,47	36,07	35,85
загальна кількість цукрів	54,74	40,69	45,61
із них: Сахарози	45,90	33,70	42,02
Глюкози	4,92	3,54	1,79
Фруктози	4,73	3,45	1,80
Поліфеноли	2,65	2,87	2,58
Золи	2,37	2,69	2,17

Аналізуючи дані таблиці можна зробити висновок, що найбільша частка в хімічному складі кербу (на суху речовину) належить вуглеводам до 91 г/100г, які представлені здебільшого сахарозою до 45 г/100г. Високий вміст сахарози у кербі, впливає на смакові властивості. Солодкий смак кондитерських виробів з використанням кербу можна забезпечити без додавання підсолоджувачів. Також керб містить значну кількість харчових волокон до 36 г/100г. Важливими складовими хімічного складу кербу є білки (до 4,4 г/100г), поліфенольні сполуки (до 2,9 г/100г) та зола (до 2,7 г/100г). Вміст ліпідів в кербі становить до 0,86 г/100г, що позитивно впливатиме на термін зберігання готових виробів.

Таким чином аналіз доступних джерел інформації дозволяє зробити наступні висновки щодо перспективної сировини в рецептурах кондитерських виробів. До такої сировини в першу чергу необхідно віднести аглютенове борошно вітчизняного виробництва, цикорлакт, порошки кореню цикорію, листя стевії, плодів ріжкового дерева та чаю маття.

Використання названої сировини дозволить суттєво розширити асортимент та краще задовольнити попит споживачів на кондитерські вироби фізіологічно-функціонального призначення.

Література

1. Рудавська Г. Б. Харчування – важлива ланка у вирішенні проблем збереження генофонду українського народу [Текст] / Г. Б. Рудавська, Є. В. Тищенко // Вісник КНТЕУ. — 1998. — С.69-76.

2. Українець А. І. Технологія оздоровчих харчових продуктів [Текст] / А. І. Українець, Г. О. Сімахіна. – К.: НУХТ, 2009. – 310 с.
3. Дорохович В. В. Розроблення технологій борошняних кондитерських виробів спеціального призначення [Текст] / В.В. Дорохович // Харчова наука і технологія. – 2010. – № 1. – С. 82-85.
4. Дорохович В.В. Наукове обґрунтування і розроблення технологій борошняних кондитерських виробів спеціального споживання : автореф. дис. канд. техн. Наук : 05.18.16 «Технологія продуктів харчування» / В.В. Дорохович – К.: КНТЕУ, 2010. – 39 с.
5. Бодак М. П. Дослідження споживних властивостей, якості і збереженості пряників поліпшеного складу : автореф. дис. канд. техн. наук : 05.18.15 / М. П. Бодак – Л.: Львів. комерц. акад, 2011. – 24 с.
6. Лозова Т.М. Наукові основи формування споживних властивостей і зберігання якості борошняних кондитерських виробів : монографія [Текст] / Т. М. Лозова, І. В. Сирохман – Львів: Львівська комерційна академія, 2009.– 456 с.
7. Губська О.Г. Целіакія. Про проблеми діагностики і лікування цієї хвороби в Україні / О.Г. Губська \ \ Харчова та переробна промисловість. — 2008.— №7. — С.24.
8. Valdes I. New generation of sandwich ELISA for gluten determination: Innovative approach to low-level gluten determination in foods using a novel enzyme-linked immunosorbent assay protocol I. Valdes et al. // European Journal of Gastroenterology&Hepatology. – 2003. –№ 15 (5): 465-473.
9. Новая технология производства хлебобулочных изделий, не содержащих глютен // Food Technologies & Equipment. — 2008. — № 7. С. 9.
10. Вершинина О.Л. Новая технология сырцовых пряничных изделий повышенной пищевой ценности с использованием муки из корнеплодов цикория / О.Л. Вершинина, В.В. Гончар, Ю.Ф. Росляков // Известия вузов. Пищевая технология. – 2014. – № 4. – С. 51-53 .
11. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 544 с.
12. Дорохович В.В. Солодкі речовини – цукрозамінники: обґрунтування доцільності використання їх при виробництві борошняних кондитерських виробів [Текст] / В. В. Дорохович, М. П. Гуліч // Гігієна населених місць : зб. наук. пр. – К. : Полімед, 2007. – Вип. 50. – С. 273-279.
13. Прянишников В. В. Применение порошка плодов рожкового дерева

- кероб для производства кондитерских изделий / В. В. Прянишников, Т. А. Банщикова // Хлебопекарное производство. – 2012. – №3. – С.39-41.
14. Алексеева М. М. Применение измельченных плодов рожкового дерева при производстве комплексной пищевой добавки на основе какао-бобов / М.М. Алексеева // Известия Самарской государственной сельскохозяйственной академии. – 2013. – №4. – С. 69-73.
15. Бойдуник Р. М. Перспективи використання керобу в кондитерській промисловості [Електронний ресурс] / Р.М. Бойдуник // Вісник Львівської комерційної академії. Серія товаровознавча. – 2014. – Вип. 14. – С. 117-120. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_2014_14_26

Рудавська Г.Б., д. с/г.н., проф.,
Хахалєва І. В., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ КАВОВИХ НАПОЇВ З ЦИКОРІЄМ

Актуальність. Світова тенденція до споживання напоїв набирає все більших обертів. На фоні розширення асортименту напоїв змінилися і вимоги споживачів до їх вибору. Сьогодні споживач звертає увагу не лише на смак та ціну, його цікавить користь, якість та безпечність напою. Споживання кавових напоїв в першу чергу пов'язане із поширенням нової «культури спілкування» та бажанням задовольнити свої конsumerські потреби у розрізі смак-користь [1]. Сьогодні під назвою «кавові» ми розуміємо не лише напої на основі кави та молока, відповідно до ДСТУ 4849: 2007 Напої кавові розчинні. Загальні технічні умови, напої кавові розчинні – це суміш кави натуральної розчинної з додаванням висушених до порошкоподібного стану екстрактів із обжареної рослинної сировини та ароматичних добавок (чи без них), а також додавання цукру, замінників вершків, сухих молокопродуктів, какао-порошку, вітамінних преміксів та іншої сировини згідно з рецептурою [2]. Залежно від виду добавок до них відносять і напої з цикорієм. Останні належать до напоїв оздоровчого спрямування.

Цикорій (*Cichorium intybus*) – багаторічна трав'яниста рослина, корінь якої традиційно використовується в Європі та США для

виготовлення сухих розчинних сумішей для відновлених напоїв, пастоподібних напоїв та як складовий компонент напоїв спеціального призначення. Завдяки його здатності полегшити проблеми з травленням, запобігти печії, зменшити болі при артриті, сприяти детоксикації печінки і жовчного міхура, зміцнювати імунну систему, цикорій став цінною складовою при розробці напоїв оздоровчого спрямування, які, крім того, є природним седативним засобом і хорошим доповненням до будь-якої дієти. Проте поряд із розширенням асортименту таких напоїв все більше трапляється їх фальсифікація [3].

Метою даного дослідження є визначення причин та видів фальсифікації кавових напоїв з цикорію для попередження ризиків пов'язаних із здоров'ям людей через споживання таких напоїв.

Об'єкт дослідження – сухі розчинні напої з цикорію чотирьох виробників, представлених на вітчизняному ринку. А саме: торговельної марки (ТМ) Chikoroff (ТОВ «НоваПродукт», РФ); ТМ Chicory World (ТДВ «Славутський цикорієсушильний завод», Україна); ТМ «Favorite Foods» (ТОВ НВП «Джерело», Україна); ТМ «Галка» (ТзОВ «Верховина», Україна).

Результати дослідження. Основною причиною фальсифікації напоїв з цикорію є те, що незважаючи на розширення асортименту таких напоїв на ринку України, на сьогоднішній день відсутня окрема нормативна документація на сухі розчинні напої з цикорію. Діють лише три державні нормативні документи: ДСТУ 4118-2002 «Напої нерозчинні на основі кави, цикорію та злакових», ДСТУ 48496 2007 «Напої кавові розчинні» та ДСТУ 7055:2009 «Напої розчинні на основі злакових та цикорію». Проблемою вищенаведених НД є те, що у них регламентуються лише загальноприйняті показники якості та безпечності для сухих розчинних напоїв (такі як м.ч. вологи, м.ч. золи, Ph, розчинність, м.ч. металомангнітних домішок, вміст токсичних елементів, тощо). Вищезазначені НД не враховують хімічного складу цикорію або ймовірних показників якості, які притаманні сировинні-заміннику цикорію та встановлені без урахування технології виготовлення [2, 4-5].

Цикорій звичайний (*Cichorium intybus* L.) відомий людям із давнини як рослина, всі частини якої (корені, стебла, листя) використовуються як засоби народної медицини та як харчові продукти. Хімічно різноманітний склад (полісахарид інουλін, моносахариди глюкоза та фруктоза, білкові та дубильні речовини, холін, глікозиди інтибін, цикорин та лактуцин, вітаміни вітамін С, Е, А, РР, а також вітаміни групи В, органічні кислоти хлорогенова та аскорбінова, макро–

та мікроелементи (натрій, кальцій, калій, марганець, залізо, фосфор) надає цикорію переваги перед іншими інуліноносіями [6]. Основним біологічно активним компонентом цикорію є інулін (до 35%). Інулін відноситься до класу фруктанів, має високу біологічну активність та специфічну дію на організм людини. Молекула інуліну є поліфруктозидним ланцюгом, в якому залишки фруктози з'єднані β -(2 \rightarrow 1)-глікозидними зв'язками. Інулін гігроскопічний, легкорозчинний у гарячій воді і важко — у холодній [7]. Досліджено, що інулін виявляє помітну гіпоглікемічну та гіпохолестеричну дію. Він не засвоюється у верхніх відділах ШКТ, а тому сприяє нормалізації травної системи, поліпшенню метаболізму, виступаючи пребіотиком. Припускають наявність в інуліну антигенної активності, а у зв'язку з тим – можливості використання його для одержання антитіл різної специфічності. Нещодавні дослідження вказують, що інулін має імуномодельючі та антистресові властивості [8].

Фальсифікацію напоїв з цикорію здійснюють насамперед нанесенням оманливої інформації на маркуванні. В попередніх матеріалах нами було висвітлено проблему невірному вмісту інуліну на пакуванні напоїв з цикорію (табл.1) [9].

Отримані результати свідчать, що різниця між фактичним вмістом інуліну та даними, представленими на маркуванні складає від 13,3% для ТМ Chikoroff до 37,6% для ТМ Favorite Foods, у бік завищення.

Таблиця 1

Вміст інуліну в сухих розчинних напоях з цикорію різних ТМ

Торгова марка	Вміст інуліну,%		Різниця фактичного вмісту і вказаного виробником
	згідно маркування	фактично	
<i>Chicory World</i>	50,0	31,5	18,5
<i>Favorite Foods</i>	60,0	22,4	37,6

Галка	32,0	18,7	20,8
Chikoroff	38,8	18,0	13,3

Крім того, було виявлено, що у сухих розчинних напоях з цикорію міститься гідроксиметилфурфурол ГМФ – органічна сполука, яка утворюється при дегідратації фруктози у кислому середовищі при термічній обробці цикорію (табл.2).

Таблиця 2

Вміст гідроксиметилфурфуролу у сухих розчинних напоях з цикорію різних ТМ

Торгова марка	Вміст ГМФ мг/кг
Chicory World	21,25
Галка	35,75
Chikoroff	38,75
Favorite Foods	43,50

Віднесення ГМФ до токсичних речовин базується на його потенційно шкідливому впливі на організм людини. Доведено, що речовинам цього класу притаманні канцерогенні властивості. ГМФ може викликати мутагенні ефекти в організмі людини [10]. У вищенаведеному випадку спостерігається приховування інформації від споживача, яка може спричинити негативні наслідки його здоров'ю. Так як, НД України вміст ГМФ для напоїв з цикорію не нормується. Тому, вважаємо доцільним норми щодо його вмісту адаптувати відповідно до Food standarts agency, The Honey regulations 2003, за яким його кількість у харчовому продукті не повинна перевищувати 40 мг/кг.

Фальсифікацію сухих розчинних напоїв з цикорію виробники можуть здійснювати шляхом заміни цикорію злаковими культурами, які дозволяють отримати напої зі схожими органолептичними властивостями, проте не мають того спектру корисних речовин, які присутні в цикорії. За своїми органолептичними властивостями найбільш близькими до цикорію є злакові культури такі як ячмінь та жито. Разом з тим дана сировина є менш дорогавартісною, тому ймовірність фальсифікації напоїв таким чином з цикорію є досить високою. Виявлення вмісту цих культур у напоях з цикорію буде вказувати не лише на якісну, кількісну чи інформаційну фальсифікацію, але і вимагатиме

регламентування такого показника безпечності як вміст глютену.

Глютен (від *лат.* gluten – клей) – група запасуючих білків, виявлених в насінні злакових рослин, особливо пшениці, жита, вівса і ячменю. Термін глютен позначає білки фракції проламінів і глютелінів, причому велика частина глютену припадає на частку перших. Вміст клейковини або глютену в злакових культурах є одним із основних показників якості – клейстеризація (або еластичність), і разом з тим, сьогодні, є важливим індикатором безпечності харчового продукту. Справа в тому, що глютен викликає розвиток хвороби целиакія.

Целиакія — це автоімунне захворювання тонкого кишечника, що виникає у людей різного віку, переважно у дітей внаслідок генетичної схильності. Симптомокомплекс порушень при целиакії включає біль та дискомфорт в ділянці живота, хронічні закрепи або діарею [11].

Вирішальний внесок у вчення про це захворювання зробив голландський педіатр Дикке в 1950 році, вперше зв'язавши причину целиакії з пшеничним білком або клейковиною, глютенем. А два роки по тому для лікування вперше була застосована дієта без продуктів, що містять глютен.

Глютен – збірна назва різних білків злаків: глютенінів пшениці, гордеїнів ячменю і секалінів жита. Найбільш токсичним фрагментом молекули глютену є його алкоголь-розчинна фракція – гліадин. Без контакту з глютенем виникнення целиакії неможливо. Взаємодія генетично схильної організму з глютенем веде до активації Т – і В-клітинної імунної відповіді, запуску каскаду патологічних аутоімунних реакцій, що викликають і підтримують запалення слизової оболонки тонкої кишки, так і поразки інших органів і систем організму. У відповідь на введення в травний канал генетично схильної людини до глютену / гліадин – виробляються специфічні антитіла – антигліадинові (АГА) [12].

Основний механізм діареї при целиакії пов'язаний з посиленням кишкової секреції із-за підвищення вмісту простагландинів, що може пояснюватися, з одного боку, підвищеним синтезом простагландинів мононуклеарами, які інфільтрують слизову оболонку тонкої кишки, і з іншої – зниженням їх інактивації внаслідок атрофічних змін слизової оболонки. Діарея тягне втрату електролітів і дегідратацію. У зв'язку з порушенням засвоєння поживних речовин розвиваються полігіповітаміноз, гіпоонкотичні набряки. Виснаження запасів кальцію і магнію може викликати парестезії, м'язові судоми і навіть тетанії. Мальабсорбція супроводжується остеопорозом, невмотивованими

переломами, різними неврологічними захворюваннями. До позакишкових проявів целиакії відноситься герпетиформний дерматит. При важкому перебігу захворювання, коли до патологічного процесу залучається уся тонка кишка, може розвинутися несумісний з життям синдром тотального порушення всмоктування. Тобто, як було зазначено вище, єдиним виходом для хворих на целиакію – вживання безглютенових продуктів. Вони допомагають нормалізувати життя і підвищити його якість [12].

Резюмуючи проведені дослідження щодо визначення вмісту інуліну у сухих розчинних напоях з цикорію впливає, що низький його фактичний вміст у напоях є причиною або використання низькоякісного кореня цикорію, порушення технології виготовлення або заміни частини цикорію ячменем або житом. Відповідно, для того, щоб попередити фальсифікацію виробниками необхідно запровадити окремий нормативний документ для напоїв з цикорію, в якому будуть регламентуватися такі показники як вміст інуліну, ГМФ та вміст глютену.

На сьогодні, вже існують напрацювання та міжнародні стандарти у сфері харчових продуктів, які регулюють вміст глютену. Так, Codex Alimentarius. Standard for foods for special dietary use for persons intolerant to gluten. Codex stan 118-1979 визначає безглютенові продукти, які виготовлені для масової реалізації споживачам, як такі, що у своєму складі містять тільки з один або декілька інгредієнтів, які не мають пшеницю, жито, ячмінь, овес або їх схрещуванні сорти, а рівень глютену не перевищує 20 мг/кг в цілому. Продукти, які зазвичай містять у своєму складі глютен повинні бути відповідно позначені із маркуванням його фактичного вмісту. Відповідно, якщо харчовий продукт, наприклад напої з цикорію, які за своїми природними властивостями не містять глютену (про що вказує маркування), то за замовчування вони можуть споживатися людьми хворими на целиакію. При цьому виникає ризик, тому при внесенні додаткового чи іншого компонента ніж цикорій, такі напої повинні мати уточнену назву та вказаний вміст глютену [13].

Згідно із законом в Бразилії, всі харчові продукти повинні відображати ярлики з чітким зазначенням того, вони містять або не містять глютен [14].

За оцінками Канадської асоціації хворих на целиакію, один із 133 канадців спостерігає шкідливий вплив від споживання глютену, що проявляється захворюванням целиакії. Маркування всіх харчових продуктів, що продаються в Канаді, повинні чітко ідентифікувати присутність глютену, якщо він присутній на рівні вище, ніж 20 мільйонних

частин [15].

У Сполученому Королівстві, тільки зернові культури повинні бути промарковані, маркування інших продуктів є добровільним [16].

У Сполучених Штатах, вміст глютен не зазначається на маркуванні, якщо він не використаний в якості окремо доданого компонента в рецептурі. Пшениця та інші алергени перераховуються після основних складових компонентів. Міністерство харчових продуктів та лікарських засобів (US Food and Drug Administration – FDA) історично класифікує клейковину як «generally recognized as safe – GRAS»), тобто речовина, яка визначена безпечною. У серпні 2013 року FDA остаточно затвердило позначення безглютенових харчових продуктів на добровільних засадах, що означає – кількість клейковини, яка міститься в харчовому продукті нижче 20 частин на мільйон [17].

Враховуючи, ймовірні наслідки приховування вмісту глютену від споживача при маркуванні напоїв з цикорію та досвід іноземних країн у питанні регулювання якості та безпечності харчових продуктів, вважаємо необхідним адаптувати та регламентувати норми вмісту глютену у НД України.

Висновки та пропозиції. Для того, щоб сприяти підвищенню якості життя споживачів, пропонуємо їм корисні, смачні та якісні продукти харчування і напої, першочерговою задачею товарознавства є попередження їх фальсифікації шляхом розробки та впровадження нормативних документів, які будуть регламентувати показники якості та безпечності харчових продуктів. В ході дослідження встановлено, що кавові напої часто фальсифікуються: при маркуванні невірно зазначається вміст інуліну, взагалі не зазначається вміст токсичної речовини ГМФ та не позначається наявність чи відсутність глютену. Основною причиною фальсифікації є застаріла та не адаптована до сьогоденного стану на ринку нормативна документація, яка б швидко реагувала на розширення асортименту кавових напоїв та чітко регламентувала показники якості та безпечності таких напоїв. Відповідно, в результаті проведеного дослідження, пропонуємо внести у розроблений НД для напоїв з цикорію такі показники як вміст інуліну, % – не менше; вміст гідроксиметилфурфуролу, мг/кг – 20; зазначити вміст глютену (при використанні в рецептурі злакових культур) чи позначити напій як «безглютеновий», при цьому вміст не повинен перевищувати 20 мг/кг.

Література

1. Тенденції споживання напоїв. Режим доступу : <https://www.nestleprofessional.com/ukraine/ua/BeverageExpertise/Info/Pages/BeverageConsumeTrends.aspx>
2. . Напої кавові розчинні. Загальні технічні умови. ДСТУ 4849: 2007. – К.: Держспоживстандарт України. – 2007. – 16 с.
3. Г.Б. Рудавська Ідентифікація за вмістом інуліну сухих розчинних напоїв із цикорію / Г.Б. Рудавська, І.В. Хахалева,Н. Ю. Чикун // Товари і Ринки, КНТЕУ. – 2015. – № 2 (20). – 168 с.
4. Напої розчинні на основі злакових та цикорію. Загальні технічні умови. ДСТУ 7055: 2009. – К.: Держспоживстандарт України. – 2010. – 18 с.
5. Напої нерозчинні на основі кави, цикорію та злакових. Загальні технічні умови. ДСТУ 4118-2002. – К.: Держспоживстандарт України. – 2003. – 16 с.
6. Голуб Б.О. Розробка та товарознавча оцінка нових видів сухих сумішей для кавових напоїв спеціального призначення: дис. на здобуття наук. ст. канд. техн.. наук: 24.06.2001 / Голуб Богдан Олексійович. – Київ, 2001. – 121 с.
7. Скоробогатий Я.П. Харчова хімія / Скоробогатий Я.П., Гузій А.В., Заверуха О.М. – Львів : «Новий світ – 2000», 2012. – 514 с.
8. Рудавська Г.Б. Проблеми якості та безпечності розчинних напоїв на основі цикорію / Рудавська Г.Б., Хахалева І.В: матеріали міжнар. міждисциплінарної наук.-практ. конф. [«Сучасні аспекти збереження здоров'я людини»] (УжНУ, 2015 р.) – Київ: Центр учбової літератури, 2015. – С. 109 – 113.
9. Г.Б. Рудавська Ідентифікація за вмістом інуліну сухих розчинних напоїв із цикорію / Г.Б. Рудавська, І.В. Хахалева,Н. Ю. Чикун // Товари і Ринки, КНТЕУ. – 2015. – № 2 (20). – 168 с.
10. Determination of Hydroxymethylfurfural in Honey and Biomass. Режим доступу http://www.dionex.com/en-us/webdocs/109807-AN270-IC-HMF-Honey-Biomass-AN70488_E.pdf
11. Carmela Lamacchia Cereal-Based Gluten-Free Food: How to Reconcile Nutritional and Technological Properties of Wheat Proteins with Safety for Celiac Disease Patients / Carmela Lamacchia, Alessandra Camarca, Stefania Picascia, Aldo Di Luccia, Carmen Gianfrani // Nutrients. – 2014 Feb. – №6(2). – 575–590 p.
12. Tursi A. Low prevalence of antigliadin and anti-endomysium antibodies in subclinical. Silent celiac disease / Tursi A., Brandmarte G. // The

- American Journal of Gastroenterology. – 2001. – №96 – P.10-18
13. STANDARD FOR FOODS FOR SPECIAL DIETARY USE FOR PERSONS INTOLERANT TO GLUTEN. CODEX STAN 118-1979. Режим доступу : http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252FStandards%252FCODEX%2B118-1979%252FCXS_118e_2015.pdf
 14. «General labeling for Packaged Foods (free translation)». The National Health Surveillance Agency (Anvisa). Режим доступу : e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=32
 15. About celiac disease. Canadian Celiac Association. 2014. Режим доступу : http://www.celiac.ca/?page_id=882
 16. Guidance Notes on the Food Labelling (Amendment). (No. 2) Regulations 2004. Food Standards Agency. November 2005. Режим доступу : <http://www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/labelamendguid21nov05.pdf>
 17. Questions and Answers: Gluten-Free Food Labeling Final Rule. US Food and Drug Administration. 5 August 2014. Retrieved 4 January 2015. Режим доступу : <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/Allergens/ucm362880.htm>

Сидоренко О.В., проф., д.т.н., професор,
Київський національний торговельно-економічний університет
Романенко О.В., доц., к.т.н.
заст. декана факультету торгівлі та маркетингу,
Київський національний торговельно-економічний університет
Коротецький В.П.
голова Федерації роботодавців та
підприємців галузі рибного господарства

**ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ГАЛУЗІ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

Відповідно до основних положень «Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015 – 2020 роки» рибне господарство повинно відігравати важливу роль в економіці України, включаючи в себе вилов риби та її переробку, відтворення і охорону рибних запасів, ставкове, басейнове, садкове вирощування риби, селекційно-племінну роботу, спортивне та любительське рибальство, науково-дослідне, проектно-конструкторське забезпечення, галузеву систему навчання і підвищення кваліфікації кадрів, систему безпеки мореплавства, провадження міжнародної риболовної політики та регулювання рибальства у внутрішніх водоймах України, в межах територіального моря, на континентальному шельфі, у виключній (морській) економічній зоні України у Чорному морі, в Азовському морі, у водах за межами юрисдикції України [10].

Україна володіє значною кількістю рибогосподарських водойм, включаючи каскад дніпровських водосховищ, Азово-Чорноморський басейн з лиманами та протоками загальною площею 10,4 млн. га, що дозволить, за умови гарантованої безпечності за іхтіологічними показниками, впровадженні інноваційних технологій логістики та переробки, забезпечить біологічно цінним продуктом на основі водних біоресурсів не лише внутрішній ринок, але й зовнішні міжнародні ринки (табл.1).

В Україні протікає 71183 річки, та 8073 озер. Із цього фонду переважна більшість водойм може використовуватися для вирощування риби [11]. На сьогодні для вирощування товарної риби в штучних умовах використовується більше 90 тис. гектарів ставків, з них 70 тис. га експлуатують спеціалізовані рибницькі підприємства.

Таблиця 1

Рибогосподарський водний фонд України

№ пор	Водойми	Площа (га)	Примітка
1.	Внутрішні водойми	200.000	Стави, річки та водосховища
2.	Дніпровський каскад	690.000	Шість найбільших водосховищ
3	Лимани і озера	410.000	Прісні та солені
	Усього:	1.30.00	Робоч площа 1.000.000 га
5.	Чорне море	5.500.000	Континентальний шельф
6.	Азовське море	3.600000	Внутрішнє море двох держав
	Усього моря:	9.100.000	
	Разом:	10.400.000	

Необхідно відмітити, що сучасний рибогосподарський сировинний потенціал азово-чорноморського басейну є унікальним, але недостатньо дослідженим за показниками технологічної функціональності для виробництва альтернативних традиційним видам товарів із риби та нерибних об'єктів промислу з підвищеною доданою вартістю з метою забезпечення її конкурентоспроможності.

В той же час інформація щодо вивчення інвазійних та інфекційних захворювань риб в азово-чорноморському басейні майже відсутня. Відповідно до проведеного моніторингу, наприклад, серед азово-чорноморської кефалі почали реєструвати захворювання з клінічними ознаками вібриозу. Збудники *Vibrio parahaemolyticus*, якими може бути контаміновані морська риба та безхребетні, викликають тяжкі кишкові захворювання у людей. У промислових та штучно-вирощуваних риб азово-чорноморського басейну зареєстровані захворювання різної етіології[9].

Серед вірусних захворювань потенційно небезпечними є лімфоцистоз (камбалоподібні), епітеліоцистоз (кефалеві), вірусна енцефалопатія і ретінопатія (кефалеві), герпесвірус тюрбо (камбалові), епідермальна папілома (камбалові), інфекційний панкреатичний некроз (лососеві, камбалові, тріскові, оселедцеві), вірусна геморагічна септицемія (лососеві, камбалові, тріскові, оселедцеві), весняна віремія коропа (коропові), дерматофібросаркома судака (окуневі) тощо. Із бактеріальних хвороб реєструвався вібриоз (камбалові, кефалеві, лососеві, тріскові); потенційно небезпечним є псевдомоноз і аеромоноз (коропові, рослиноїдні), едвардієльоз (кефалеві), міксобактеріоз (лососеві), мікобактеріоз (лососеві, коропові). З мікозних захворювань реєструвалися клінічні ознаки іхтіофозу (оселедцеві, кефалеві, тріскові, лососеві і ін.) бронхіомікозу (коропові) і сапролегніозу (коропові, лососеві, кефалеві і ін.). Широко поширені серед азово-чорноморських риб збудники інвазійних захворювань. Серед небезпечних ектопаразитів осетрових це копеподи *Pseudotracheliastes stellatus* та моногенеї *Nitzshia sturionis*. У чорноморського шпроту зареєстрований кокцидіоз (*Eimeria sardinae*) та гістеротіляціоз (*Hysterothylacium aduncum*); у чорноморського мерлана – міксидіоз (*Myxidium gadi*); у азово-чорноморської хамси – гістеротіляціоз та стефаностомоз (*Stephanostomum* spp. met); у камбали-калкана – ботріоцефальоз (*Bothriocephalus gregarius*), глугеоз (*Glugea stephani*), міксидіоз (*Myxidium* spp.) та інші.

Вірусологічні дослідження азово-чорноморських риб майже ніколи не проводились. Тому до теперішнього часу залишається не з'ясованим питання щодо існування в гідроекосистемах Азовського та Чорного морів осередків небезпечних для риб вірусних захворювань – вірусної геморагічної септицемії, інфекційного панкреатичного некрозу, що є надзвичайно гострим питанням для Міжнародного Епізоотичного Бюро (МЕБ).

Зазначені чинники вказують на те, що підвищення якості води, як основний гарант безпечності водних біоресурсів, шляхом проведення наукових біомеліоративних робіт та створення природно-штучного біомеліоративного комплексу на водоймах України, є вкрай актуальним та необхідним.

Природно-штучний біомеліоративний комплекс – це новостворений гідробіоценоз для різнотипних водних об'єктів (водотоків питного, іригаційного чи спеціального забезпечення, водойм рекреаційного, естетично-ландшафтного призначення), що створюється зарибленням водних об'єктів рибами-меліораторами різного спектру живлення, до складу якого входять водорості, вищі водяні рослини різних екологічних груп, молюски, у результаті чого формується нова технологія з високою ефективністю водопостачання та покращуються хімічні характеристики якості води: зростає абсолютний вміст розчинного у воді кисню, насичення води киснем, зменшується вміст розчинних органічних речовин у воді [8].

Альголізація та вселення певних видів риб-меліорантів є основними заходами для покращення якості води, відповідно до водної рамкової директиви 2000/60/ЄС. Крім того, ці заходи, враховуючи незаперечний факт глобального потепління, стають з кожним роком життєво необхідними для повнорежимного функціонування рибогосподарських водних об'єктів [5].

Отже, в сучасних соціально-економічних умовах України, із врахуванням інтеграції країни в Європейський Союз, дослідження видів іхтіофауни водойм України щодо вивчення біологічного різноманіття, визначення технологічних властивостей сировини із водних біоресурсів за умови епізоотологічного моніторингу інфекційних та інвазійних захворювань морських риб та гідробіонтів, визначення неблагоприємних акваторій та розробки сучасних високоефективних методів контролю поширення інфекцій є одними з першорядних завдань у сучасній аква- та марікультурі з метою розроблення рекомендацій щодо технологій інноваційних харчових продуктів, популяризації вітчизняної продукції із риби та нерибних об'єктів промислу.

Оцінка кількісних та якісних показників іхтіоценозів також має вирішальне значення при розробці природоохоронних заходів щодо збереження рибопродуктивності та підтримання біологічного різноманіття рибогосподарських водойм загальнодержавного та місцевого значення.

Метою досліджень наразі є оцінка технологічної функціональності рибної сировини з різних зон Чорного та Азовського морів, внутрішніх прісноводних водойм, визначення основних епізоотично-важливих та епідеміологічно-небезпечних збудників захворювань водних біоресурсів з подальшим удосконаленням методів контролю, розробка заходів з підвищення рибопродуктивності водойм басейну Чорного моря та внутрішніх прісноводних водойм, розроблення спільно з переробними підприємствами інноваційних видів рибних товарів з підвищеною доданою вартістю, конкурентоспроможних як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках; популяризація вітчизняних видів риб (зокрема чорноморських) та продукції з вітчизняної рибної сировини серед населення України.

Для реалізації поставленої мети, основними завданнями досліджень на сьогодні визначено:

- системний збір первинних наукових біологічних матеріалів стосовно видового та якісного складу іхтіофауни Чорного моря та внутрішніх прісноводних водойм;
- визначення домінуючих та найбільш важливих в сировинному аспекті видів іхтіофауни;
- встановлення та забезпечення дотримання оптимальних умов впродовж всього логістичного ланцюга – вилучення, транспортування, зберігання, переробка, реалізація товару;
- аналіз технологічних властивостей біологічної сировини, яку можливо отримувати з основних видів водних біоресурсів, для розроблення рекомендацій з комплексної переробки, розробки технологій інноваційних харчових продуктів та популяризації продукції з вітчизняних водних біоресурсів;
- проведення моніторингу іхтіопатологічних показників та визначення сезонної динаміки прояву хвороб, спричинених патогенними мікроорганізмами та паразитами;
- встановлення особливостей поширення збудників інфекційних та інвазійних захворювань у географічних межах акваторії Чорного та Азовського морів, внутрішніх прісноводних водойм;

- розроблення методів контролю поширення інфекцій та інвазій, спричинених епідеміологічно-небезпечними збудниками і вдосконалення методів ветеринарно-санітарної експертизи водних біоресурсів;
- визначення найбільш небезпечних захворювань, які мають епізотичне значення при культивуванні камбал та інших промислових риб;
- визначення необхідних заходів з біологічної меліорації, розробка режимів біомеліоративної експлуатації водойм та забезпечення відтворення водних біоресурсів у водних системах;
- розроблення пропозицій щодо перспективної доцільності промислу певних видів водних біоресурсів, їх переробки та реалізації.

Планується здійснювати постійний системний відбір водних біоресурсів в басейні Чорного моря та внутрішніх прісноводних водойм з метою реального достовірного контролю ризиків за критичними точками всього технологічного процесу переробки та логістики – від вилучення, транспортування, зберігання, до переробки та реалізації дослідних партій продукції на основі гідробіонтів у торговельних мережах України [7].

В результаті проведення наукових досліджень будуть отримані матеріали для експертних висновків щодо стану біорізноманіття іхтіофауни басейну Чорного моря та внутрішніх прісноводних водойм, підвищення рибопродуктивності водойм, підготовлені рекомендації щодо популяризації вітчизняних видів риб, нерибних об'єктів промислу та продукції з них, розроблені технологічні інструкції на сировину із гідробіонтів, напівфабрикати та готову продукцію.

На основі іхтіологічних досліджень в різних районах промислу буде встановлена сезонна динаміка прояву хвороб, спричинених патогенними мікроорганізмами та паразитами; визначені особливості поширення збудників інфекційних та інвазійних захворювань у географічних межах акваторії Чорного моря; розроблені методи контролю поширення інфекцій та інвазій, спричинених епідеміологічно-небезпечними збудниками; надані матеріали для вдосконалення.

Проте необхідно зазначити, що пріоритетним напрямком реалізації Стратегії розвитку галузі рибного господарства та гарантування продовольчої безпеки держави в розрізі групи рибних товарів є нарощування аквакультурного потенціалу України та його реалізація шляхом [6]:

- зменшення податкового тиску на виробників продукції аквакультури у природних водоймах шляхом суттєвого зниження орендних ставок на землю під водою та воду у рибницьких господарствах до рівнів, які прийнято у ЄС (в тих державах, де ці об'єкти не приватизовано та вони є об'єктом оренди);
- опрацювання податкового режиму для суб'єктів аквакультури, що сприяє збільшенню обсягів виробництва;
- пошук інвестора для будівництва на території України кормовиробничого комплексу, або ж заводу (Україна має значний сільськогосподарський потенціал для забезпечення рослинною сировиною комбікормових заводів. Необхідним є опрацювання питання використання у кормовиробництві для цілей аквакультури кормового борошна з антарктичного криля та похідних продуктів). Завод з виробництва рибних комбікормів забезпечить як внутрішній ринок аквакультури (лососеві, осетрові, коропові тощо), так і можна вести мову про пошуки зовнішніх ринків збуту повноцінних комбікормів;
- відновлення фінансування селекції в рибництві, утримання племінних стад місцевих високопродуктивних порід коропових; відтворення у штучних умовах з подальшим випуском у природне середовище аборигенних прісноводних та морських комерційно цінних та зникаючих видів риб (де це економічно доцільно та обгрунтовано), відновлення природних оселищ аборигенних видів риб з метою створення сприятливих умов для відтворення; відновлення фінансування з державного бюджету у необхідних обсягах з подальшим випуском у природні водойми риб-меліораторів (рослиноїдних);
- створення, з використанням сучасних технологій, спільних підприємств з комерційного вирощування в українських морських і прісноводних водоймах цінних видів риб: камбали-калкани, лосося, осетрів, форелі та інших, а також молюсків і водоростей;
- розробка конкретного проекту за участю ветеринарної служби України та Держпродспоживслужби для забезпечення процедури сертифікації живої риби, яка вирощена в умовах аквакультури та можливості в подальшому поставляти її на ринок Європейського Союзу (реалізація даного напряму дасть можливість виробникам живої риби здійснювати експорт власної продукції на ринок ЄС, що стимулюватиме нарощування її виробництва); створення пілотного проекту у сфері рибництва, який відповідатиме згаданим нормам;
- інвестування у створення, з використанням сучасних технологій, спільних підприємств з комерційного вирощування в українських

морських і прісноводних водоймах, а також у рециркуляційних системах, комерційно привабливих видів риб: камбали-калкани, лосося, осетрів, форелі та інших, а також молюсків і водоростей;

- залучення міжнародних експертів, представників експертного середовища та громадськості з метою доопрацювання законодавства України щодо аквакультури та рибальства відповідно до переліку законодавства України [1 – 4];
- запровадження «національного бренду» рибної продукції з метою популяризації та стимулювання споживання вітчизняної рибної продукції населенням України.
- за сприяння міжнародних організацій створення фонду охорони та відтворення водних біоресурсів і механізмів фінансово-кредитного забезпечення підтримки рибної галузі за напрямками: зариблення внутрішніх водних об'єктів загальнодержавного значення; компенсації капітального будівництва; здешевлення кредитів для рибогосподарських підприємств; компенсації (відшкодування) по страхуванню;
- модернізації обладнання для підприємств аквакультури та переробних підприємств.

Розвиток аквакультури сприяє оптимізації сировинної бази рибної промисловості, зниженню собівартості рибних продуктів та забезпечує їх конкурентоспроможність не лише на ринку України.

Встановлено, що недоліком існуючих технологій виробництва рибних продуктів є недостатнє використання вітчизняної рибної сировини, низька харчова та біологічна цінність, засвоюваність та гастрономічність рибних продуктів. Визначено, що основними напрямками ефективної переробки вітчизняної рибної сировини є виробництво продуктів прогнозованого хімічного складу із заданим комплексом позитивних властивостей [4, 5].

Таким чином, виходячи із зазначеної головної цілі роботи галузі – забезпечення продовольчої безпеки країни, стратегічним завданням повинна стати її повномасштабна структурна перебудова, яка допоможе:

- використовувати з найбільшою ефективністю можливості водойм України по природному і штучному відновленню;
- забезпечити сталий розвиток рибогосподарських підприємств.
- адаптувати діюче законодавство до сучасних умов господарювання, забезпечивши оптимальні умови розвитку галузі рибного господарства України;
- залучити для розвитку рибогосподарських підприємств кошти іноземних і вітчизняних інвесторів;

- оновити основні фонди підприємств на основі широкого впровадження у галузеве виробництво досягнень науки і техніки, сучасних технологій видобутку, збереження, транспортування і переробки риби;
- підвищити ефективність використання рибних запасів шляхом раціонального управління, забезпеченням їх довгострокового збереження, відтворення і належної охорони;
- підвищити якість і розширити асортимент рибної продукції, доступної для широких верств населення;
- розвивати міжнародне і науково-технічне співробітництво та зовнішньоекономічні зв'язки в галузі рибного господарства, здійснювати євроінтеграційні процеси;
- гармонізувати законодавство України щодо функціонування галузі до норм ЄС та інших провідних країн світу.

Отже, насичення ринку рибопродукції в Україні повинно досягатися за рахунок розвитку національного виробництва. Імпорт окремих видів рибних товарів доцільно контролювати обґрунтованими митними тарифами.

Практичні аспекти реалізації Стратегії розвитку галузі рибного господарства України відповідно до основних положень «Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015 – 2020 роки» передбачає проведення комплексних цілеспрямованих досліджень безпечності сировини із гідробіонтів азово-чорноморського басейну та внутрішніх прісноводних водойм з метою визначення технологічної функціональності сировини впродовж всіх етапів товароруку та забезпечення здорового харчування населення.

Література

1. Закон України Про рибу, інші водні живі ресурси та харчову продукцію з них (від 06.02.2003 № 486-IV)
2. Закон України Про рибне господарство, промислове рибальство та охорону водних біоресурсів (від 08.07.2011 № 3677-VI)
3. Закон України Про аквакультуру (від 18.09.2012 № 5293-VI)
4. Інновації в харчовій промисловості: від наукової ідеї до впровадження : монографія / А.А. Мазаракі, А.І. Українець, Г.О. Сімахіна, та ін. – К. : Нац. ун-т харч. технологій ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 360 с.

5. Інноваційні технології переробки риби : монографія / Т.К. Лебська, О.В. Сидоренко, Н.В.Притульська. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 379 с.
6. Мазаракі А.А. Модернізація системи державного управління в галузі рибного господарства / А.А. Мазаракі, В.П. Коротецький, О.В. Сидоренко // Наук. зб. «Інтегроване управління водними ресурсами». – К. : ДИА. – 2013. – № 1. – С. 13–25.
7. Методи гідроекологічних досліджень поверхневих вод / За ред. В. Д. Романенка. – НАН України. Ін-т гідробіології. – К.: ЛОГОС, 2006;
8. Спосіб покращення природної якості води та ефективності роботи спеціальних об'єктів водозабезпечення шляхом створення природно-штучного біомеліоративного комплексу UA №101959 U МПК C02F 3/00 / Щербак В.І., Коротецький В.П., Сидоренко О.В., Боліла Н.О., Якобчук Ю.О. – № u 2015 03296; заявл. 07.04.2015; опубл. 12.10.2015.– Бюл. №19.

Інтернет-джерела

9. Національна Комісія Codex Alimentarius [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://codex.co.ua>
10. Міністерство аграрної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minagro.kiev.ua
11. Рибне господарство : сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Сім'ячко О.І., доцент, канд. техн. наук,
доцент кафедри товарознавства та митної справи,
Київський національний торговельно-економічний університет

КУХОННИЙ ПОСУД НА РИНКУ УКРАЇНИ

Кухонний посуд – це посуд у формі порожнистої посудини, призначений для використання під час приготування їжі або напоїв

на печі, плиті або на полиці духовки (визначення за ДСТУ EN 12983-1:2003 [1]).

Безпечність приготовленої їжі чи напоїв залежить не тільки від якості харчових продуктів, а й від кухонного посуду, який при цьому застосовувався. Чинниками, які можуть вплинути на безпечність приготовленої їжі, є матеріал, з якого виготовлено кухонний посуд, склад нанесеного на посуд покриття чи його відсутність, неправильний вибір посуду залежно від виду харчового продукту, недотримання правил експлуатації кухонного посуду залежно від матеріалів, з яких він виготовлений.

Недотримання виробником вимог щодо конструкції кухонного посуду може не тільки знизити його ергономічні властивості та завдавати незручностей споживачу під час експлуатації такого виробу, а й призвести до шкоди здоров'ю, наприклад, спричинити опіки.

Неправильний вибір кухонного посуду залежно від типу приладу нагрівання, для якого він призначений, нехтування інформацією, наведеною у маркуванні (чи відсутність такої інформації у маркуванні), може призвести до надмірних енерговитрат під час приготування їжі, збільшення тривалості цього процесу або навіть до руйнування посуду.

З огляду на зазначене вибір кухонного посуду під час його купівлі чи експлуатації повинен базуватися на знаннях особливостей виробів з різних матеріалів та вимог до їх якості та маркування.

Залежно від матеріалу, з якого виготовлено кухонний посуд, він поділяється на: металевий (сталевий, чавунний, алюмінієвий, мідний); скляний; склокерамічний; керамічний.

Сталевий кухонний посуд виготовляється з нержавіючої сталі або з вуглецевої конструкційної сталі з емалевим покриттям.

Матеріалом для виготовлення посуду з нержавіючої сталі є хромістонікелеві нержавіючі сталі, серед яких має високі експлуатаційні властивості та широко застосовується сплав з вмістом 18% хрому та 10% нікелю. Суттєвою перевагою посуду з нержавіючої сталі є його висока корозійна та хімічна стійкість. Нержавіюча сталь є інертним матеріалом, стійким до впливу речовин, які містяться у харчових продуктах, що визначає його безпечність. Посуд з нержавіючої сталі є міцним та термічно стійким. Проте слід уникати нагрівання до високої температури посуду без рідини – це спричиняє утворення синьо-зелених плям на поверхні виробу.

Нержавіюча сталь добре піддається поліруванню, що полегшує очищення посуду та забезпечує йому високі естетичні властивості. Під

час очищення посуду з нержавіючої сталі необхідно уникати використання абразивних засобів, які можуть пошкодити поверхню і спричинити втрату глянсу.

Вищими споживними властивостями володіють вироби з нержавіючої сталі з багат шаровим дном. Воно забезпечує рівномірну передачу тепла всередину посуду – завдяки цьому тепло розподіляється рівномірно; після приготування їжі вона довше залишається теплою.

Недоліками посуду з нержавіючої сталі є його відносно висока вартість та можливість появи у деяких споживачів алергічної реакції на нікель [2].

Сталевий посуд з вуглецевої конструкційної сталі, яка є корозійно нестійкою, покривають силікатною емаллю. Емалеве покриття є хімічно стійким, утворює гладеньку глясову поверхню, що легко очищується і забезпечує сталевому емальованому посуду необхідний рівень гігієнічних властивостей. Недоліками такого посуду є невисокі ударна міцність та термостійкість емалевого покриття. Сталевий емальований посуд необхідно оберегти від ударів та різких перепадів температури (особливо від різкого охолодження нагрітого до високої температури виробу). Для механічного захисту емалевого покриття на бортах корпусів і кришок посуду використовують обідки з корозійностійкої нержавіючої сталі. Користування сталевим емальованим посудом, який має пошкоджене емалеве покриття на внутрішній поверхні, особливо тій, що контактує з харчовими продуктами, небезпечно через ризик потрапляння до їжі сполук металів та частинок силікатної емалі, що відшарувались.

Емалеве покриття сталевого емальованого посуду, яке контактує з харчовими продуктами, повинно мати дозвіл Міністерства охорони здоров'я України [3]. Допустимий вміст токсичних речовин не повинен перевищувати у модельних середовищах: бору – 4 мг/дм³, хрому, нікелю, кобальту – 0,1 мг/дм³, фтору – 0,5 мг/дм³, цинку, свинець, мідь, миш'як – виявлятися не повинні [3].

Посуд з чавуну виготовляють литтям – вироби мають потовщені стінки та велику масу. Посуд з чавуну повільно нагрівається та довго зберігає тепло, яке рівномірно розподіляється по всій поверхні виробу, що важливо для готування страв шляхом тушкування. Можливість готування на малому вогні дозволяє заощаджувати електроенергію та інші джерела нагрівання [4]. Посуд з чавуну характеризується високою міцністю та термостійкістю, нетоксичністю. Недоліками посуду з чавуну є його велика маса, крихкість під впливом великих ударних навантажень

та пориста поверхня, що ускладнює очищення. Останній недолік може бути нівельований шляхом спеціальної обробки поверхні [4] чи нанесенням емалевого покриття.

Алюміній є поширеним матеріалом для виготовлення кухонного посуду. Він є легким металом з високою теплопровідністю, тому посуд з алюмінію має малу масу та швидко нагрівається. Алюміній має високу корозійну стійкість через утворення на його поверхні під впливом кисню з повітря тонкої, але дуже щільної та міцної плівки оксиду алюмінію. Проте цей матеріал легко піддається механічному впливу та руйнується під дією кислот і лугів. Поверхня алюмінієвого посуду може активно взаємодіяти з харчовими кислотами та лужними речовинами, особливо у місцях руйнування оксидної плівки під час використання металевого кухонного приладдя, з утворенням шкідливих для здоров'я людини сполук. Тому забороняється використовувати алюмінієвий посуд для приготування страв з оцтом, кислими овочами і фруктами, а також застосовувати цей посуд для тривалого зберігання будь-яких продуктів, у тому числі й води [5]. У країнах ЄС посуд, у якому харчові продукти контактують з алюмінієм заборонений до застосування [2]. Дану проблему вирішують шляхом нанесення покриттів на внутрішню поверхню посуду для уникнення контакту алюмінію з харчовими продуктами.

Алюмінієвий посуд може виготовлятися штампуванням та литтям. Штампований посуд виробляється з листового алюмінію і звичайно має товщину від 1,5 до 4,5 мм. Чим більша товщина стінок, тим менше виріб деформується під впливом зовнішніх чинників. Кращі експлуатаційні властивості має штампований посуд з товщиною стінок – 3-4 мм. Для склокерамічних і газових плит алюмінієвий посуд доцільніше вибирати з товщиною дна не менше 2 мм, що зменшує ймовірність його деформації під час швидкого нагрівання. Ливарний посуд виготовляється методом кокільного лиття. Товщина його стінок варіюється від 4,5 до 6 мм [6]. Посуд з ливарного алюмінію важчий від штампованого, проте значно легший за аналогічний чавунний.

Перевагами алюмінієвого посуду є мала маса, швидкість нагрівання, корозійна стійкість, міцність (проте штамповані тонкостінні вироби легко деформуються), тривалий термін служби (для виробів з покриттям термін служби визначатиметься довговічністю останнього, оскільки порушення цілісності покриття на внутрішній поверхні виробу виключає його захисну дію і не забезпечує безпечність посуду), невисока вартість. Алюмінієвий посуд без покриття не рекомендується

очищувати з використанням абразивних засобів, які утворюють подряпини на поверхні.

Перевагою мідного посуду є його висока теплопровідність: у 10 разів вище, ніж у нержавіючої сталі та у 2 рази вище, ніж у алюмінію. Тому мідний посуд нагрівається рівномірно і дуже швидко. Це дозволяє готувати страви на слабкому та помірному вогні з чітким регулюванням температури нагрівання. При взаємодії з харчовими кислотами мідь утворює токсичні сполуки, тому на внутрішню поверхню мідного посуду наносять покриття з олова, нікелю чи нержавіючої сталі. Таке покриття запобігає контакту харчових продуктів з мідною поверхнею та значно підвищує довговічність біметалевого мідного посуду. Покриття нікелем чи нержавіючою сталлю є більш міцним і стійким до більш високих температур, порівняно з олов'яним. Тому мідний посуд з внутрішнім покриттям оловом призначений для кип'ятіння води: у цьому випадку стінки посуду не нагріваються вище температури кипіння води. Мідний посуд без захисного покриття може застосовуватись для приготування не кислих холодних страв, кремів, десертів.

До переваг мідного посуду також відноситься його привабливий зовнішній вигляд, але виробы з цього металу потребують особливого догляду. Не рекомендується допускати нагрівання пустого мідного посуду; під час його експлуатації доцільно користуватись дерев'яним чи іншим кухонним приладдям, яке не пошкоджує поверхню виробу; очищення посуду рекомендується виконувати вручну за допомогою води і мийних засобів або з використанням спеціальних засобів для чищення міді [7].

Посуд з жаростійкого скла виготовляється з боросилікатного скла. Завдяки вмісту оксиду бору у складі скла воно набуває підвищеної міцності, термічної та хімічної стійкості. Такі властивості дозволяють використовувати посуд з жаростійкого скла для тривалого приготування страв за підвищених температур, а також у НВЧ-печах. Внаслідок високої хімічної стійкості посуд з жаростійкого скла не виділяє у їжу токсичних речовин навіть за високої температури. Низька теплопровідність жаростійкого скла забезпечує більш тривале зберігання страви у теплому стані. Завдяки ідеально гладенькій поверхні даний посуд має високу гігієнічність, не поглинає сторонні запахи, легко очищується. Властивості посуду з жаростійкого скла дозволяють для його очищення використовувати посудомийні машини, а під час приготування їжі в ньому застосовувати металеве кухонне приладдя без ризику втрати

зовнішнього вигляду та експлуатаційних властивостей. Ще однією перевагою кухонного посуду з жаростійкого скла є можливість візуального контролю процесу приготування їжі завдяки прозорості посуду [8].

Асортимент посуду з жаростійкого скла включає каструлі, жаровні, посуд для випікання різних форм та розмірів, термостійкі кришки для металевого посуду, заварні чайники та колби, контейнери та ємності для зберігання, столовий посуд та ін. [8].

Склокерамічний посуд з ситалів характеризується стійкістю до перепадів температури (до 130 °С), зносостійкістю та стійкістю до впливу механічних навантажень. Для отримання посуду з ситалів виріб зі скла спеціального хімічного складу, сформований пресуванням, видуванням або прокаткою, нагрівається до необхідної температури для завершення створення особливої кристалічної структури, що надає даному виробу міцності та інших унікальних характеристик. На відміну від традиційного керамічного посуду склокерамічний посуд практично не має пор, його кристали менших розмірів і більш однорідні. Порівняно зі склом склокерамічний посуд твердіший, не деформується під впливом більш високих температур, має у декілька разів вищу міцність.

Маючи підвищену міцність і зносостійкість посуд зі склокераміки майже не утворює тріщини і сколи; завдяки щільності, однорідності та мінімальному розмірові кристалів для нього не характерне утворення мікротріщин, що разом з високою хімічною стійкістю цього матеріалу забезпечує посуду виключну гігієнічність і легкість очищення. Посуд зі склокераміки характеризується підвищеною термічною стійкістю і може використовуватись як для охолодження, так і для розігрівання. Миття склокерамічного посуду може виконуватись за допомогою посудомийних машин, що не змінює його зовнішній вигляд та експлуатаційні характеристики.

Склокерамічний посуд може бути фарбований у масі у різні кольори. Яскравість і насиченість кольорів є відмінною ознакою посуду зі склокераміки, що не втрачається у процесі експлуатації.

Склокерамічний посуд для плит може використовуватись для варіння, тушкування та запікання. Склокерамічні каструлі, пательні та інші посудини можна використовувати на склокерамічних і газових варильних поверхнях, у духових шафах, НВЧ-печах, холодильниках і морозильних камерах [9].

Недоліками посуду з жаростійкого скла та ситалів є низька стійкість до різких та сильних ударів, різкого нагрівання і температурного шоку, спричиненого сильним нагріванням і різким охолодженням.

Керамічний кухонний посуд отримують випалюванням з глинистих матеріалів з мінеральними добавками або без них.

Перевагами керамічного посуду є: екологічність (черепок виготовляють з натуральних матеріалів), висока хімічна стійкість, висока термостійкість, висока механічна міцність і стійкість до утворення подряпин (під час приготування їжі у керамічному посуді можна користуватись металевим кухонним приладдям), низька теплопровідність, що дозволяє довше зберігати температуру. Для керамічного посуду характерні збереження аромату та смаку їжі, рівномірний розподіл температури всередині виробу і запобігання пригоранню їжі.

До недоліків керамічного кухонного посуду можна віднести: невисоку стійкість до різких перепадів температури (необхідність поступового нагрівання посуду і запобігання різкому охолодженню нагрітого до високої температури виробу); пористість неглазурованої поверхні керамічного виробу, що зумовлює складність її очищення та поглинання посудом запаху їжі, яка у ньому готувалась; крихкість (невисока ударна міцність і схильність до утворення тріщин, щербин).

Глазурований керамічний кухонний посуд має вищі гігієнічні властивості (легше очищується, не поглинає запахи їжі) та привабливий зовнішній вигляд.

Керамічний кухонний посуд може бути застосований на газових, електричних, склокерамічних плитах, у духових шафах і НВЧ-печах. Для індукційних плит керамічний посуд не призначений [10, 11].

Під час вибору кухонного посуду важливо враховувати тип приладів для нагрівання, для яких він може використовуватись (обов'язковий реквізит у маркуванні виробу). Так металевий посуд з рельєфним дном доцільно використовувати на газових плитах, оскільки рельєфне формування дна дозволяє збільшити площу його нагрівання. Дно посуду для електричних та склокерамічних плит повинно бути плоским. Для індукційних плит використовується лише посуд з феромагнітними властивостями та потовщеним дном. Він може бути виготовлений з нержавіючої або емальованої сталі, чавуну, алюмінію з феромагнітом. Для приготування страв у НВЧ-печах застосовується скляний або керамічний посуд без декорування препаратами золота або срібла.

Ринок посуду в Україні є імпортозалежним: частка вітчизняної продукції у загальному обсязі продажу через торгову мережу за позицією «Посуд та набори столові» за період з 2005 року по 2013 рік

поступово знижувалась від 42,6% у 2005 році до 24,8% у 2013 році. У 2014-2015 роках частка вітчизняної продукції у загальному обсязі продажу за позицією «Посуд та набори столові, побутові товари неелектричні» становила 32,2 і 31,2% відповідно [12]. Роздрібний товарооборот за позицією «Посуд та набори столові» у вартісному виразі за період з 2005 року по 2013 рік зріс з 465 до 2237 млн. грн (частка продажу за даною позицією у загальному обсязі товарообороту підприємств України становила за цей період 0,4-0,5%), а у 2014-2015 році за позицією «Посуд та набори столові, побутові товари неелектричні» він становив 2801 та 3124 млн. грн відповідно (0,6% від загального обсягу товарообороту) [12].

В асортименті кухонного посуду, представленого на ринку України, можна виділити продукцію преміум-класу від визнаних у світі виробників з багаторічним досвідом роботи, яка характеризується високою якістю і застосуванням передових технологій та сучасного дизайну. До виробників кухонного посуду преміум-класу на ринку України відносяться:

1. Skeppshults Gjuteri AB, Швейцарія (ТМ Skeppshult) – провідний виробник чавунного кухонного посуду з 25-річною гарантією на кожен виріб [13].
2. Fissler GmbH, Німеччина – виробник професійного та побутового кухонного посуду з нержавіючої сталі, чавуну [14].
3. Staub, Франція – виробник чавунного та керамічного кухонного посуду [15].
4. ТМ Le Creuset, Франція – чавунний та керамічний посуд [16].
5. Компанія BergHOFF WorldWide, Бельгія (ТМ BergHOFF) – виробник металевого кухонного посуду [17].
6. Ballarini (Італія) – виробник професійного та побутового кухонного посуду з алюмінію, міді, сталі: сковороди, каструлі, форми для випікання [18].
7. Lacor, Іспанія – виробник посуду з нержавіючої сталі [19].
8. Компанія Zepher International – виробник кухонного посуду з нержавіючої сталі [20].
9. Компанія VINZER, Швейцарія – виробник кухонного посуду з нержавіючої сталі та алюмінію з нелипким покриттям [21].
10. Концерн Alluflon, Італія (ТМ Moneta) – виробник алюмінієвого посуду з нелипким покриттям Ceramica, Whitech [22].
11. Компанія GreenPan, Бельгія (ТМ GreenPan) – виробник посуду з нелипким керамічним покриттям Thermolon [23].

12. Emile Henry, Франція – світовий лідер з виробництва професійного та побутового керамічного кухонного посуду [24].

Кухонний посуд середнього та нижнього цінових сегментів представлений такими виробниками та торговими марками: «Біол» (Україна, м. Мелітополь), НВП «Ситон» (Україна, м. Дніпро), ПП «Сталкер-2000» (Україна, м. Мелітополь), ТОВ «Новомосковський посуд» (Україна, м. Новомосковськ Дніпропетровської обл.), ТМ PYREX (Франція), Simax (Чехія), DEKOK Kuchentartikel Inc. &Co KG (Австрія), Bergner (Китай), ТМ Frabosk (Італія), ТМ «ІНТЕРОС» (Avsar Enamel A.S., Туреччина), ТМ Vogsam (виробник – Pasabahce, Туреччина), Zauberg (Китай), ТМ Kamille, ТМ Blaumann (Угорщина) та інші.

Компанія «Біол» (м. Мелітополь) на вітчизняному ринку з 2000 року. Виробляє посуд з алюмінію, зокрема ливарний. Асортимент продукції «Біол» включає сковороди з керамічним та неліпким покриттям, каструлі, казани, гусятниці, жаровні [25].

Науково-виробниче підприємство «Ситон» виробляє більше 150-ти найменувань посуду з чавуну: сковороди, каструлі, гусятниці, казани, чавунці пічні тощо. В його асортименті представлені вироби без покриття та емальовані. Продукція виготовляється методом кокільного лиття, що дає можливість одержувати готові вироби без відхилень за формою і розмірами.

Ливарний чавунний посуд без покриття з спеціальною термічною обробкою виготовляється за запатентованою технологією «Термо». Спеціальна термічна обробка забезпечує захист чавунного посуду без покриття від дії харчових кислот, що викликають процеси окислювання, одержання оптимального поєднання міцності та пластичності виробу і однорідного класичного матово-чорного кольору посуду [4].

Емальований чавунний посуд «Термо» від НВП «Ситон» зовні покривається як глянсовою емаллю різних кольорів, так і чорною матовою, внутрішня поверхня – тільки чорним неліпким емалевим покриттям, або виготовляється без покриття, але зі спеціальною термічною обробкою. Емальований чавунний посуд «Термо» характеризується високими гігієнічними властивостями, що забезпечується високою стійкістю до хімічних речовин (кислот, лугів, води, розчинників, масел, ультрафіолетових променів, солей), корозійною стійкістю, твердістю покриття (стійкість до подряпин і абразивних речовин), стійкістю до забруднень і, відповідно, легкістю очищення. Крім того, покриття є жароміцним – емаль витримує періодичне і

довгострокове нагрівання без зміни фізичних і хімічних властивостей, зовнішнього вигляду [4].

ПП «Сталкер-2000» на українському ринку посуду більше 12 років. Підприємство виробляє кухонний посуд з ливарного алюмінію: казани місткістю 1,5-15 л (для плити, багаття, татарські), каструлі (місткістю 2,5-5 л), сковороди з рифленим і рівним дном діаметром 20-33,3 см, форми для випікання [26].

ТОВ «Новомосковський посуд» є виробником сталевого емальованого посуду під торговою маркою EPOS (більше 150 найменувань виробів для різних господарських потреб). Кухонний посуд представлений каструлями, чайниками та їх комплектами [27].

Кухонний посуд з боросилікатного жаростійкого скла під торговою маркою PYREX з 2005 року виробляється за ліцензією фірмою Arc International (Франція). Дана торгова марка широко поширена у світі і правом виробництва товарів під цим брендом володіють ще деякі компанії, асортимент їх продукції включає не тільки посуд з боросилікатного скла, а й керамічні вироби, посуд для випікання, для НВЧ-печей тощо.

Жаростійкий посуд PYREX з боросилікатного скла має характерний блакитний відтінок. Виробник гарантує якість своєї продукції з боросилікатного жаростійкого скла протягом 10 років за умови дотримання умов експлуатації. В асортименті посуду торгової марки PYREX від Arc International жаровні, форми для випікання круглі, овальні, прямокутні, квадратні, каструлі різного діаметру, чайники, кришки з жаростійкого боросилікатного скла [28].

Кухонний посуд Simax (Чехія) з жаростійкого скла може бути використаний не тільки для приготування їжі, але й для наступного зберігання її у холодильнику чи морозильній камері. Використовуючи посуд, необхідно дотримуватись принципу поступового підвищення чи зниження температури. Товстостінні форми для випікання і чаші можуть бути використані для приготування їжі в усіх видах печей, у тому числі НВЧ-печах. Тонкостінні каструлі можуть бути використані на електричній, газовій та склокерамічній плитах, якщо дно посуду менше або такого ж розміру, що й конфорки [29].

Компанія Bergner (Китай) виробляє кухонний посуд під торговими марками Bergner, KaiserHoff, Wellberg, Va Bene [30]. Видовий асортимент кухонного посуду торгових марок Bergner, KaiserHoff, Wellberg включає каструлі (з нержавіючої сталі, сталеві емальовані, алюмінієві, керамічні та скляні), пароварки, молоковари з нержавіючої

сталі, сковороди алюмінієві з нелипким покриттям, чайники, кавоварки гейзерні з нержавіючої сталі, форми для випікання (сталеві, керамічні, скляні, силіконові) та ін. Кухонний посуд торговельної марки Va Bene представлений каstrулями та формами для випікання з жаростійкого скла.

Компанія DEKOK Kuchenartikel Inc. &Co KG (Австрія) – виробник керамічного та скляного жаростійкого кухонного посуду, металевих форм для випікання, чайників з нержавіючої сталі [31].

ТМ Frabosk (Італія) представлена професійним та побутовим кухонним посудом з нержавіючої сталі, алюмінію. Крім того, в асортименті фірми – біметалевий посуд (мідний з покриттям нержавіючою сталлю) [32].

Avsar Enamel A.S. (Туреччина) – виробник сталевого та алюмінієвого емальованого посуду, представленого на вітчизняному ринку під торговою маркою «ІНТЕРОС» [33].

Посуд ТМ Vogsam (Туреччина) виробляється з жаростійкого скла і здатний витримувати перепад температури до 170°C. Посуд може використовуватись на різних видах плит, у духових печах та НВЧ-печах. Асортимент посуду ТМ Vogsam включає каstrулі різної місткості та форми для випікання [34].

Кухонний посуд торгової марки Zauberger (Китай) представлений виробами з нержавіючої сталі та вуглецевої сталі з емальованим покриттям для різних типів приладів для нагрівання [35].

Кухонний посуд ТМ Kamille представлений виробами з нержавіючої сталі, алюмінію, кераміки. Асортимент включає каstrулі, гусятниці, сковороди, чайники, гейзерні кавоварки з нержавіючої сталі та ливарного алюмінію, ковші, форми для випікання та ін. [36].

Посуд ТМ Vlaumann (Угорщина) [37] представлений виробами зі сталі, алюмінію і скла. Видовий асортимент кухонного посуду Vlaumann включає каstrулі (з нержавіючої сталі, сталеві емальовані, алюмінієві), молоковари з нержавіючої сталі, гусятниці з ливарного алюмінію, сковороди алюмінієві, сталеві форми для випікання.

Вимоги до безпечності кухонного посуду в Україні регламентуються такими національними стандартами: ДСТУ EN 12983-1:2003 [1], ДСТУ SEN/TS 12983-2:2007 [38], ДСТУ ENV 13834:2007 [39].

Відповідно до ДСТУ EN 12983-1:2003 [1] кухонний посуд повинен бути виготовлений з матеріалів такого виду та якості, щоб за нормальних умов його використання не було токсичного впливу на органолептичні показники якості їжі, приготовленої в ньому.

Виріб повинен бути стійким під час його встановлювання порожнім без накривки на похилу поверхню 5° у найнезручнішій позиції, крім виробів, особливості дизайну яких перешкоджають виконанню цієї вимоги, наприклад, казан з випуклим дном.

Усі поверхні, які контактують з їжею, повинні легко очищуватися за нормальних умов.

Усі конструктивні елементи не повинні мати рубців, відшарувань або гострих країв, які можуть стати причиною поранення або незручності для споживача.

Посуд місткістю більше ніж $3,75 \text{ дм}^3$ або повною масою 5 кг, будучи до краю наповненим водою, повинен мати дві ручки.

Ручки повинні бути розміщені вище центра ваги посуду, заповненого водою до його повної місткості. Для дрібних виробів повинен бути проміжок 30 мм між ручкою та її горизонтальною проекцією від дна до точки половини довжини ручки.

Конструкція кулястої ручки повинна передбачати можливість нормально використовувати її без контакту з будь-якою поверхнею, температура якої перевищує: для металевієї поверхні – 55°C , пластикової – 70°C , дерев'яної – 89°C , керамічної та скляної – 66°C .

Ручки кухонного посуду повинні витримувати випробування на стійкість до горіння, термостійкість, міцність з'єднання, міцність на вигин, утомлену міцність та термічну небезпеку відповідно до ДСТУ EN 12983-1:2003.

Конструкція накривки повинна бути такою, щоб була можливість її легко знімати, використовуючи зусилля, еквівалентне навантазі 2 Н у будь-якій позиції за температури $23 \pm 5^{\circ}\text{C}$.

Точки усіх указаних вимірювань повинні бути чітко представлені споживачеві, тобто у формі простого ескізу.

Кухонний посуд може мати декоративне, нелипке (цей термін згідно з ДСТУ EN 12983-1:2003 означає покриття, нанесене на внутрішню частину посуду для досягнення ефекту неприлипання їжі під час її готування та полегшення очищування посуду), захисне та енергозберігальне покриття.

Емалеве покриття на сталевому та чавунному кухонному посуді повинно витримувати випробування киплячою лимонною кислотою, киплячою водою, термічним шоком, ударами. Емалеве покриття на алюмінієвому кухонному посуді повинно володіти необхідною адгезією.

Кухонний посуд з твердоанодованого алюмінію повинен мати середню товщину анодованого шару не менше 25 мм, бути корозійно– та лугостійким.








Зовнішні органічні покриття на кухонному посуді повинні витримувати випробування злипанням на відлущування та міцності покриття під дією дряпання цанговим олівцем.

Відповідно до ДСТУ EN 12983-1:2003 усі вироби або їх упаковки повинні бути марковані такою інформацією так, щоб її було видно під час торгівлі:

- назва типу, матеріалу та розміру виробу;
- перелік усіх типів джерел нагрівання, до яких придатний виріб (табл. 1);
- назва виробника, постачальника та інструкції щодо виробу.

Таблиця 1

Графічні позначки (піктограми) у маркуванні кухонного посуду щодо типу приладу для нагрівання, який для нього призначений (за ДСТУ EN 14916:2009) [40]

Форма позначки	Значення позначки	Форма позначки	Значення позначки
	Газова плита		Індукційна плита у склокераміці
	Електрична плита (кільце нагрівання)		Конвекційна піч
	Електрична плита (твердий нагрівач)		Мікрохвильова піч
	Променева або галогенна плита у склокераміці		

Відповідно до ДСТУ EN 14916:2009 будь-яка графічна позначка (піктограма) повинна бути достатньо великого розміру, щоб її було добре видно і зручно читати.

До усіх виробів кухонного посуду необхідно додавати відповідні інструкції щодо доглядання, безпеки та використання, які містять [1]:

- рекомендації щодо підготовки перед першим використанням;
- рекомендації щодо очищення після використання;
- рекомендації щодо очищення фурнітури;
- рекомендації щодо отримання оптимальної енергоекономії;
- рекомендації щодо загальної безпеки. Зокрема, якщо значення максимальної температури поверхонь виробу перевищують встановлені стандартом, то виробник повинен зазначити про засторогу під час використання такого посуду;
- особливі рекомендації щодо догляду за поверхнями, які не пригорають;
- особливі інструкції з безпеки та попередження притаманних небезпек, якщо виріб використовується для сильного смаження. У деяких випадках вказують рівень заповнення, який не можна перевищувати;
- особливі рекомендації щодо безпеки використання алюмінієвих основ на сковородах з нержавіючої сталі, якщо дозволене сухе смаження;
- рекомендації, що робити, якщо виріб незадовільної якості;
- назву та контактну адресу виробника та постачальника.

Додаткові загальні та особливі вимоги до керамічного, скляного та склокерамічного кухонного посуду регламентуються в Україні ДСТУ CEN/TS 12983-2:2007 [39].

ДСТУ ENV 13834:2007 [38] встановлює вимоги до безпечності складових частин посуду для випікання під час використання у звичайних побутових печах.

Отже, на ринку України представлений широкий вибір кухонного посуду з різних матеріалів від різних виробників та різних цінових сегментів. В Україні діють національні стандарти, що регламентують вимоги до безпечності та маркування кухонного посуду, які є гармонізовані з європейськими стандартами. Купуючи кухонний посуд, слід уникати продукції невідомих виробників сумнівної якості, оскільки вона може бути небезпечною для здоров'я споживача.

Література

1. ДСТУ EN 12983-1:2003 Посуд побутовий кухонний. Ч. 1. Загальні вимоги (EN 12983-1:2000, IDT). — [Чинний від 2004-07-01]. — К. : Держспоживстандарт України. — 2003. — 25 с. — (Національний стандарт України).

2. Про посуд, яким ми користуємось // Вісник якості. – 2014. – № 1. – С. 1-2. – Режим доступу: http://www.krivbasscenter.dp.ua/doc/Gazeta/Вісник_Якості_січень.pdf.
3. ДСТУ 3276-95 Посуд сталевий емальований. Загальні технічні вимоги. – [Чинний від 1997—01—01]. – К. : Держстандарт. — 1996. – 19 с. – (Національний стандарт України).
4. Научно-производственное предприятие СИТОН. – Режим доступу: <http://syton.com.ua>.
5. Вред алюминиевой посуды, последствия ее использования. – Режим доступу: <http://www.poedim.ru/content/920-vredna-li-posuda-iz-alyuminiya>.
6. На что стоит обращать внимание при выборе посуды для кухни. – Режим доступу: <http://www.evroposuda.ru/eto-interesno/na-chto-stoit-obraschat-vnimanie-pri-vybore-posudy-dlya-kuhni.html>.
7. Посуда из меди. – Режим доступу: <http://posudoff.com.ua/mednaia-posuda-posuda-iz-medi.html>.
8. Посуда с жаростойкого стекла. – Режим доступу: <http://posudoff.com.ua/posuda-iz-gasostoikogo-stekla-posuda-iz-garoporochnogo-stekla.html>.
9. Посуда из склокерамики. – Режим доступу: <http://posudoff.com.ua/steklokeremicheskaia-posuda-iz-steklokeramiki-kiev-kupit.html>.
10. Керамическая кастрюля залог здоровой, полезной и вкусной еды. – Режим доступу: <http://dokuhni.ua/kastryuli-cerama>.
11. Керамическая посуда на современной кухне. – Режим доступу: <http://dokuhni.ua/articles/keramicheskaya-posuda-na-sovremennoy-kuhne>.
12. Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Skeppshult. – Режим доступу: <http://skeppshult.com.ua>.
14. Fissler. – Режим доступу: <http://www.fissler.com>.
15. Staub. – Режим доступу: <https://www.staub-online.com>.
16. Le Creuset. – Режим доступу: <http://www.lecreuset.com>.
17. BerghOFF. – Режим доступу: <https://berghoffworldwide.com>.
18. Ballarini. – Режим доступу: www.ballarini.it.
19. Lacor. – Режим доступу: <http://www.lacor.es>.
20. Zepter International. – Режим доступу: <http://www.zepter.ua/MainMenu/Products/HomeArt/MasterpieceCookware/Product-Range.aspx>.
21. VINZER. – Режим доступу: <http://vinzer.ua/kuhnya>.
22. Moneta. – Режим доступу: www.moneta.it.
23. GreenPan. – Режим доступу: <http://www.greenpan.com>.
24. Emile Henry. – Режим доступу: <http://www.emilehenry.com>.
25. Алюмінієвий посуд «Біол» Мелітополь. – Режим доступу: <http://posudoff.com.ua/aliuminievaia-posuda-biol.html>.

26. Алюминиевая посуда. – Режим доступа: http://alpos.com.ua/index.php?option=com_sobi2&Itemid=27.
27. Epos Новомосковская посуда. – Режим доступа: <http://uaposuda.biz/ru/catalog>.
28. Жаропрочная посуда PYREX. – Режим доступа: <http://posudoff.com.ua/garoprochnaja-posuda-pyrex.html>.
29. Посуда Simax Чехия – рекомендации в использовании и уходе. – Режим доступа: <http://posudoff.com.ua/posuda-simax-chehia-rekomendacii.html>.
30. Интернет-магазин посуды Кайзерхоф. – Режим доступа: <http://kaiserhoff.com.ua/article.php?id=11>.
31. Декок. – Режим доступа: <http://dekok.su/ru>.
32. Frabosk. – Режим доступа: <http://www.frabosk.it>.
33. Avsar. – Режим доступа: <http://www.avsar.com/products>.
34. Borcam. – Режим доступа : <http://www.pasabahce.com/en/about-us/brands/borcam>.
35. Goodcook. Магазин Посуды и Кухонной техники. – Режим доступа: <http://www.goodcook.com.ua/glavnaya/zauberg-kitay.html>.
36. Посуд ТМ Kamille. – Режим доступа: http://skorovarka.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=114:qkamilleq&catid=36:2012-12-17-14-50-27&Itemid=123.
37. Blaumann Ukraine. – Режим доступа: <http://blaumann.com.ua/uk/pro-nas.html>.
38. ДСТУ CEN/TS 12983-2:2007 Посуд побутовий кухонний. Ч. 2. Додаткові загальні та особливі вимоги до керамічного, скляного та склокерамічного кухонного посуду (CEN/TS 12983-2:2005, IDT). — [Чинний від 2009—10—01]. — К. : Держспоживстандарт України. — 2012. — 13 с. — (Національний стандарт України).
39. ДСТУ ENV 13834:2007 Посуд кухонний. Посуд для випікання у звичайних побутових печах (ENV 13834:2000, IDT). — [Чинний від 2009—10—01]. — К. : Держспоживстандарт України. — 2012. — 14 с. — (Національний стандарт України).
40. ДСТУ EN 14916:2009 Посуд побутовий для готування їжі. Графічні позначки (піктограми) (EN 14916:2005, IDT). — [Чинний від 2011—07—01]. — К. : Держспоживстандарт України. — 2015. — 2 с. — (Національний стандарт України).

Стретович С.С.,
асистент кафедри товарознавства та митної справи,
Глушкова Т.Г.,
доц., к.т.н., доц. кафедри товарознавства та митної справи,
Андрієвська Л.В.,
к.т.н., доц. кафедри товарознавства та митної справи,

Коптюх Л.А.,
проф., д. т. н, проф. кафедри товарознавства та митної, справи
Київський національний торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ ПАПЕРУ ПІД ЧАС ЙОГО ВИГОТОВЛЕННЯ

В умовах глобалізації світового ринку проблема безпечності є актуальною для всіх країн і організацій, тому що тільки продукція високої якості може бути конкурентоспроможною. Стрімкий розвиток паперової індустрії, де широко використовуються прогресивні технологічні процеси, вимагає прискореної розробки таких видів паперу, які б відповідали сучасним вимогам та були конкурентоспроможними на внутрішньому та зовнішньому ринку.

На сучасному етапі в Україні склались об'єктивні фактори, що потребують підвищення якості паперу та удосконалення процесів його виробництва. Особливої актуальності набувають дослідження, які пов'язані з визначенням факторів формування безпечності паперу для друкування, писання та санітарно-гігієнічного призначення.

Авторами узагальнено матеріали, що стосуються вимог до волокнистої сировини, наповнювачів, проклеювальних і зв'язувальних речовин, що використовуються для виробництва паперу, властивості та закономірності їх взаємозв'язку з різними факторами технологічних процесів виробництва.

Постійно зростаючі вимоги до споживних та експлуатаційних властивостей паперу для друкування, його якості та асортименту диктуються інтенсивним розвитком способів нанесення друку, розмножувальної апаратури і офісної техніки. Цей папір повинен мати необхідну механічну міцність поверхні, структурні, оптичні, друкарські властивості, характеризуватися рівномірністю цих властивостей вздовж і поперек паперового полотна, стабільністю лінійних розмірів під час його зволоження і наступного висихання.

Цей комплекс показників, насамперед, пов'язаний з структурно-фізичними властивостями паперу для друку – пористістю, гладкістю, шорсткістю поверхні та її міцністю, всмоктувальною здатністю, стабільністю лінійних розмірів аркуша. Папір повинен також мати відповідний рівень показників білості, лиску, непрозорості, лінійної деформації, рівномірності мікроструктури та стабільності зазначених

властивостей у повздожньому та поперечному напрямках паперового полотна, їх незмінність з часом.

Дуже важливе місце в сучасних умовах відводиться екологічній проблемі, яка у виробництві паперу стосується якості і вартості білених волокнистих напівфабрикатів.

Для досягнення високої білості застосовують хімічне вибілювання волокнистих напівфабрикатів для виробництва паперу або картону з використанням хлору та його сполук.

За останні двадцять років минулого століття вчені звернули увагу громадськості на проблему токсичності вибіленої за допомогою хлору целюлозно-паперової продукції. Ряд розвинених країн висувають сьогодні жорсткі вимоги щодо захисту природного середовища, в тому числі здоров'я людей, проти забруднення стоками целюлозно-паперових виробництв, особливо стоками вибілювальних цехів, що містять велику кількість токсичних органічних сполук хлору. Останнім часом з'явилася нова екологічна небезпека – новий клас ксенобіотичних сполук – клас діоксинів (найбільш токсичних представників хлорорганічних сполук).

Тому цілий ряд країн і, в першу чергу, Швеція, Фінляндія, Німеччина, Франція, країни Північної Америки, визначили особливі вимоги до забруднення середовища стічними водами целюлозно-паперової промисловості та залишками органічних сполук галогенів у біленій целюлозі, що використовується у виробництві продукції для пакування продуктів харчування та контактує з організмом людини, особливо дітей.

Чисельними роботами з застосуванням сучасних методів досліджень встановлено, що папір і картон, виготовлений з такої целюлози або деревної маси, містять значну кількість токсичних сполук органічно зв'язаного хлору – діоксинів, які негативно впливають на організм людини, особливо дитини, і викликають найбільше занепокоєння. Показник наявності органічних сполук хлору в целюлозно-паперовій продукції використовують в деяких країнах для оцінки її якості за ступенем токсичності та безпеки використання.

У зв'язку з цим, економічно розвинуті країни впроваджують технології без використання хлору або його сполук у процесах вибілювання волокнистих напівфабрикатів, що дає змогу отримувати екологічно безпечні целюлозу або деревну масу і забезпечувати необхідний рівень чистоти паперу, картону, виробів на їхній основі і навколишнього середовища.

Особливо важливим є використання вільної від хлорорганічних сполук целюлози і паперу з неї для виготовлення шкільних підручників, зошитів, інших навчальних посібників, насамперед для дітей молодших класів. Проблема діоксинів вимагає від целюлозно-паперової промисловості значних капітальних витрат на безхлорне вибілювання волокнистих напівфабрикатів і очищення стоків.

На паперових фабриках у світі постійно удосконалюють композицію для покращення якості паперу як за фізичними показниками і зовнішнім виглядом, так і з метою зниження його вартості.

Сульфатна технологія є вірогідним переможцем традиційної боротьби з сульфітною. Виробники сульфітної целюлози очікували нового буму у зв'язку з проблемами діоксинів, але сучасні технологічні досягнення свідчать про можливість виробництва безхлорної або навіть вільної від хлорних сполук сульфатної целюлози достатньої білості.

Враховуючи вищенаведене, для виробництва шкільних підручників і зошитів пропонується використовувати папір виготовлений саме з такої екологічно чистої целюлози, в технології отримання і вибілювання якої відсутні хлор та його сполуки.

В результаті попередніх досліджень розроблено офсетний папір масою 48г/м². З метою підвищення однорідності структури паперового полотна було здійснено вибір волокнистих напівфабрикатів та визначена оптимальна композиція. Забезпечення високих показників властивостей, їх рівномірності і стабільності за шириною паперового полотна було досягнуто вибором волокнистих напівфабрикатів і оптимальним співвідношенням довгих та коротких волокон паперової маси.

Розроблена спеціалістами УкрНДІ паперу та КНТЕУ технологія має важливе значення для паперової галузі України, де відсутня власна сировинна база, тобто є дефіцити волокнистих напівфабрикатів необхідної якості (целюлози і деревної маси).

Для проведення випробувань було використано сульфатну білену целюлозу хвойних та листяних порід у співвідношенні 50:50, яку розпускали та піддавали розмелюванню в ролі або млинах безперервної дії для досягнення довжини волокон 1100-1200 мкм (довговолокниста фракція). Аналогічним способом розмелювали другу частину целюлози до досягнення довжини волокон 800-900 мкм (коротковолокниста фракція). При цьому фракції змішували у наступному співвідношенні: довговолокниста фракція від 10 до 50%, коротковолокниста – від 50 до 90%. Важливим є те, що запропонована технологія дає змогу регулювати

значення показників властивостей паперу згідно з вимогами та його призначенням.

Встановлено, що з використанням у суміші волокна коротковолокнистої фракції, збільшується об'ємна маса, гладкість, стійкість поверхні до вищипування, досягається достатньо високе руйнівне зусилля. Враховуючи результати проведених досліджень, встановлено, що оптимальним співвідношенням довгих та коротких волокон в паперовій масі є 40:60. Визначене технічне рішення в разі його успішної реалізації в умовах вітчизняної паперової галузі буде мати важливі позитивні наслідки для економіки України яка має обмежену волокнисто сировинну базу для виробництва паперу (картону) і постійно відчуває дефіцит у папері різних видів і призначення.

Вивчено особливості використання пластифікаторів при виробництві паперу зменшеної маси. Встановлено, що застосування гліцерину є оптимальним для зниження лінійної деформації паперу, призначеного для виготовлення друкованої продукції, у тому числі шкільних підручників, оскільки гліцерин нешкідливий і не має запаху.

Вірогідно, що екологічні обставини будуть сприяти зростанню обсягів використання макулатури в секторі виробництва паперу. Цьому сприятимуть також розроблення і впровадження новітніх технологій знебарвлення вторинної сировини та вибору наповнювачів, забезпечуючи підвищення потенціалу і обсягів утилізації макулатури за збереження вимог до якості.

Одним з головних напівфабрикатів для виробництва паперу та картону є макулатура, як використаний за прямим призначенням матеріал (папір або картон) і який може бути джерелом волокнистої сировини для перероблення на нову картонно-паперову продукцію.

Макулатура є повноцінним заміником світлих і високовартісних волокнистих напівфабрикатів у виробництві багатьох видів паперу і картону – пакувального, для друкування поліграфічної продукції, санітарно-гігієнічної продукції та інші. Її використання має величезне економічне й екологічне значення, оскільки менше забруднюється навколишнє середовище, а споживання 1 тонни макулатури замість целюлози дозволяє заощадити до 4,5м³ деревини, або зберегти близько 15 дорослих дерев і 30 тонн води від забруднення. Це є важливим фактором для України, де рівень лісистості, за опублікованими даними, становить 15%, що є нижчим за цей показник в Європі в два і більше разів. До речі, дорослі дерева, що ростуть на території 1 га за добу очищують близько 12 тис. м³ повітря. Так, в США для здешевлення

собівартості газетного паперу його виготовляють з 100% волокон газетної макулатури, забезпечують при цьому високі показники непрозорості та механічної міцності.

З 1995 року в Німеччині введено в експлуатацію папероробну машину для виготовлення паперу, що містить до 85% вторинного волокна і призначену для друкування газет та ілюстрованих журналів.

Разом з цим, слід також зазначити, що макулатура, яка використовується для виробництва таких видів паперу та виробів з нього як: санітарно-гігієнічного призначення, фільтрувальних, для виготовлення друкарської продукції для дитячого та шкільного віку, не повинна мати високий рівень мікробіологічного забруднення.

Тобто макулатура для цих видів продукції повинна бути мікробіологічно чистою, а також з метою додержання санітарно-гігієнічних показників продукції – відповідати допустимим рівням радіологічного забруднення.

Виробництво паперу санітарно-гігієнічного призначення є досить складним процесом. Адже, показники якості готових виробів мають відповідати вимогам багатьох нормативних документів.

Якість та безпека паперу і, відповідно, готових виробів санітарно-гігієнічного призначення, насамперед, залежить від вихідної сировини та технології виробництва. Враховуючи той факт, що значна частина продукції виготовляється з вторинної сировини (макулатури), важливу роль у формуванні якості відіграють і методи її облагородження (знебарвлення та флотаційна очистка), які дозволяють підвищити показник білості та, відповідно, гігієнічність паперу.

Відомо, що життєдіяльність мікроорганізмів можна значною мірою знизити за рахунок оброблення макулатурної маси або волокнистого напівфабрикату відповідними речовинами, біоцидами («Гембар», Україна; «Біоцид-354», фірма «Дипол», «Феносан», фірма «Кімера») та інші, а також методами очищення суспензії паперової маси (флотація) та висушування паперу або картону на сушильних циліндрах з температурою поверхні до 90-110 °С. Ці системи оброблення паперової маси забезпечують хімічну та мікробіологічну чистоту продукту на рівні вимог до паперу і картону та виробів з них, в тому числі призначеннях для виготовлення санітарно-гігієнічних виробів, для упакування продукції.

Основним етапом процесу знебарвлення макулатурної маси є флотація (англ. flotation – плавання) — спливання завислої у воді речовини на поверхню, в результаті адсорбування бульбашками газу. Зазвичай, це досягається шляхом додавання невеликих кількостей спеціальних речовин — флотореагентів. Існує декілька видів флотації,

однак в целюлозно-паперовій промисловості доцільною для застосування є пінна, за якої через суміш частинок речовин з водою пропускають дрібні бульбашки повітря, частинки збираються на поверхні розподілу фаз «повітря-рідина», прилипають до бульбашок повітря і виносяться з ними на поверхню у складі трифазної піни, яку надалі згущують і фільтрують. Як рідина найчастіше використовується вода [1].

Суть процесу флотації полягає в тому, що подрібнена макулатурна маса подається в барабан, який обертається і заповнений на 30-40% водою з додаванням композиції на основі хімічних речовин. Барабан має пристрої для просування макулатурної маси від вхідного до вихідного отворів, що розміщені на протилежних торцях. За час проходження через барабан макулатурна маса просочується рідиною, піддається механічній дії під час обертання, що сприяє відділенню фарби і її спливанню на поверхню під впливом бульбашок повітря, які збирають частки друкарської фарби, забруднень, створюючи на поверхні макулатурної маси піну, яка видаляється з флотаційної установки через перелив [2, 3].

Бульбашки повітря збирають частки фарби, забруднення, що відокремлюються від волокон макулатурної маси завдяки попередньому диспергуванню (розбивання в гідророзбивачі, розмелювання, розведення водою до концентрації 1,4 – 2,8%) та дії хімічних реагентів, що ослаблюють їхній зв'язок з волокном.

За своєю функцією флотореагенти поділяються на такі види:

- збирачі – реагенти, що вибірково сорбуються на поверхні мінералу, який необхідно перевести в піну, і що додають частинкам гідрофобні властивості. В якості збирачів використовують речовини, молекули яких мають дифільну будову. Типовими збирачами є натрієві мила і аміни (наприклад, препарат циклімід – аміноетил алкілімідізолін);
- регулятори — реагенти, які мають вибірково сорбцію, в результаті чого мінерал, що є забрудником стає гідрофільним і не придатним до флотації. Як регулятори застосовують солі неорганічних кислот і деякі полімери (наприклад, препарат ДНС – динатрієва сіль моноєфірів сульфоянтарної кислоти та етоксилатів алкілфенолів на основі тримерів пропілену та препарат САФ 9-9 – сіль амонійна сульфоексилатів неолу);
- піноутворювачі — призначені для поліпшення диспергування повітря і додавання стійкості мінералізованим пінам. Піноутворювачами служать слабкі поверхнево-активні речовини (наприклад, різні миючі засоби).

Облагоджена макулатурна маса повинна мати нейтральне забарвлення, білість 65 – 70% [4].

Згідно з вимогами до розроблення нормативної документації (ДСТУ, ТУ) до неї повинні бути внесено розділ «Охорона довкілля», в якому зазначені показники якості та безпечності сировини, особливо макулатури а також повинен проводитись вхідний контроль санітарно-гігієнічних показників як макулатури так і виробі з кожної партії продукції.

Нами виконані дослідження направлені на підвищення безпечності виробів СГП виготовленні з макулатури або в композиції з целюлозою з використанням стадії флотації для очищення та знезараження макулатурної маси.

Особливі вимоги висуваються також до друкарських фарб для виготовлення поліграфічної, пакувальної, етикеткованої або інших видів продукції, що контактують або людським органом (особливо дитячим або з продуктом харчування та інш.). Згідно з цими вимогами в паперів, картонні та виробих з них, використовувані фарби не повинні містити речовини які загрожують здоров'ю людини, впливають на якість виробів під час їхнього застосування призводить до руйнування органолептичних, наприклад, якості друку або продуктів харчування, або подразнення шкіри дитини речовинами важких металів, розчинників таких як толуол, хлоромісні сполуки до числа стандартних властивостей друкарських фарб відносять можливість точного визначення токсикологічної придатності визначають міграційні ліміти та чітко встановлюються значення міграційно-граничні призначення щодо синтетичних речовин.

Основними показниками якості паперу санітарно-гігієнічного призначення є міцність в сухому та вологому стані, білість, м'якість та пухкість, вбирна здатність і, звичайно, мікробіологічні показники.

Спеціальні вимоги, які висувають до паперу санітарно-гігієнічного призначення в Україні – підвищена м'якість, вбирна здатність, пухкість при невисокій механічній міцності та низькій масі 1 м^2 (в основному $10\text{-}30\text{ г/м}^2$) зумовлюють жорсткі умови ведення процесів відливання, зневоднювання та сушіння.

Білість – одна з найважливіших властивостей паперу, що в багатьох випадках характеризує придатність до використання та подальшу переробку. Білий колір, як правило, асоціюється з чистотою та високою якістю продукції. Значення показника залежить від якості використаної волокнистої сировини та кількості оптичного відбілювача, а також технологічних параметрів виготовлення паперу.

Для підвищення показника білості застосовують новітні технології облагородження сировини, зокрема вторинної (макулатури) шляхом обробки спеціальними хімікатами флотореагентами, які забезпечують ефективне видалення забруднень з паперової маси.

Авторами статті було проведено дослідження з метою вибору ефективних флотореагентів, визначення їх впливу на властивості макулатурної маси, визначення умов і параметрів процесу флотації. Досліджувались флотореагенти вітчизняного та закордонного виробництва.

Аналіз результатів впливу флотореагентів на процес піноутворення та властивості паперу показав, що найефективнішими на даному етапі досліджень були такі композиції флотореагентів:

- препарат САФ 9-9 на основі адипінової кислоти та миючого засобу – білість паперу становила 57,2%, приріст показника білості склав 8,2%, піна темна, дрібнобульбашкова, висока, добре вилучалася і гасилася водою;
- препарат на основі цикліміду – білість паперу 57,1%, відносний приріст показника білості 8,1%, піна сіра, висока, добре вилучається і гаситься водою;
- препарат на основі цикліміду та адипінової кислоти – білість паперу 57,4%, відносний приріст білості показника – 8,4%, піна сіра, висока, добре вилучається і гаситься водою.
- високими показниками білості та задовільною якістю піни відзначилися також такі композиції: препарат на основі цикліміду, адипінової кислоти та миючого засобу (білість -56,7%) і препарат на основі цикліміду, адипінової кислоти, миючого засобу та силікату натрію (білість -54,9).

Всі запропоновані композиції включають флотореагенти вітчизняного виробництва, що є економічно вигідним.

Також були визначені оптимальні параметри процесу: при проведенні виробництва знебарвленої макулатурної маси з використанням флотоустановки, температуру макулатурної маси потрібно підтримувати на рівні 50-55 °С, підвищення температури вище цього рівня негативно впливає на процес виготовлення паперу, а також погіршує його якісні показники. Процес флотації макулатурної маси для виробництва санітарно-гігієнічного паперу можливий з використанням перекису водню. Це сприяє підвищенню білості паперу на 8-10%.

Мікробіологічні показники мають досить великий вплив на формування безпеки у використанні паперу санітарно-гігієнічного призначення. Адже, наявність патогенної мікрофлори у паперовій масі робить застосування таких виробів недопустимими. Зараз більшість

технологічних процесів виробництва спрямовані на те, щоб знизити рівень мікробіологічного обсіменіння паперової маси. З цією метою застосовують високоефективні бактерицидні та біоцидні препарати.

Були проведені наукові дослідження з метою вибору ефективних біоцидів та їх впливу на властивості паперу з незараженої макулатурної маси. Адже, саме папір з вторинної сировини найбільше підлягає мікробіологічному зараженню (мікроорганізми, що містяться в макулатурі, у технологічних водах процесу виробництва).

Дослідженнями встановлено, що максимальну ефективність незараження макулатурної маси було досягнуто при застосуванні препарату «Біоцид-354» та «Асептодин». Зразки паперу, оброблені даними біоцидами відзначилися низьким рівнем шкідливої мікрофлори (кількість патогенної мікрофлори становить близько 320 клітин при нормі в 3000).

Завдяки удосконаленню сульфатного способу варіння, який уможливорює переробку майже будь якої деревини, питома вага сульфатної целюлози як в світовій, так і в вітчизняній практиці зростає. У зв'язку з вичерпанням запасів хвойної деревини і неможливістю швидкого відновлення цих запасів через повільне зростання хвойних порід, в порівнянні з листяними, необхідно розширити сферу застосування целюлози з листяних порід деревини у виробництві паперу. Це пояснюється насамперед меншою їхньою вартістю, а також тим, що при оптимальних добавках коротших волокон деревини листяних порід до хвойних волокон з'являється можливість поліпшити структуру листа паперу, підвищити їхні друкарські та інші властивості, зменшити здатність до скручування і короблення. Про те надмірна кількість листяної целюлози може знизити механічну міцність, вологотривкість і збільшити вимивання дрібного волокна.

В Україні нормативні документи встановлюють жорсткі норми до гігієнічності паперу для зошитів – непрозорість друкованих елементів із зворотного боку повинна бути не менше 90%, що попереджує пов'язані з цим можливі порушення зору. Білість паперу повинна складати 70 – 88% (без застосування оптичних відбілювачів), гладкої поверхні без глянцю, непрозорості (не менше 90%), механічної міцності з масою 1 м² 60-65 г, що відповідає б умовам і терміну їхнього використання та ваги підручників згідно з вимогами ДСанПін 5.5.6.138-2007 «Гігієнічні вимоги до друкарської продукції для дітей» необхідно було виконати додаткові дослідження. Це вимагало комплексного підходу до визначення вимог до виду, білості, ступеня дисперсності, розмірів

часток і масової частки фракцій мінеральних наповнювачів і їхнього вмісту в композиції паперу, ступеня розмелювання та розроблення (фібрилювання) волокон целюлози, проклеювальних, зв'язувальних і зміцнювальних речовин, їхнього співвідношення та взаємозв'язку в створенні структури паперу. Розроблений папір відповідає цим вимогам і є безпечним для дітей.

Таким чином, на формування якості та безпеки паперових виробів впливають такі фактори: якість волокнистих напівфабрикатів, проклеювальних та зв'язувальних речовин, наповнювачів, спосіб очищення, знебарвлювання та вибілювання сировинних матеріалів, а також параметри технологічного процесу виробництва.

Література

1. Андрієвська Л.В, Глушкова Т.Г., Коптюх Л.А. Вибір флотореагентів для виробництва туалетного паперу. – Вісник КНУТД.-№5.-2008р.- 4 с.
2. Андрієвська Л.В, Глушкова Т.Г. Вплив процесу флотації на показники якості паперу санітарно-гігієнічного призначення .Вісник ДонНУет.-№1.-2009.-С 194-200.
3. Андриевская Л.В. Выбор и обоснование биоцидных препаратов для производства бумажных изделий санитарно-гигиенического назначения / Л.В. Андриевская // Актуальные проблемы потребительского рынка товаров и услуг: материалы Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участ., 18 февраля 2011 г. – Киров: Кировская гос. медицинская академия, 2011 – С.5 – 7.
4. Андриевская Л.В. Пути решения проблемы использования макулатуры при производстве бумаги санитарно-гигиенического назначения / Л.В. Андриевская, Т.Г. Глушкова // Качество и полезность в экономической теории и практике: материалы 5-й Междунар. науч.-практ. конф., 25-26 ноября 2010 г. – Новосибирск, Россия: Новосибирский государственный университет экономики и управления, НИИХ, Академия проблем качества, 2010. – С. 35-39.
5. Андрієвська Л.В. Проблеми використання макулатури у виробництві паперу санітарно-гігієнічного призначення: економічні та екологічні аспекти / Л.В. Андрієвська, Т.Г. Глушкова, Л.В. Токаренко // Вісник ДонНУЕТ. – 2011. – №1 (49). – С. 142 – 154.
6. Макулатура паперова і картонна. Технічні умови (ГОСТ 10700-97): ДСТУ 3500-97. – [Чинний від 1999-01-01]. – К.: Держстандарт України, 1998. – 10 с. – (Національний стандарт України).

7. Новак Е.В. Диоксины в окружающей среде и продукции ЦБП: обзорная информация / Е.В. Новак, В.С. Скубова, Б.А. Федосимов. – М.: Лесная промышленность, 1990, – вып.1. – 52 с.
8. Филиппов И.Б. Структурно-деформационные свойства бумаги для печати / И.Б. Филиппов, В.И. Комаров : научно-практическая конференция «Современные достижения в производстве и использовании бумаги и картона для печати» – С.-Петербург, 17-19 февраля 2004, – с.42-58.

Сундук А. М.,

старший науковий співробітник, доктор економічних наук,
провідний науковий співробітник
Державна установа «Інститут економіки природокористування та
сталого розвитку Національної академії наук України»

Рижова К. І.,

старший науковий співробітник,
кандидат економічних наук, провідний науковий співробітник
Державна установа «Інститут економіки природокористування та
сталого розвитку Національної академії наук України»

ВОДНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Новітні процеси, які протікають на сьогодні, визначаються низкою рис та особливостей, не характерних для минулих десятиліть. Крім інтенсифікації глобальних процесів, поширення інформаційних технологій, однією із особливостей є стрімкий розвиток фінансово-економічних відносин та інструментів, якими вони оперують. Площина цих відносин є досить мінлива у часі, визначається значними показниками зростання і формує вагомий вплив на інші суб'єкти. Навіть якщо суб'єкт напряму не має контактів з фінансово-економічною сферою, то опосередковано він більшою або меншою мірою відчуває цей вплив і має реагувати на нього.

Подібні процеси торкаються і водних ресурсів, які за своїми характеристиками є унікальними та виконують ряд важливих функцій для природного середовища, окремого індивіда та держави. На поточний

момент складається ситуація, коли, у контексті розвитку фінансів та економіки, відбувається залучення водно-ресурсного потенціалу до цих процесів. Водні ресурси набувають рис і здатності генерувати ринкову вартість. Вони поступово включаються до діяльності окремих фінансових секторів та визначаються значним потенціалом розвитку бізнес-процесів. Подібна ситуація більшою мірою характерна для країн ЄС, США та інших з високим рівнем розвитку. Вже звичними стали явища, коли на біржах котируються водні акції, відображені у The Guggenheim S&P Global Water Index ETF. Працюють біржові фонди, що інвестують у водну індустрію.

Для України однією з проблем, яка не сприяє активному позиціонуванню водних ресурсів у фінансово-економічній сфері, є низькі параметри їх вартісної оцінки. У результаті цього значна кількість інвестиційних проектів стримується через низький рівень обґрунтування вартісних характеристик. Особливо це стосується іноземних інвесторів, які потребують чіткого розуміння вартості як водних ресурсів загалом в межах території прикладання капіталу, так і окремих елементів вартості. Зокрема потужні ТНК, які мають проекти у сфері водних ресурсів, наприклад Suez, Veolia, Nestle здійснюють належну оцінку потенційних вигод, що ґрунтуються на здатності генерувати вартість.

Виходячи з цього, на сучасному етапі важливо забезпечити проведення оцінки вартісних характеристик водних ресурсів з урахуванням базових властивостей води та грошових потоків, що можуть ними генеруватися. Це дасть змогу поліпшити характеристики використання водно-ресурсного потенціалу та сформує передумови до активізації широкого спектру *інструментів водного підприємництва*.

На поточний період існують наукові праці, що висвітлюють питання оцінки вартості водних ресурсів. Базові позиції, які дають уявлення про розвиток водно-господарського комплексу, його вартісні показники та процедурні аспекти оцінки водно-ресурсного потенціалу держави в цілому, представлені у дослідженнях Хвесика М.А., Збагерської Н.В. [7], Бобух І.М. [1], Редковської О.В. [6]. Важливим є і світовий досвід з цієї проблематики [4]. У контексті вирішення завдання розробки принципів оцінки вартісних характеристик водних ресурсів опубліковане дослідження «Методичні підходи до агрегованої економічної оцінки водних ресурсів як складової природного багатства України», в якому наводяться теоретико-методичні засади оцінки та пояснюються особливості їх використання [3]. Позитивом роботи є

можливість врахування регіонального виміру та досить широких цінових характеристик вартості.

Як показали проведені розрахунки, **водні ресурси можуть генерувати значну вартість**. За внутрішніми цінами показник їх вартості становить близько 68,8 млрд. грн., за світовими – 78,1 млрд. дол. Різниця цих вартостей істотна, основною причиною чого є відмінності між ціною водних ресурсів у межах України та їх світовими цінами. **Водні ресурси в межах України великою мірою недооцінено**. Визначимо орієнтовні показники, з якими можна порівняти вартість водних ресурсів. За внутрішніми цінами (якщо йдеться про екологічну сферу) величинами, близько локалізованими до цього рівня, є капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону і раціональне використання природних ресурсів (близько 20 млрд. грн.). Щодо загальних показників розвитку держави, то цю величину можна порівняти з ВРП потужного регіону (наприклад, Київської області). Оцінка її за світовими цінами є порівнянною з експортом товарів з України за рік.

Основний вклад у вартісні показники здійснюють фізичні характеристики. Їх питома вага у загальнодержавному показнику становить 69,2% за внутрішніми цінами і 41,5% – за світовими. Найменшу роль у формуванні відповідного загальнодержавного показника відіграють додаткові характеристики.

Крім того, **спостерігаються вагомні варіації за внутрішніми і світовими цінами для різних характеристик**. Для фізичних характеристик внутрішні ціни більшою мірою відповідають світовим, а для ринкових і додаткових – меншою. Найістотнішими розбіжностями в цінах визначаються ринкові характеристики – через вагому диференціацію у сфері платежів за використання властивостей водних ресурсів. Базовим у формуванні таких відмінностей був вклад показника екопослуг і його субпоказників. Це свідчить, що екологічні послуги, які надаються водними ресурсами України (зокрема, з регулювання порушень, водорегулювання, водопостачання, водоочищення), не відповідають світовим ціновим стандартам. А це, у свою чергу, зумовлює необхідність розробки і впровадження дійових механізмів формування подібних характеристик, а також визначення можливостей їх імплементації до діючої системи платежів. На прикладі екопослуг акцентуємо увагу на тому, що в Україні цей інструмент вартості перебуває на рівні потенціальних, а отже, наведені оцінки є скоріше перспективними для українських реалій. Тим часом вони серйозно

впливають на загальну вартість водних ресурсів, з огляду на що їх необхідно враховувати.

Відзначимо, що *вартість водних ресурсів регіонально диференційована*. Як показує проведене групування регіонів, коло пріоритетних формують переважно західні і північні області України (із включенням столиці). Саме наведені регіони виступають територіальними лідерами за можливостями формування вартості водних ресурсів.

На поточному етапі (а також на перспективу) вони можуть слугувати полігонами адаптації для впровадження інвестиційних проектів, використання інноваційних інструментів для сфери водних ресурсів. Разом з тим, однією з проблем, яка може гальмувати подібні впровадження, є той факт, що для значної кількості випадків вартість формується за рахунок фізичних характеристик (тобто, простої наявності водних ресурсів на території). Необхідним видається посилення впливу ринкових і додаткових характеристик, що б свідчило про активне позиціонування водних ресурсів у ринкових процесах.

Крім того, моментом, який може гальмувати активні дії у ринкових процесах, є не досить значний рівень розвитку фінансової інфраструктури для переважної більшості з регіонів групи. Наприклад, досить проблемним є впровадження фінансових інструментів для Закарпатської або Івано-Франківської області. Столиця і Київська область мають кращі передумови.

Регіони високого рівня концентрації вартості (II група) визначаються значною пріоритетністю за формуванням вартісних характеристик. Вони не досить відмінні від попередньої групи і мають сприятливі передумови до ефективного використання вартісних показників. Основу групи формують потужні індустріальні регіони – Запорізька, Харківська і Дніпропетровська області, які мають на своїй території всі необхідні умови для впровадження інвестиційних проектів та використання новітніх інструментів, заснованих на використанні вартісних характеристик водних ресурсів. Чинниками, які несприятливим чином можуть впливати, є подібні до попередньої групи – відміни між рівнями розвитку регіонів та ін.

Регіони середнього рівня концентрації вартості (III група) визначаються вагомими можливостями зосередження вартісних характеристик. На відміну від попередніх груп, можливості цієї щодо впровадження і використання інструментів теж суттєві, але не такі значні. До складу групи входять переважно регіони України, де

показники розвитку фінансового середовища не досить сприятливі для використання переваг вартості водних ресурсів.

Регіони низького рівня концентрації вартості (IV) визначаються найнижчою пріоритетністю за формуванням необхідних характеристик. В межах їх територій генеруються досить низькі вартісні показники для водних ресурсів. Разом з тим, для окремих регіонів групи (Одеська і Донецька області) характерний значний розвиток фінансового середовища, яке є інституційним підґрунтям для можливості використання вартісних показників. Таким чином, формується цікава ситуація, коли умови для впровадження і використання проектів та інноваційних інструментів є, а значна вартість, на основі якої будуть реалізуватися ці проекти, не спостерігається.

Розмах варіації (РВ) характеризує територіальний розмах за показниками вартості. Значний РВ свідчить про існування вагомих територіальних дисбалансів. Доцільним є визначення РВ за внутрішніми цінами та характеристиками, що їх формують.

Як показують проведені розрахунки, РВ вартості за внутрішніми цінами становить більше 50 разів (Закарпатська область – м. Севастополь). Показник є значним і свідчить про існування просторових відмін у його формуванні. Частково подібне можна пояснити тим, що нижній полюс (м. Севастополь) є специфічним територіальним формуванням (на відміну від області). Якщо до уваги візьмемо Закарпатську область і Донецьку, то РВ буде не таким значним – 6,3 рази. Пара Закарпатська область і Одеська дає значення 6,1 разів. Отже, доцільним є прийняття до уваги останніх співвідношень, які більш адекватно відображають ситуацію. За цими РВ можливо стверджувати, що ситуація з територіальними дисбалансами вартості водних ресурсів є по-міркованою.

Цікавими є дослідження РВ за фізичними, ринковими та додатковими характеристиками внутрішніх цін. За фізичними характеристиками РВ складає 27 разів, ринковими – 46,7, додатковими – 100 разів.

Як бачимо, найбільші варіації характерні для додаткових характеристик, найменші – показників фізичних. Це можна пояснити вагомим впливом суто економічних характеристик на формування вартості: ринкові і додаткові визначаються вагомим впливом економічних характеристик, тому і РВ високий, а для фізичних ситуація є більш сприятливою.

Враховуючи вартісні характеристики як базис, в Україні є значні перспективи до розвитку різних форм водного підприємництва.

Зважаючи на зростаючий дефіцит водних ресурсів, набули поширення капіталовкладення у розвиток водної індустрії. Крім дефіцитності водних ресурсів, основними причинами, які спонукають здійснювати інвестиції, є наступні: постійне зростання вартості водних ресурсів, їх нерівномірний територіальний перерозподіл, їх вагома інтегрованість до економічних систем та ін.

Одним з різновидів інвестицій у водний сектор є капіталовкладення у сферу управління водними активами. Ситуація полягає у тому, що на глобальному рівні можна виділити ряд гравців-керуючих компаній, які оперують правами на водні активи. Такими керуючими компаніями є, зокрема, Guggenheim Funds Investment Advisors LLC, Pictet Funds GmbH, Invesco PowerShares Capital Management LLC, BlackRock Asset Management Ireland LLC, Calvert Investments та ін. В межах загальної діяльності компаній є окремий підрозділ, який координує розвиток водної індустрії. Як узагальнюючий результат діяльності підрозділу, формується індекс активності.

На нашу думку, Україна повинна активно використовувати можливості співпраці з цими компаніями для формування своєї частки і внеску в операційні процеси роботи з водними ресурсами. Одним із варіантів подібної співпраці є позиціонування водно-ресурсного потенціалу держави у системі європейського водного простору. Україна є транзитною державою і щодо водних ресурсів. В цьому її унікальність, яку, на основі міжнародного інструментарію управління, можливо трансформувати в конкретні результати.

З питаннями інвестицій тісно пов'язуються процеси капіталізації водних ресурсів. Логіка дій у цьому напрямі наступна: економічна оцінка ресурсу \Rightarrow встановлення прав власності на ресурс та правомочностей їх використання \Rightarrow формування та випуск цінних паперів на основі використання природного капіталу та його властивостей (іншими словами, сек'юритизація ресурсу) \Rightarrow ефективне управління цими активами через корпоративні форми менеджменту та інші, характерні для ринку \Rightarrow формування потоків фінансових ресурсів.

Згідно схеми, важливою передумовою проведення капіталізації є оцінка вартості того об'єкта, що буде задіяний. Адже без розуміння реальної вартості не можливо провести адекватне збільшення його капіталу.

Водні ресурси, не зважаючи на складнощі, теж мають передумови до своєї капіталізації. Виходячи з наведених вище позицій, можливість капіталізації водних ресурсів передбачає залучення ресурсу до

ринкового процесу у якості джерела капіталу і прибутку. Подібно до сфери бізнесу, для використання водних ресурсів теж можливо апробувати процедуру капіталізації для зростання їхніх вартісних показників. Крім того, це дасть змогу сформуванню реальне уявлення про вартість водних ресурсів, яка б відповідала поточним вимогам.

Зрозуміло, що перетворення водних ресурсів у капітал, тобто у вартість, здатну приносити додатковий дохід, можливе лише за умови їх введення у фінансовий обіг. Сьогодні серед найпоширеніших механізмів такого перетворення можна виділити діяльність трастових фондів та сек'юритизацію, які повинні базуватись на даних достовірної комплексної оцінки водних ресурсів.

Значні перспективи має і державно-приватне партнерство. Щодо українського досвіду, то Міністерство економічного розвитку і торгівлі України займає активну позицію щодо підтримки партнерства. За інформацією установи відносно стану здійснення ДПП в Україні на 2014 р. реалізовувалися 243 проекти (210 договорів концесії, 33 договори про спільну діяльність). Подається перелік галузей, в яких ці проекти реалізуються. Важливим є той факт, що у сфері водних ресурсів проекти ДПП знайшли можливість свого відображення. Зазначено про те, що 79 проектів (32,5% від укладених угод) проводяться у сфері збору, очищення та розподілення води. 1 проект реалізується у галузі забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем.

В Україні є численні приклади започаткування концесій для різних сфер ВГК. Наприклад, в м. Бердянськ Запорізької області була укладена концесійна угода у сфері водопостачання між власником комунального майна (Бердянською міською радою) та концесіонером ТОВ «Чиста вода – Бердянськ». Угода, підписана у 2008 р. стосувалася надання у користування концесіонеру цілісного майнового комплексу ДКП «Бердянський міськводоканал». Для залучення додаткових інвестицій для реконструкції і підтримки належного стану водопроводу м. Одеса рішенням Одеської міської ради цілісний майновий комплекс «Одесводоканал» було передано в оренду ТОВ з обмеженою відповідальністю «ІНФОКС», яке зобов'язувалося модернізувати водопровідні мережі.

З питаннями вартісних характеристик та водного підприємництва безпосередньо пов'язуються проблеми активації та ефективного використання економічних механізмів регулювання.

Проведений аналіз дозволив виділити основні недоліки чинної системи управління водними ресурсами й водокористуванням, що базуються на економічному механізмі, а саме:

– відсутність взаємозв'язку між ресурсними блоками, коли оцінка вартості водних ресурсів, нормативів плати визначається на підставі зовсім різних принципів підходів;

– відсутність механізмів адаптації системи управління водними ресурсами до ринкових відносин, що спричиняє занижену нормативну вартість водних ресурсів, а це, у свою чергу, не дозволяє повною мірою впроваджувати економічні інструменти у водокористування;

– відсутність механізмів визначення пріоритетності завдань, що розглядаються у водокористуванні, охороні й відновленні водних ресурсів, комплексного підходу до їхнього вирішення;

– гостра необхідність невідкладної «екологізації» податкової системи;

– позаекономічний характер механізму нормування у водному господарстві й розподілу лімітів на використання водних ресурсів.

Застосування фінансово-економічних важелів, які базуються на принципі платності водокористування, який діє через систему платежів, штрафів, пільг і премій, сприяє зниженню водоемності виробництва, що відповідно, захищатиме водні об'єкти від виснаження, забезпечить підвищення якості водних ресурсів.

При такій схемі управління, по-перше, можуть ефективно використовуватись водні ресурси в господарстві, збільшуватись надходження платежів до бюджету з боку басейнового водного об'єднання; по-друге, відбудеться збереження і поліпшення екологічного стану водно-ресурсних об'єктів за наявності незалежного природоохоронного контролю в поєднанні з діяльністю громадських екологічних організацій.

У нинішніх умовах необхідні системний підхід і чіткий соціально-економічний механізм стимулювання раціонального водокористування у масштабі всієї країни.

Плата за забруднення водних об'єктів та штрафи за порушення екологічних норм водокористування – одні з основних компонентів економічного механізму збереження водних ресурсів й повинні забезпечити їх охорону та відтворення і призначатися виходячи не тільки із збитків, нанесених природному середовищу, але й із зіставності витрат на заходи щодо усунення цих збитків і розмірів власне плати. Ефективність і швидкість якісного відновлення водних об'єктів забезпечуються не тільки дотриманням принципу «забруднювач платить» і введенням штрафних санкцій за порушення нормативів, але й суттєвими пільгами за впровадження найбільш передових водоохоронних і водозберігаючих технологій [2, с. 26; 8; 5, с. 106].

Кошти, отримані у вигляді плати за користування і забруднення водних джерел, є стабільним джерелом фінансування водоохоронних заходів, реконструкції і підтримання в належному стані водогосподарських об'єктів та заходів щодо запобігання шкідливій дії вод, проте однозначно необхідно вирішити питання про їх розподіл між учасниками водогосподарської і водоохоронної діяльності.

На нашу думку, ці платежі доцільно спрямовувати в цільові фонди (бюджетні або позабюджетні), які є одним із механізмів поєднання адміністративних й економічних методів управління, для цільового використання на фінансування заходів щодо забезпечення раціонального і безпечного водокористування. Також вони необхідні для економічного стимулювання підприємств при реалізації ними робіт зі скорочення водоспоживання і скидів. У таких механізмах стимулювання водоохоронної діяльності одним із найбільш ефективних анти-інфляційних заходів є раціональна організація фінансових потоків. Кошти, отримані внаслідок введення плати за скид забруднюючих речовин або водоспоживання, повинні направлятися на реалізацію програм досягнення цільових показників стану водних об'єктів, водоохоронних заходів, а також упровадження водозберігаючих технологій.

Удосконалення економічного механізму вимагає поліпшення структури управління водним господарством, яка забезпечує прозорість фінансових потоків, зростання ролі цільових фондів, що можливо лише на басейновому рівні (рис.).



Рис. Модель удосконалення економічного механізму регулювання водокористування

Таким чином, основним напрямом вдосконалення економічного механізму регулювання водокористування є модернізація існуючих регуляторів, що здійснюється одночасно з розробкою і впровадженням у практику нових ринкових інструментів.

Література

1. Бобух І.М. Пропозиції та перспективи формування національного багатства України: [монографія] / Ірина Миколаївна Бобух; НАН України; Інститут економіки та прогнозування. – К., 2010. – 372 с.
2. Загребин Н.А. Экономический механизм управления водными ресурсами в РФ / Н.А. Загребин, Институт водных проблем РАН, Москва. – Электронный журнал <http://www.scribd.com/fsdejournal>
3. Методичні підходи до агрегованої економічної оцінки водних ресурсів як складової природного багатства України / [за наук. ред. д.е.н., проф., акад. НААН України М.А. Хвесика]. – К. : ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. – 36 с.
4. Оценка водных ресурсов. Руководство по обзору национальных возможностей. Всемирная метеорологическая организация, Организация объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры. 1997 г. – 162 с.
5. Пряжинская В.Г. Компьютерное моделирование в управлении водными ресурсами /В.Г. Пряжинская, Д.М Ярошевский., Л.К. Левит-Гуревич – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2002. – 496 с.
6. Редковская О.В. Эколого-экономическая оценка биоразнообразия биосферных заповедников Республики Беларусь // Лесное и охотничье хозяйство. – № 10. – 2007. – С. 27-31.
7. Хвесик М.А. Економічна оцінка природних ресурсів: основні методологічні підходи / Хвесик М.А., Збагерська Н.В. – Рівне: РДТУ, 2000. – 194 с .
8. Щукина А.Я. Новый подход в экономическом механизме охраны водных объектов и его законодательная основа / А.Я. Щукина //Водное хозяйство России: проблемы, технологии, управления. – 2005. – Т. 7, №3, – С. 263 – 269.

Тищенко Ю.В.,

кандидат юридичних наук, доцент, доцент
кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
факультету міжнародної торгівлі та права,
Київський національний торговельно-
економічний університет

ДО ПИТАННЯ ЩОДО ДЖЕРЕЛ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРАВА

Як відомо поняття «джерело права» вживається у кількох значеннях. Наприклад, як зазначає О.Ф. Скакун, це поняття розуміється в матеріальному, ідеологічному, інституційному, формальному (юридичному) значеннях [9, С. 441.]. Щодо визначення форми права як засобу правового регулювання міжнародних економічних відносин, в нашому дослідженні буде використаний саме юридичний підхід до значення цієї категорії.

Отже, джерело права є тією формою, в якій закріплюється в той чи інший спосіб механізм правового впливу на регулювання правовідносин, в тому числі і міжнародних економічних відносин.

Для того щоб дослідити питання джерел правового регулювання суспільних відносин, треба з'ясувати сутність предмета такого регулювання, а отже міжнародних економічних відносин, а також їх місце в правовій системі.

В доктрині міжнародного економічного права щодо міжнародних економічних відносин існують декілька підходів.

Як зазначає, В.М. Шумілов, в широкому розумінні під міжнародними економічними відносинами розуміють господарські зв'язки між національними економіками різних країн – як міждержавні, так і не міждержавні. Наприклад, держава укладає угоду з іноземною державою про принципи економічного співробітництва або банк укладає кредитний договір з іноземним підприємством тощо.

У вузькому значенні, міжнародні економічні відносини – це економічні зв'язки між державами, а також за участю міжнародних організацій, тобто зв'язки на публічно-правовому рівні [16, С. 27-28].

Підтримуючи концепцію за якою міжнародне економічне право це галузь міжнародного публічного права, слід розглядати міжнародні економічні відносини саме у вузькому розумінні, як відносини між

суб'єктами міжнародного публічного права, тобто між державами, між державами та міжнародними організаціями, а також між міжнародними організаціями.

Враховуючи, що міжнародні економічні відносини є частиною відносин, які є предметом регулювання міжнародного публічного права, то до джерел їх правового регулювання будуть відноситися джерела міжнародного публічного права.

Більшість науковців до джерел міжнародного публічного права справедливо відносять акти, які застосовує Міжнародний Суд Організації Об'єднаних Націй при вирішенні переданих до нього спорів, перелік яких наведений у статті 38 Статуту Міжнародного Суду ООН. Відповідно це: 1) міжнародні конвенції як загальні, так і спеціальні, що встановлюють правила, визнані державами; 2) міжнародний звичай як доказ загальної практики, що визнається правовою нормою; 3) загальні принципи права, що визнані цивілізованими націями; 4) судові рішення, з урахуванням, що рішення Суду є обов'язковим лише для сторін що беруть участь у справі, та доктрини найбільш кваліфікованих спеціалістів з публічного права різних націй, як допоміжний засіб для визначення правових норм [10].

Проте, як вірно зауважує Репецький В.М., стаття 38 Статуту Міжнародного Суду ООН не дає вичерпного переліку джерел міжнародного права. Вказана стаття закріплює положення про те, якими джерелами користується у своїй діяльності Міжнародний суд ООН. Стосовно інших відносин, то вони знаходять своє пояснення в чинній правовій доктрині [8, С. 39].

Відповідно, до джерел міжнародного публічного права додатково відносять: резолюції міжнародних організацій, норми «м'якого» права, односторонні акти.

Як вже було згадано раніше, міжнародне економічне право є галуззю міжнародного публічного, а, отже, міжнародне публічне право і міжнародне економічне право можна розглядати як загальне та спеціальне. Таким чином, і джерела міжнародного публічного права є джерелами міжнародного економічного права, але, звичайно, з урахуванням галузевої спрямованості.

Відповідно джерелами міжнародного економічного права будуть не всі джерела міжнародного публічного права, а тільки ті, які містять норми, що регулюють зв'язки між суб'єктами міжнародних економічних відносини.

Розглянемо сутність і особливості основних джерел міжнарод-

ного економічного права – міжнародного економічного договору та міжнародно-правового звичаю.

Найбільш поширеною формою регулювання міжнародних економічних відносин є міжнародний договір, а саме договір, який містить положення щодо регулювання питань економічного характеру.

Як свідчить світова практика, економічні інтереси держав настільки проникли в їх політику, що важко знайти міжнародну угоду, яка б тим чи іншим чином не стосувалася задоволення вищезазначених інтересів.

Так, яскравим прикладом прояву економічної зацікавленості в загальнополітичних міжнародних договорах є Тільзитський мир 1807 року, укладений між Францією, Росією і Прусією, після перемоги Наполеона Бонапарта над російською армією під Фрідланде. За цією угодою, крім вирішення питань визнання Росією впливу Франції над завойованими землями, були включені положення щодо обов'язку Російської Імперії долучитися до континентальної блокади проти Англії, що означало розірвання торгових відносин з туманним Альбіоном та заборону входження англійських судів до російських портів [2].

Таким чином, навіть суто політичні міжнародні акти дуже часто мають відтінок економічної забарвленості, що вказує на їх досить велику кількість та підгалузеву різноманітність.

Класифікація міжнародних договорів як джерел міжнародного економічного права в доктрині досить широка.

Загалом, виділяють загальноекономічні та спеціально економічні договори.

До першого різновиду міжнародних договорів відносять угоди між державами, що стосуються економічного співробітництва. Норми таких договорів встановлюють загальні принципи економічних взаємовідносин між державами, виділяють головні напрямки, форми такого співробітництва, окреслюють проблеми, що підлягають взаємному вирішенню [16, С. 144].

Прикладом, такого договору є Договір про дружбу і співробітництво між Україною і Хорватією від 24 жовтня 2002 року, стаття 10 якого зазначає, що договірні Сторони домовились зміцнювати співробітництво у всіх сферах, зокрема у сферах економіки та торгівлі, переміщення робочої сили та капіталу, використання права на започаткування ділової діяльності, надання послуг, узгодження національного законодавства з *acquis communautaire*, правосуддя і внутрішніх справ [4].

Спеціальні економічні договори орієнтовані на регулювання

окремих сфер економічних взаємовідносин, в свою чергу їх можна розподілити на такі види [16, С. 145]:

- ✓ Договори з питань міжнародної торгівлі товарами, послугами, правами тощо (Торговельна угода між Урядом України та Урядом Алжирської Народно-Демократичної Республіки від 01 липня 1993 року) [11];
- ✓ Договори з питань міжнародних фінансових (платіжних, валютних, кредитних, податкових) відносин (Конвенція між Урядом України і Урядом Республіки Кіпр про уникнення подвійного оподаткування та запобігання податковим ухиленням стосовно податків на доходи від 8 листопада 2012 року) [6];
- ✓ Договори з питань руху інвестицій (капіталовкладень) та статусу інвесторів (Угода між Урядом України та Урядом Республіки Польща про взаємне заохочення та захист інвестицій від 12 січня 1993 року) [14];
- ✓ Договори про кооперацію з узгоджених питань (виробництво, експлуатація виробів) (Угода між урядом України і урядом Російської Федерації про принципи співробітництва в галузі виробництва і поставок авіаційної техніки від 8 лютого 1993 року) [15];
- ✓ Договори з питань міжнародної економічної допомоги (Угода між Урядом України та Урядом Китайської Народної Республіки про надання Уряду України безоплатної допомоги від 20 червня 2011 року) [12];
- ✓ Договори з питань транскордонного руху робочої сили (Угода між Урядом України та Урядом Республіки Молдова про трудову діяльність і соціальний захист громадян України та Республіки Молдова, які працюють за межами кордонів своїх держав від 13 грудня 1993 року) [13] тощо.

Крім того в міжнародній торговій системі держави регулюють відносини за допомогою таких різновидів двосторонніх договорів як торгові договори, договори про вільну торгівлю, договори про взаємні постачання окремих видів товарів та послуг, договори про прикордонну торгівлю, договори про правовий статус торгових представництв чи змішаних комісій, договори про співробітництво в митній справі [16, С. 146] тощо.

Дуже широку класифікацію міжнародних економічних угод надає М.М. Богуславський. Професор кваліфікує договори, зокрема: 1) за предметом регулювання на: політичні, але ті, що містять норми з економічних питань; економічні договори; договори, щодо заснування

міжнародних економічних організацій; 2) за сферою дії на: універсальні та регіональні (хоча на нашу думку, доречно до цієї категорії також віднести двосторонні договори, як договори із найвужчою сферою дії); 3) за рівнем їх укладання на: міждержавні; міжурядові; міжвідомчі; 4) за суб'єктивним складом на: двосторонні та багатосторонні; 5) за змістом обов'язків на: загально-нормативні (їх норми розраховані на довготривале та неодноразове застосування); договори, що містять конкретні обов'язки [1, С. 51].

Отже, всі міжнародні договори, що укладені між державами, між державами та іншими суб'єктами міжнародного права (в.ч. міжнародними організаціями), норми яких направлені на врегулювання міжнародних економічних відносин є джерелами міжнародного економічного права.

Наступним джерелом міжнародного права є міжнародний звичай як доказ загальної практики, що визнається правовою нормою.

Якщо в міжнародному економічному договорі, сторони шляхом переговорів узгоджують свою спільну політику щодо тих чи інших економічних питань і закріплюють спільні досягнення в документі, укладеному у визначеному порядку, що має письмову форму, то звичай таких формальностей не має, що й впливає на його місце в системі джерел права.

Про роль міжнародно-правового звичаю як джерела міжнародного економічного права існують різні думки.

Одні автори окреслюють обмежену роль міжнародно-правового звичаю у сфері регулювання міжнародних економічних відносин, оскільки підтримка широкого розмаїття стандартів міжнародного публічного права не сприяє застосуванню звичаєвого права [3, С. 18].

Інші навпаки, наголошують на значній ролі звичаю в міжнародній економічній системі.

Так, В.М. Шумілов зазначає, що міжнародно-правовий звичай є головною формою існування основних принципів міжнародного права. Більш того, загальна (універсальна) частина міжнародного права складається із звичаєвих форм. Звичай також є джерелом багатьох діючих та тих, що тільки формуються галузевих принципів міжнародного економічного права [16, С. 209].

Важко не погодитися також з тезою науковця про те, що в умовах очевидної недостатності універсального договірного регулювання, міжнародні звичаї заповнюють відсутні засоби міжнародно-правового регулювання [16, С. 210].

Проте, не всі міжнародно-правові звичаї є носієм загальних правових норм, а лише ті, які є доказом загальної практики.

Тобто не будь-яка практика може стати міжнародним звичаєм, а лише та, яка віддзеркалює лінію обов'язкової поведінки, на яку погодилось міжнародне співтовариство [7, С. 46].

Для того щоб була визнана наявність звичаю, потрібне дотримання низки умов, які підтверджують існування практики, що визнається у якості правової норми: відносної тривалості практики, її ідентичності, загального характеру практики, її правомірності [5, С. 28].

Іншими словами, практика визнається загальною і правило поведінки стає міжнародно-правовою нормою коли, по-перше вона застосовується якийсь певний проміжок часу.

Виникає питання, який відрізок часу існування практики, чи кількість випадків застосування одноманітного правила треба звичаю для відповідності цьому критерію?

Конкретної відповіді на це питання доктрина міжнародного економічного права не містить. Проте деякі науковці зазначають, що в сучасному міжнародному економічному праві для формування звичаєвої норми найчастіше вже не треба тривалої практики та множинності прецедентів. Достатньо буває лише одного акту (чи кількох) – договору чи резолюції міжнародної організації, – і звичай можна вважати існуючим. Такі норми, що потрапляють в договір чи резолюцію, фактично відкривають практику дії звичаю [16, С. 210].

По-друге, ця міжнародна практика повинна бути ідентичною, тобто містити однаковий зміст, врегульовувати подібні ситуації в один і той самий спосіб.

По-третє, практика повинна мати загальний характер. Це означає, що міжнародно-правова звичаєва норма повинна застосовуватися до будь-яких не персоніфікованих учасників міжнародних економічних відносин, що потребують регулювання та мати характер «багато-разовості».

І остання умова визнання міжнародно-правового звичаю – це його правомірність. Норма поведінки, яка закріплюється в міжнародно-правовому звичаї повинна відповідати вже наявним правовим нормам, закріпленим у міжнародних договорах, основних та спеціальних міжнародних принципах тощо.

На нашу думку, цей перелік умов визнання наявності звичаю слід доповнити явно вираженою згодою всіх зацікавлених держав, яка може проявлятися як в активній поведінці (закріплення в міжнародних угодах)

так і шляхом мовчазної згоди (не заперечення). Адже, в статті 38 Статуту Міжнародного Суду ООН наголошено саме на міжнародному звичаї як доказу загальної практики, що *визнана* правовою нормою.

Бувають випадки, коли міжнародно-правовий звичай визнається джерелом міжнародного економічного права, проте він не відповідає вищезазначеним умовам.

Як приклад, можна навести положення Хартії економічних прав і обов'язків держав, що була прийнята резолюцією Генеральної Асамблеї ООН 3281 (XXIX) 12 грудня 1974 року. При голосуванні за Хартію утрималися чи проголосували «проти» менше десяти держав, але здебільшого це були розвинуті держави Заходу. В той же час більшість норм Хартії так чи інакше в подальший період були реалізовані (наприклад, норми, які стосуються преференцій для країн, що розвиваються) і (чи) закріплені в договорах, та сприйняті в прийнятному вигляді, в тому числі західними державами [16, С. 211].

Особливістю міжнародно-правового звичаю можна визнати те, що його положення можуть закріплюватися в інших джерелах міжнародного економічного права, наприклад, в міжнародних договорах, проте, для країн, які не беруть участі в цих угодах, міжнародно-правовий звичай продовжує існувати у вигляді неписаної форми міжнародно-правової норми, що закріплена в письмовому акті.

Щодо міжнародно-правового звичаю як джерела міжнародного економічного права, питання викликає і засоби доведення його існування.

Так, Єна О.О. зазначає, що доказом існування міжнародно-правового звичаю можуть бути різні не правові джерела, значення яких неоднакове, але в сукупності вони можуть або підтверджувати, або заперечувати факт існування звичаю. До таких джерел відносяться: резолюції міжнародних організацій і конференцій, дипломатичне листування, спільні заяви держав, комюніке, рішення національних або міжнародних судових органів, практика міжнародних органів та інше [5, С. 28].

Шумілов В.М. до цього переліку додає внутрішнє національне законодавство, односторонні акти і дії держав та правові доктрини, що допомагають встановити існування звичаєво-правової норми, розкрити зміст цих норм, здійснюють вплив на процес їх формування [16, С. 212].

Отже, міжнародний договір та міжнародно-правовий звичай відіграють провідну роль як правові джерела, що містять норми, якими регулюються міжнародні економічні відносини. Проте, звичайно, не

треба применшувати значення загальних та спеціальних принципів міжнародного економічного права, чи таких допоміжних джерел як резолюції міжнародних організацій, міжнародні судові рішення, доктринальні праці, які справляють певний вплив на розвиток міжнародного права в цілому, і міжнародного економічного права, зокрема.

Література

1. Богуславский М.М. Международное экономическое право : монография / М.М. Богуславский. – М. : Международные отношения, 1986. – 303 с.
2. Внешняя политика России XIX и нач. XX века, сер. 1, т. 3, М., 1903, с. 631 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://istoriarusi.ru/imper/tilzitskij-mir.html>
3. Дахно І.І. Міжнародне економічне право : навч. посібник / І.І. Дахно. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 304 с.
4. Договір про дружбу і співробітництво між Україною і Хорватією від 24 жовтня 2002 року // Офіційний вісник України. – 2004. – № 11. – Ст. 253
5. Єна О.О. Міжнародне економічне право : конспект лекцій. – Х. : ХНАДУ, 2010. – 135 с.
6. Конвенція між Урядом України і Урядом Республіки Кіпр про уникнення подвійного оподаткування та запобігання податковим ухиленням стосовно податків на доходи від 8 листопада 2012 року // Офіційний вісник України. – 2013. – № 78. – Ст. 338
7. Опришко В.Ф. Міжнародне економічне право : підручник / В.Ф. Опришко. – К. : КНЕУ, 2003. – 311 с. С. 46
8. Репецький В.М. Міжнародне публічне право : підручник / В.М. Репецький, В.М. Лисик, М.М. Микієвич, А.О. Андрусевич, О.В. Буткевич; ред. : В.М. Репецький; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : Знання, 2012. – 437 с.
9. Скакун О.Ф. Теорія держави і права (Енциклопедичний курс) : підручник. Вид. 2-е, перероб. і доп. – Харків. : Еспада, 2009. – 752 с. , С. 441.
10. Статут Організації Об'єднаних націй і Статут Міжнародного Суду від 26 червня 1945 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_010/paгаo611#o611
11. Торговельна угода між Урядом України та Урядом Алжирської Народно-Демократичної Республіки від 01 липня 1993 року // Офіційний вісник України. – 2008. – № 76. – Ст. 18

12. Угода між Урядом України та Урядом Китайської Народної Республіки про надання Уряду України безоплатної допомоги від 20 червня 2011 року // Офіційний вісник України. – 2011. – № 50. – Ст. 111
13. Угода між Урядом України та Урядом Республіки Молдова про трудову діяльність і соціальний захист громадян України та Республіки Молдова, які працюють за межами кордонів своїх держав від 13 грудня 1993 року // Офіційний вісник України. – 2006. – № 45. – Ст. 318
14. Угода між Урядом України та Урядом Республіки Польща про взаємне заохочення та захист інвестицій від 12 січня 1993 року // Офіційний вісник України. – 2005. – № 29. – Ст. 486
15. Угода між урядом України і урядом Російської Федерації про принципи співробітництва в галузі виробництва і поставок авіаційної техніки від 8 лютого 1993 року // Офіційний вісник України. – 2005. – № 16. – Ст. 165
16. Шумилов В.М. Международное экономическое право : учебн. для маг. / В.М. Шумилов. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 612 с.

Торопков В.М.,

доц., к.е.н., завідувач кафедри
торговельного підприємництва та логістики,

Сиваненко Г.П.,

доц., к.е.н., доцент кафедри
торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМНИЦТВА: РЕАЛІЇ УКРАЇНИ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Мале та середнє підприємництво (МСП) обіймає важливе місце у соціально-економічному розвитку кожної держави як провідний сектор ринкової економіки, що забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє здоровій конкуренції, задоволенню споживчого попиту населення та створенню нових робочих місць. Саме воно є фундаментальною основою формування середнього класу.

Загальновідомим є твердження, з яким погоджуються усі

науковці, бізнес та влада: при успішному розвитку МСП економіка будь-якої країни розвивається більш стабільно та успішно, розширюється виробництво товарів, покращується надання послуг, створюються нові робочі місця, збільшується сплата податків та зборів. В результаті заможними стає більше людей які формують заможну та сильну країну.

Тому зусилля держави повинні завжди спрямовуватися на встановлення відкритого партнерства влади та бізнесу із залученням наявних ресурсів та інструментів для всебічної підтримки розвитку підприємництва.

Враховуючи євроінтеграційний курс нашої держави, нагальною потребою є вивчення й аналіз міжнародного досвіду державного регулювання умов ведення бізнесу та формування на цій основі пропозицій щодо підтримки МСП, у т.ч. шляхом реформування структури державних органів, що в цілому надасть можливість суттєво підвищити конкурентоспроможність економіки України.

У попередніх дослідженнях авторів неодноразово зверталася увага на проблеми, що перешкоджають як веденню, так і розвитку бізнесу. На сьогодні окремі з них вирішені владою, зокрема суттєво спрощено процедури реєстрації бізнесу, але більшість інших залишається невирішеними. Дану інформацію підтверджують результати дослідження, проведеного компанією USAID УКРАЇНА спільно з партнерами [6]. Згідно проведеного ними опитування основними факторами, що обмежують зростання бізнесу в Україні є: нестабільна політична ситуація (51%), низький споживчий попит (39%), високі ставки податків (31%), інфляція (29%), війна на сході країни (28%). Традиційно значний негативний вплив на розвиток бізнесу вчиняють такі фактори, як податковий (26%) та регуляторний (20%) тиск, часті зміни законодавства (23%).

Варто звернути увагу, що такий фактор, як війна на сході України знаходиться лише на 5 місці за значимістю для бізнесу, натомість фактори несприятливого державного регулювання залишаються основними проблемами розвитку бізнесу, починаючи з 1991 року.

Разом з тим підприємці зазначають, що основними перешкодами для розширення діяльності на короткострокову перспективу (2 роки) залишаються брак фінансових можливостей, складна податкова система, несприятлива економічна ситуація в країні. Також відзначимо наявність негативної оцінки суб'єктами малого та середнього підприємництва факторів ділового середовища (48,5%), фінансової активності (30%), зайнятості (44%), ділової активності (40,5%).

Наведені дані ілюструють негативні тенденції щодо очікування за зазначеними факторами. Особливо загрозливою є ситуація в сфері зайнятості, де 44% підприємств скоротили кількість працівників за останні два роки, та діловому середовищі, де 48,5% респондентів вважають його поганим. Додатково 48,5% опитаних зазначили, що перевірялись принаймні одним органом у 2015 році, при цьому 37,5% підприємців вказали на додаткові витрати внаслідок перевірок, які становили, в середньому, 33141 грн., в основному у вигляді штрафів.

Але найбільше занепокоєння, в контексті нашого дослідження, викликають результати опитування стосовно довіри до суспільних інститутів: державу вважають ворогом бізнесу 30%, перешкодою – 56% та партнером всього 14% бізнесу. Найбільшу довіру викликають юристи, бізнес-консультанти 87% та органи місцевого самоврядування 62%, найменше довіряють парламенту 22% та політичним партіям 18%. Це свідчить, що напрям розвитку нашої держави в частині децентралізації та передачі основних повноважень на місця, а саме органам місцевого самоврядування, з точки зору підтримки та розвитку підприємництва є перспективним.

Якщо звернути увагу на інше щорічне дослідження (світового банку) – *doing business 2016* [7] – можемо відмітити, що Україна і надалі залишається серед країн з рівнем доходу нижче середнього, зокрема, річним валовим доходом на душу населення в \$3560, займаючи 87 позицію в рейтингу, що на 4 пункти вище в порівнянні з 2015 роком, але в порівнянні з місцями країн-сусідів позиція України є надто низькою. Так, Білорусь посідає 44 позицію (валовий дохід на душу населення \$7340), а Польща – 25 (валовий дохід на душу населення \$13730).

Останніми роками Україна дещо покращила свій рейтинг, але в основному за рахунок спрощення реєстрації підприємств (+ 40 пунктів), натомість такі параметри як оподаткування (107 місце), отримання дозволів на будівництво (140 місце) погіршилися – і це свідчить про неефективну державну політику в сфері підприємництва.

Відсутність державної стратегії розвитку та підтримки МСП призводить до скорочення діяльності підприємств, відсутності інноваційної складової в бізнесі, відтоку кращих управлінських, інженерно-технічних кадрів, кваліфікованих робітників за кордон. Таким чином країна втрачає економічну основу розвитку. Натомість західні компанії не поспішають робити реальні інвестиції в Україну з огляду на вищенаведені проблеми, а статистичні дані, які показують позитивну динаміку іноземних інвестицій, лише ілюструють неспроможність влади

вирішити питання з офшорними зонами, через які по суті мінімізуються податки та легалізуються тіньові доходи.

Як свідчить закордонний досвід, малий та середній бізнес в Європі стимулює розвиток конкуренції; ефективність всієї економіки ЄС безпосередньо залежить від успішної діяльності МСП. Тому, в рамках Євросоюзу здійснюється політика підтримки малого підприємництва, головна мета якої – збалансування інтересів держави і бізнесу, забезпечення оптимальних умов для підприємницької діяльності, збільшення конкурентоспроможності малого бізнесу.

Так, державна стратегія розвитку МСП у Франції спрямована на підвищення гнучкості, стійкості і конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації економіки та орієнтована на виконання наступних завдань:

- вдосконалення системи навчання та перепідготовки фахівців для МСП;
- стимулювання інноваційної діяльності, допомога в організації доступу до новітніх технологій для підвищення експортних можливостей МСП;
- поліпшення взаємодії державних установ, партнерських і громадських організацій з метою ефективної реалізації національних і європейських програм підтримки та розвитку МСП [8].

Держава пропонує допомогу як для засновників бізнесу так і для різних проектів існуючих компаній на різних рівнях розвитку, наприклад, субсидії для наукових досліджень і інновацій. Основними напрямками державної підтримки є:

- створення або відновлення бізнесу: підприємці мають змогу отримати державну пряму допомогу або податковий кредит;
- допомога для молодих фермерів;
- підтримка діяльності компанії в окремі періоди, зокрема, державне фінансування може бути надано: під час навчання, отримання інвалідності;
- надання податкових пільг;
- стимулювання та підтримка експорту;
- галузеві субсидії.

Для підтримки окремих секторів економіки або за наявності економічних труднощів можлива виплата прямої допомоги для організації або підтримки наступних заходів:

- реалізація екологічних проектів;
- сільськогосподарське виробництво;
- організація наукових досліджень;
- підтримка підприємств, що здійснюють діяльність в галузі культури;

- для мікробізнесу — допомога водіям таксі.

Існують також програми підтримки бізнесу через податкові пільги, для участі в яких компанії повинні відповідати певним вимогам [9].

Наступним розглянемо приклад Великобританії. Державна політика націлена на створення найбільш сприятливих умов розвитку сектора МСП, як найбільш динамічного, та формування ресурсу для підвищення соціально-економічного добробуту країни і забезпечення її конкурентоспроможності на світових ринках.

Для об'єднання розрізнених структур підтримки МСП та підвищення їх ефективності, створено національне агенство розвитку малого бізнесу SBS (The Small Business Service) при Міністерстві торгівлі і промисловості, яке визначає стратегію розвитку МСП, взаємодіє з усіма рівнями влади, координує діяльність всієї державної інфраструктури підтримки підприємництва і активно співпрацює з партнерськими та громадськими організаціями.

Державна стратегія розвитку спрямована на досягнення наступних основних цілей:

- підвищення культури підприємництва і ділових відносин;
- активізацію процесів заснування нових підприємств, створення умов для їх прискореного розвитку і подальшого зростання;
- поліпшення доступу до фінансових ресурсів;
- розвиток підприємництва в депресивних районах і в окремих соціальних групах (жінки, нац. меншини, інваліди та ін.);
- залучення підприємців до активного використання державних інструментів підтримки (інформація, маркетинг, держзамовлення, фінансування, експорт та ін.);
- розробку більш ефективних заходів державної політики розвитку і регулювання підприємницької діяльності [10].

Приклад Німеччини ілюструє — державна політика направлена на координацію діяльності всіх державних і партнерських організацій з реалізації програм розвитку та підтримки підприємництва. Основним виконавцем поставлених завдань є Федеральне міністерство економіки і праці. Окремими питаннями в сферах мікробізнесу, сфери послуг та залежно від галузевої спрямованості займаються профільні підрозділи. Державна стратегія розвитку спрямована на досягнення наступних цілей:

- забезпечення умов для розвитку і зростання чисельності «середнього класу»;
- підвищення зацікавленості молоді у підприємницькій діяльності;
- створення бази в навчальних закладах для теоретичної і практичної підготовки молоді до провадження підприємницької діяльності;

- надання фінансової і технічної допомоги новоствореним підприємствам ;
- зниження бюрократичних бар'єрів, полегшення доступу до ресурсів і нових технологій;
- стимулювання ділової та інноваційного потенціалу сектора МСП шляхом реалізації державних програм прямої та непрямой підтримки [11].

Результати аналізу свідчать, що методи державної підтримки, які застосовуються в розвинених країнах, забезпечують дієву допомогу МСП, а структура державних інституцій, хоча і має певні національні особливості, але працює злагоджено та виконує покладені на неї функції.

З огляду на сучасні реалії діюча вітчизняна система державного регулювання підприємництва є недосконалою та бюрократичною. Сьогодні вона має наступний вигляд (рис. 1).

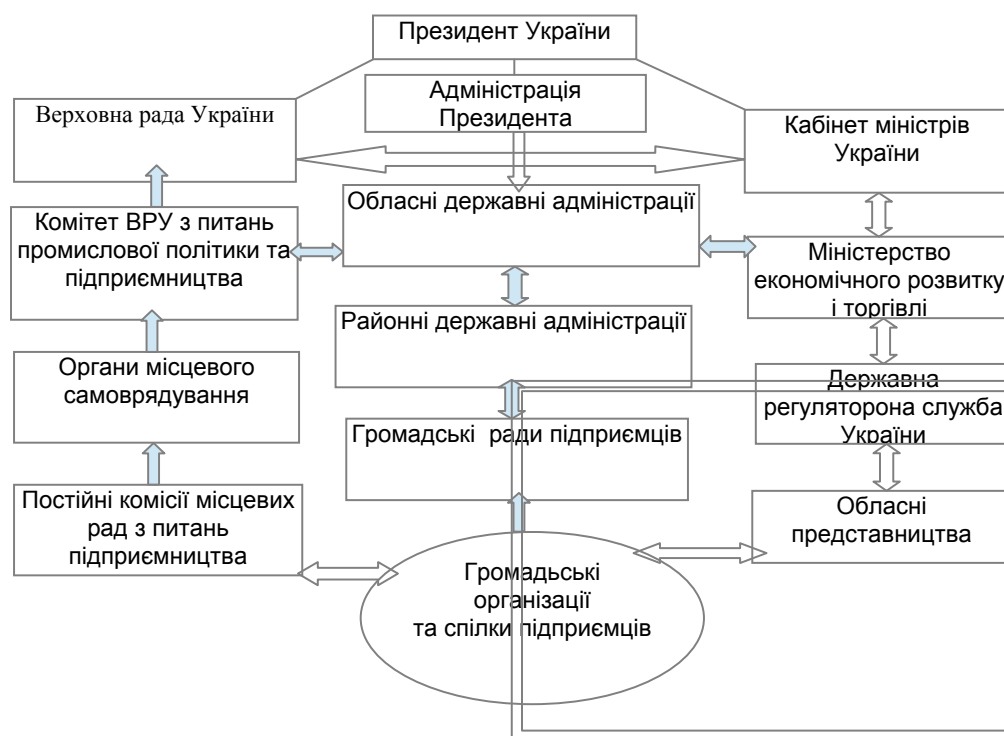


Рис. 1. Існуюча структура органів державного регулювання та підтримки

МСП в Україні

Джерело: побудовано авторами

Робота зазначених державних структур носить в основному декларативний характер. Комітетом ВР розроблено низку законопроектів, необхідних для МСП, але Верховна Рада їх не голосує роками.

На офіційному сайті міністерства економічного розвитку і торгівлі України наявна інформація лише по двох міжнародних програмах: Competiveness of Small and Medium Enterprises (COSME) – європейська програма підтримки малого та середнього бізнесу та UNLIMIT UKRAINE, який ініціювала Європейська Бізнес Асоціація. Проект має на меті надати поштовх молодому українському бізнесу до зростання та розвитку. Жодної національної програми не представлено. Інформаційний ресурс Державної регуляторної служби взагалі не наповнений в таких важливих розділах, як дерегуляція та корисна інформація для підприємців-початківців.

Виходячи з вищенаведеного, першим кроком щодо удосконалення системи державної підтримки МСП повинно стати удосконалення структури органів державного регулювання підприємництва (рис. 2).



Рис. 2. Удосконалена структура державного регулювання та підтримки

Джерело: авторська розробка

Впровадження запропонованої структури державних органів скоротить кількість бюрократичних процедур, дозволить оперативно реагувати на зміну економічної ситуації в країні, а головне – спростить та прискорить формування пропозицій до уряду, Верховної Ради щодо покращення бізнес-клімату; цей процес буде здійснюватись з врахуванням зворотньої інформації, отриманої від підприємців, що застосовують на практиці наявну нормативно-законодавчу базу та відчувають її недоліки.

Другим найважливішим кроком повинно стати проведення реальної дерегуляції підприємницької діяльності. Відповідне розпорядження КМ №357-р з'явилося 18 березня 2015 р. та більшість заходів залишилися не реалізовані профільними міністерствами. В серпні 2016 оприлюднено нове розпорядження КМ №615-р «Про затвердження плану заходів щодо дерегуляції господарської діяльності та визнання такими, що втратили чинність, деяких розпоряджень Кабінету Міністрів України», в якому значно розширено перелік заходів. Реалізація даного розпорядження на практиці є необхідним елементом для підтримки підприємництва та економічного розвитку держави в цілому.

Наступним кроком є переорієнтація державної фіскальної служби з наглядово-контролюючої на консультативно-роз'яснюючий орган. Для прикладу, в Німеччині помилки в звітах фіскальні органи виправляють самостійно; у нас навпаки – така звітність призводить до виплати штрафів. Тобто головним результатом роботи фіскалів стає кількість та сума штрафних санкцій, а не сплачених податків.

Паралельно шляхом розробки відповідних державних програм необхідно стимулювати розвиток та здійснювати підтримку сімейного бізнесу, який дозволить суттєво підвищити ефективність малого підприємництва.

Потребує удосконалення регулювання мікро та малого бізнесу в частині реорганізації спрощеної системи оподаткування та надання податкових пільг. На даний час спрощену систему в основному використовують великі компанії для мінімізації податкових платежів та уникнення перевірок наглядових органів, що викривлює її сутність та основні завдання. Натомість, постійні заяви влади щодо скасування даної системи створює атмосферу невизначеності для потенційних підприємців.

Необхідно всебічно заохочувати створення та розвиток приватно-державної мережі бізнес-інкубаторів та консультаційних центрів, які дозволять залучати до вирішення проблем функціонування МСП

високопрофесійних фахівців різного профілю (маркетинг, інформаційні технології, логістика, фінанси, менеджмент тощо)

Таким чином, реалізація зазначених заходів дозволить дерегулювати й спростити ведення підприємницької діяльності, надасть можливість залучити нових підприємців і стимулюватиме роботу існуючих, що суттєво покращить діяльність суб'єктів малого та середнього підприємництва загалом. Деталізація наведених вище напрямів стане предметом подальших досліджень авторів.

Література

1. Варналій З.С. Пріоритети вдосконалення державної політики розвитку малого підприємництва в Україні / З.С. Варналій, Т.Г. Васильців, Д.С. Покришка // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 2. – С. 49-54.
2. Дрига С.Г. Створення державного інституту сприяння розвитку малого підприємництва [Електронний ресурс] / С. Г. Дрига // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2010. – № 2. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=100>.
3. Мазаракі А.А. Домінанти інституційної модернізації фінансової системи України / А.А. Мазаракі, С.В. Волосович // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 1. – С. 5-23.
4. Паливода О.М. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні в контексті європейської економічної інтеграції / О.М. Паливода, Ю.А. Теміндарова // Бізнес Інформ. – 2015. – №11. – С. 267-271.
5. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] / О. І. Тимченко // Ефективна економіка. 2015. – № 6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4135>.
6. Ukraine | U.S. Agency for International Development – usaid. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.slideshare.net/USAIDLEV/2015-63410180>.
7. Doing-business-2015 World bank group. – [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016>.
8. Міністерство фінансів економіки і промисловості Франції – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economie.gouv.fr/vous-orienter/entreprise>.
9. Портал державної фінансової підтримки підприємців Франціїю –

- [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23922#N100DB>.
10. The Small Business Service – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/collections/small-business-survey-reports>.
 11. Федеральне міністерство економіки і праці – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Mittelstand/Mittelstandspolitik/politik-fuer-den-mittelstand.html>.
 12. Верховна рада України – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc6_current?id=&pid069=209.
 13. Верховна рада України – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/615-2016-%D1%80/paran9#n9>.

Удод Н.М.,
старший викладач
кафедри міжнародних економічних відносин,
Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОЯВИ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ ПРИЙМАЮЧИХ КРАЇН

Активізація глобалізаційних процесів у світовій економіці стала передумовою формування ринків нового типу. Сформувались глобальні ринки як самовідтворювальні механізми врівноваження глобального попиту і глобальної пропозиції, що характеризуються тісною взаємодією та взаємозалежністю, сприяючи інтенсивному переходу країн від замкнених національних господарств до економіки відкритого типу, а також появи нових, гнучких в організаційному плані суб'єктів господарювання. Під тиском цих факторів відбуваються революційні зміни й в організації торгівлі та сфері обслуговування. Галузь торгівлі виконує важливу економічну і соціальну роль. Основним внеском роздрібною торгівлі в підвищення якості життя населення є підтримка соціальної стабільності і задоволення потреб населення в товарах. Внесок торгівлі в світовий ВВП становить близько 10%, а в загальну зайнятість – до 13%. Разом з тим значно зростає значення сфери споживання в світі, що формує та визначає розвиток внутрішніх споживчих ринків країн. Частка

витрат населення на споживчі товари в окремих країнах сягає 70%, зокрема цей показник в Естонії – 72%, Латвії – 64%, Росії – 58%, Україні – 53%, Польщі – 44%, Великобританії – 47%, Австрії – 45% [2; 4; 5]. Загальносвітовий обіг сектору роздрібної торгівлі зростає з 2005 р. з середнім темпом 8,3% з урахуванням інфляції. В 2008 р. обіг світової роздрібної торгівлі досяг 14,5 трлн. дол., а вже в 2015 р. цей показник становив 17,4 трлн. дол. [1, с.8].

Глобалізація роздрібної торгівлі як важлива риса споживчого ринку дуже тісно пов'язана з інтеграцією, транснаціоналізацією та консолідацією торговельного капіталу. Відбувається процес становлення та розвитку транснаціональних торговельних компаній як суб'єктів глобального ринку роздрібної торгівлі, що в сучасних умовах господарювання акумулювали глобальні функції здійснення товароруку та збуту продукції, здійснюючи оптові та роздрібні операції. Функціонування транснаціональних торговельних компаній на ринках країн світу стає істотним фактором трансформації як самої торгівлі, так і промислового виробництва реалізованих ними споживчих товарів, структури споживчих переваг, моделей поведінки постачальників та покупців. За допомогою переміщення капіталу в формі прямих іноземних інвестицій, експорту товарів і послуг вони стають одними з провідних суб'єктів виробничих, торговельних, валютно-фінансових, науково-технічних процесів, відіграють важливу роль в обміні ноу-хау, технологіями, інноваціями, що прямо чи опосередковано впливає на економіку приймаючої країни.

Масштаби діяльності транснаціональних торговельних компаній в сучасному глобалізованому економічному просторі співставні з економічною могутністю окремих держав, а їх вплив відчутний як на економічному становищі країни в цілому, так і на показниках окремих галузей. Так, виручка 250 найбільших роздрібних торговельних компаній світу за 2014 р. досягла майже 4,5 трлн. дол., що більше в порівнянні з 2006 р на 1,23 трлн. дол., або на 38% [3]. У середньому світова роздрібна торгівля демонструє приріст роздрібних продажів на рівні 4,3%. А зарубіжні операції цих компаній здійснюються в середньому в 10,2 країнах, при цьому 10 найбільших торговельних компаній – в 16,5 країнах [3]. Під впливом діяльності транснаціональних компаній змінюються форми організації та управління торговельною діяльністю, канали дистрибуції товарів та їх структура, розширюється спектр застосування сучасних форматів торгівлі, вдосконалюються стандарти організації торговельних підприємств.

Стрімке посилення економічної могутності транснаціональних торговельних компаній, їх розвиток та подальша територіальна експансія є об'єктивним і неминучим процесом, що несе для приймаючих країн неоднозначні наслідки. Дослідження даного питання в значній мірі ускладнено вкрай суперечливими судженнями вітчизняних і зарубіжних науковців щодо ступеня впливу транснаціональних компаній на приймаючі країни. Здебільшого вітчизняні автори, що досліджують проблеми глобалізації, транснаціоналізації акцентують увагу на несприятливих для економіки наслідках діяльності таких компаній. Загрози вони вбачають у вивезенні прибутку за межі національних кордонів приймаючої країни, витіснення частини національних торговельних компаній з ринку, монополізації та суттєвому укрупненні ринку роздрібної торгівлі, подальшій концентрації торговельної діяльності в найбільших містах та регіонах з розвинутою інфраструктурою та інше. Західні ж дослідники пропагують більшою мірою позитивні моменти в діяльності транснаціональних торговельних компаній. Вони відзначають такі позитивні наслідки для приймаючих країн, як надходження прямих іноземних інвестицій, отримання держбюджетом додаткових податкових доходів, створення нових робочих місць, відбудова та модернізація торговельної інфраструктури, стимулювання конкуренції, обмін досвідом, збільшення частки організованої торгівлі в структурі роздрібного сектору.

Дослідивши протилежні точки зору і численні аргументи на користь обох суджень, правомірним є твердження, що будь-який аспект діяльності транснаціональних торговельних компаній і його вплив на приймаючі країни можна одночасно розглядати як в позитивному, так і в негативному плані, більше того, для всебічного дослідження глибини проявів – ще й через призму формування макро– та мікроефектів.

В цілому в розрізі макроекономічних концепцій, діяльність транснаціональних компаній розглядається з позиції країни, що зв'язує прояви їх діяльності з міжнародною торгівлею, рухом факторів виробництва і описує вплив переважно через прямі іноземні інвестиції на макроекономічні показники приймаючих країн, зокрема експорт, імпорт, економічне зростання та інші. Характеристика впливу діяльності транснаціональних торговельних компаній на економіку приймаючої країни на макрорівні зазначена в таблиці 1.

Аналізуючи вплив на макрорівні не можливо не сказати про той ефект, що отримує ринок праці та ринок торговельних послуг, банківський та фінансовий сектор, бюджет, інфраструктура та ін.. Так,

банківський і фінансовий сектор виграють за рахунок збільшення обсягу трансакцій, в тому числі міжнародних, за рахунок залучення додаткових кредитних коштів, великих обсягів страхування. Активна діяльність торговельних компаній приваблює в країну нових іноземних учасників, формуючи позитивний імідж держави, вказує на її відкритість.

Незаперечним є факт отримання приймаючими країнами грошових і виробничо-торговельних засобів для модернізації місцевих галузей і розвитку раніше освоєних виробництв. У той же час не можна не відзначити, що інвестування здійснюється у розвиток перспективних для збагачення транснаціональних торговельних компаній ринків.

Таблиця 1.

Макроекономічні ефекти впливу діяльності транснаціональних торговельних компаній на економіку приймаючої країни

Ефекти	Характеристика впливу	
	Позитивний	Негативний
Економічний ріст	<ul style="list-style-type: none"> – надходження прямих іноземних інвестицій, що забезпечують накопичення основного капіталу як рушійної сили економічного росту; – наповнення державного бюджету за рахунок сплати податків; – збільшення частки організованої торгівлі в структурі роздрібного сектору; – формування сприятливого іміджу країни та підвищення її привабливості, відкритості для іноземного бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> – можливість проникнення в галузі, що формують національну безпеку; – вплив на галузеву структуру економіки; – вивіз прибутку за межі національних кордонів країни, що пов'язано з несприятливими умовами для інвестування; – сприяння концентрації торговельної діяльності в найбільших містах та регіонах з розвинутою інфраструктурою

Ефекти	Характеристика впливу	
	Позитивний	Негативний
Створення умов доступу місцевих компаній на зовнішній ринок	<ul style="list-style-type: none"> – умови для доступу на світовий ринок національних фірм за допомогою міжнародних каналів закупівель, виробництва і збуту ТНТК; – розширення можливостей збільшення експорту національної продукції, за рахунок її реалізації в країнах, де функціонує ТНТК 	– обмеженість, залежність національних компаній від наданої торговельної та іншої інфраструктури, замовлень
Ефективність використання внутрішніх ресурсів	<ul style="list-style-type: none"> – раціональне використання ресурсів та їх переміщення із менш ефективних секторів економіки в більш ефективні; – нові сфери застосування наявних в країні ресурсів 	<ul style="list-style-type: none"> – диктування умов товаровиробникам та постачальникам продуктів вітчизняного виробництва
Торговельні потоки і платіжний баланс	<ul style="list-style-type: none"> – ефект імпортозаміщення за рахунок організації господарської діяльності на території приймаючої країни – залучення у товарний обіг продукції вітчизняних товаровиробників, особливо коли відбувається девальвація гривні та імпорт стає не вигідним 	– збільшення імпорту, за умови не вигідних умов господарювання, що може вплинути на зменшення обсягів реалізації вітчизняної продукції
Зайнятість і стан ринку праці	<ul style="list-style-type: none"> – створення нових або збереження існуючих робочих місць в процесі купівлі, реструктуризації або відкритті нових підприємств в країні-реципієнті – зростання середнього рівня заробітної плати – підвищення рівня кваліфікації працівників 	– витіснення неорганізованої та тіньової торгівлі, що може залишити людей без роботи та сприятиме загальному невдоволенню, соціальному протесту

Джерело: складено автором.

Діяльність зарубіжних торговельних компаній є джерелом наповнення місцевого, державного бюджетів. Бюджет отримує додаткові доходи від податкових надходжень за рахунок зростання торговельного

обігу, збільшення обсягів місцевого виробництва, транспортної сфери та інших учасників, задіяних в цьому процесі, і відповідно, зайнятості в регіоні. Однак приймаючі країни можуть отримувати податкові надходження до державного бюджету нижче потенційного рівня. Така ситуація складається внаслідок ухилення транснаціональних компаній від податків за допомогою використання ними в дії «напівтіньових», «віртуальних» механізмів, таких як: внутрішньокорпоративні ринки, трансфертні ціни, репатріація прибутку.

Транснаціональні торговельні компанії в рамках здійснення своєї діяльності на території приймаючих країн вирішують проблеми зайнятості та підвищення рівня життя місцевого населення і забезпечують від 10 до 20% зайнятості в цих країнах. Надаючи перевагу органічній стратегії виходу на зарубіжний ринок, створюють нові робочі місця, гарантують широкий соціальний пакет робітникам, орієнтуються на підвищення їх кваліфікації, переносять культуру обслуговування та споживання з материнської компанії на ринки приймаючих країн, впроваджують управлінські інновації. Такі дії знижують соціальну напруженість в країні, мотивують до максимальної працевіддачі.

Вплив діяльності транснаціональних торговельних компаній відчувається і на мікрорівні. До проявів діяльності транснаціональних торговельних компаній на мікрорівні слід віднести їх безпосередній вплив на галузь торгівлі, мікросередовище в цілому, включаючи споживачів, конкурентів, постачальників, посередників та інших учасників господарського процесу. На цьому рівні формуються їх переваги перед місцевими конкурентами, в тому числі контроль над виробництвом, передача специфічних активів, що перебувають у власності окремої компанії, і наявність інституційних переваг організації внутрішньої структури. Так само, як і макрорівні варто розмежовувати позитивний та негативний вплив такої діяльності (табл. 2).

Позитивний вплив транснаціональних торговельних компаній проявляється в створенні інфраструктури, застосуванні сучасних технологій організації продажів, обміні досвідом та знаннями в сфері управління, веденні господарської діяльності та інше. І дійсно, приходячи на зарубіжний ринок та розпочинаючи там свою діяльність, зарубіжні торговельні компанії забезпечують належний рівень інфраструктури як платформи майбутньої діяльності. Вони безпосередньо приймають участь в створенні, відбудові чи модернізації торговельних площ, складських приміщень, інших будівель та споруд, необхідних для функціонування. Окрім цього значна частка зарубіжних

торговельних компаній є орендарями торговельних площ в національних торговельних центрах та комплексах, що також позитивно впливає на дивелопмент нерухомості.

Таблиця 2

Мікроекономічні ефекти впливу діяльності транснаціональних торговельних компаній на економіку приймаючої країни

Ефекти	Характеристика впливу	
	Позитивний	Негативний
Розвиток галузі	<ul style="list-style-type: none"> – створення, відбудова та модернізація торговельної інфраструктури – зміна форм і методів торговельного обслуговування, впровадження НТР – оренда торговельних площ в національних торговельних центрах та комплексах – застосування нових технологій організації роздрібних продажів та поява нових торговельних форм 	<ul style="list-style-type: none"> – монополізація чи суттєве укрупнення ринку роздрібно торгівлі
Конкуренція	<ul style="list-style-type: none"> – посилення конкуренції на внутрішньому споживчому ринку, що сприяє підвищенню якості торгівлі, продукції, зниженню роздрібних цін 	<ul style="list-style-type: none"> – витіснення не конкурентоспроможних вітчизняних торговельних компаній з ринку
Задоволення потреб споживачів	<ul style="list-style-type: none"> – більш високий рівень торговельних послуг, широкий асортимент, якість продукції, надання додаткових послуг; – порівняно низькі ціни за рахунок збільшення загальної пропозиції; – підвищення якості життя і споживання 	<ul style="list-style-type: none"> – нерівномірна локалізація торговельних підприємств, що може викликати труднощі фізичного доступу до сучасних форматів торгівлі для сільського населення
Вдосконалення управління	<ul style="list-style-type: none"> – обмін досвідом з вітчизняними компаніями в сфері управління, менеджменту та маркетингу; – перенесення іноземної культури обслуговування, купівлі та споживання; – популяризація фінансової культури серед партнерів, конкурентів, споживачів 	<ul style="list-style-type: none"> – формалізм, втрата національної специфіки та індивідуальності в здійсненні торговельної діяльності; – нав'язування зарубіжної культури ведення бізнесу, обслуговування, споживання

Джерело: складено автором.

Відчувають вплив транснаціональних торговельних компаній та активно залучаються до процесу товароруку та збуту й інші учасники

ринку, серед яких варто виділити постачальників торговельного обладнання, рекламні, кадрові, маркетингові та консалтингові агентства, провайдери інформаційного забезпечення та ін. Вони по суті забезпечують ефективне функціонування торговельних компаній на ринку, надаючи їм супутні послуги.

Однак найбільше можливостей відкривається для споживачів, адже вони отримують доступ до ширшого асортименту продукції закордонного виробництва, більш високого рівня торговельних послуг, що дозволяє їм економити гроші та час на пошук і здійснення покупки. Транснаціональні торговельні компанії впливають на зниження цін за рахунок посилення конкуренції на ринку, збільшення загального обсягу поставок і можливості їх регулювання через глобальні логістичні мережі. В цілому за таких умов виникає більш високий рівень задоволеності покупця, що формує позитивний імідж країни, сприяє підвищенню рівня культури споживання, торгівлі та якості обслуговування на ринку торговельних послуг, а також підвищується якість життя населення, тобто прослідковується пряма залежність проявів діяльності транснаціональних торговельних компаній на мікрорівні та макрорівні.

Нові можливості відкриваються й для місцевих виробників споживчих товарів, адже транснаціональні торговельні компанії сприяють збільшенню обсягів виробництва товарів за рахунок налагодження з ними плідної співпраці, реалізації вітчизняної продукції в власних торговельних мережах. Причому при дотриманні всіх необхідних стандартів обсяги випуску продукції місцевих виробників можуть істотно перевищувати місцевий попит, глобальна система поставок торговельних компаній полегшує для її учасників вихід на нові, в тому числі і зарубіжні ринки, істотно знижуючи витрати на їх освоєння за рахунок налагодженого логістичного ланцюжка і досвіду роботи в даній сфері.

Поряд з цими перевагами потенційними загрозами розвитку великих роздрібних форматів і консолідації ринку є скорочення частки малого бізнесу в роздрібній торгівлі і зростання безробіття. Проте міжнародний досвід показує, що розвиток торговельних компаній не веде до зникнення малого бізнесу, оскільки малі підприємства можуть конкурувати за рахунок більш високої індивідуалізації послуг, унікальності пропозиції і маркетингу або переорієнтації діяльності в інші сектори економіки. Також невеликі торговельні підприємства мають переваги в порівнянні з великими компаніями в частині діяльності в

спеціалізованих ринкових нішах; виробництва спеціалізованих товарів невеликими партіями; доступу до локальних географічних ринків і знання потреб та специфіки локальних ринків.

Враховуючи характер та глибину впливу діяльності транснаціональних торговельних компаній на приймаючі економіки, країни повинні створювати сприятливі економічні умови для господарювання транснаціональних торговельних компаній, розробляти продуману і ефективну стратегію розвитку роздрібною торгівлі, адже стан сектору торгівлі має критичну значимість для більшості аспектів життя країни та її громадян. Неефективне розвиток торгівлі може поставити під загрозу розвиток економіки, якість життя, безпеку і здоров'я населення. І хоча приймаючі країни нерідко виявляються в ситуації суттєвого впливу з боку зарубіжних компаній на політику місцевих урядів; стикаються з проблемою виникнення конфліктних ситуацій на ґрунті неприйняття їх надмірної соціокультурної експансії, все ж таки завдяки транснаціональним торговельним компаніям приймаючі країни активно залучаються до процесів спрямованої інституціоналізації, що являє собою безперервний і об'єктивно обумовлений необхідністю процес утворення специфічного набору норм і правил, що забезпечують ефективну взаємодію і функціонування різних економічних суб'єктів в рамках єдиного економічного простору. При цьому самі ж компанії для досягнення конкурентоспроможності на обраних ринках та максимального задоволення потреб споживачів, в свою чергу, вимушені вбудовуватися в систему приймаючих країн, враховувати національні особливості у правовій, економічній, соціальній та культурній сферах і вибудовувати конструктивні відносини з органами влади. Налагодження ділових зв'язків на ринках приймаючих країн та використання специфіки власних організаційних форм дозволяє їм досягати ефекту масштабу, скорочення витрат за рахунок централізованого управління, швидко освоювати нові ринки та закріплювати там свої позиції, збільшувати конкурентоспроможність та прибутковість, розвивати довгострокові відносини з покупцями та партнерами, забезпечувати впізнаваність брендів, а також формувати стандарти розвитку торговельної галузі.

Література

1. Global M&A: Outlook for Retail [Електронний ресурс] // KPMG International, 2015. – 12 р. – Режим доступу: https://www.kpmg.com/EU/en/Documents/Global_MA_OutlookforRetail.pdf
2. PEEIs in focus – A summary for the retail trade turnover and volume of sale indices – 2014 edition // Eurostat [Directorate-General of the European Commission], Luxembourg: Publications Office of the European Union. – 2014. – 46 р.
3. Top 250 Global Retailers 2015 [Електронний ресурс] // Deloitte and STORES Media. Jan. 2015. – Режим доступу: <http://www2.deloitte.com/be/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>
4. Роздрібна торгівля Україні у 2014 році [Електронний ресурс] / Державна служба статистики. – К., 2015. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtorg_u.htm
5. Статистический сборник «Торговля в России. 2015». – М.: Росстат, 2015. – 511 с.

Фреюк О.В., аспірант

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕЛЕКТРОННА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Глобалізація як історичне явище і феномен, а також як об'єктивна закономірність розвитку людства все частіше привертає увагу дослідників у всьому світі. Формується нова галузь науки – глобалістика. До середини 1990-х років вона переважно трактувалась лише як вчення про глобальні природні та суспільні проблеми сучасності. Головним серед них були економічна, енергетична, сировинна, продовольча, демографічна, міжнародної безпеки.

Економічна глобалізація є вихідною ланкою процесів глобалізації. Вона є результатом функціонування сучасної міжнародної економіки та розвитку науково-технічного прогресу. В її основі лежать міжнародний поділ праці та інтернаціоналізація господарського життя. Як якісно нове явище глобалізація включає різні процеси, механізми дії, сфери і форми прояву та наслідків [1].

Значна частина дослідників пов'язує економічну глобалізацію з процесами інтеграції та інтернаціоналізації світового господарства. Під цим терміном розуміють перетворення світової економіки із сукупності національних економік, пов'язаних потоками товарів та капіталів, в єдину виробничу зону і єдиний ринок, в яких вільно перемішуються капітал, товари, послуги та робоча сила.

При цьому слід відмітити наступні зміни в глобалізації економіки:

1. здійснюється віртуалізація обміну інформацією і діяльності окремих громадян, громадських організацій, компаній, урядових органів більшості держав світу;
2. стираються зовнішні територіальні кордони окремих держав і регіонів, які стають віртуально проникними, а також стають проникними національні фінансові та податкові системи;
3. формуються різноманітні віртуально-мережеві урядові (наприклад, електронний уряд) і неурядові інститути, соціальні мережі мережеві громадянські та бізнес-співтовариства, що само організуються;
4. різко зростає роль інформації як головного фактору виробництва та роль інтелектуальної власності;
5. стрімко розширюються можливості одержання доходів, пов'язаних з інноваційним підприємництвом, електронно-логістичною діяльністю та бізнесом у мережі Інтернет;
6. розвиваються електронні, дистанційні форми зайнятості (електронне робоче місце, електронний офіс, електронне підприємство, офшорне програмування);
7. виникають електронні форми регулювання економічної і суспільної діяльності, а також електронні форми управління і взаємодії держави з населенням;
8. різко підсилюється конкурентна боротьба між окремими країнами і корпораціями, і перемога в гострій конкурентній боротьбі вимагає постійних випереджальних інновацій (у т.ч., логістичних) з метою підтримки постійного технологічного та інформаційного лідерства на глобальних ринках.

Сучасна діяльність зарубіжних компаній спирається не лише на інформацію в широкому розумінні слова як на форму наукового знання, методологію, пізнавально-комунікативну сферу діяльності. Значне місце займає інформація у вузькому розумінні, тобто як сфера вивчення інформаційних процесів з боку кількості інформації, яка проходить каналами зв'язку, запам'ятовується, є необхідною для вирішення ринкових проблем та отримання конкурентних переваг[1].

Реальні переваги, які отримують держави, регіони, компанії з розвинутими інформаційними технологіями та комп'ютерними мережами, призводять до зміни характеру економічних, політичних та соціальних відносин. В той же час інформатизація всіх сфер діяльності породжує нову, невідому попереднім епохам віртуальну реальність існування, руйнує сталі природні ритми та цикли, витісняє цінності живого спілкування та розуміння, посилює можливості маніпулювання масовою та індивідуальною свідомістю[2].

Традиційні підходи та принципи управління у постановці та вирішенні економічних та управлінських завдань використовують достатньо відомі методи та інструментарій загальної теорії управління, кібернетики, системного підходу, аналізу, математичної та економічної статистики та ін. Тому сьогодні необхідною і можливою є їх адаптація до економічних, техніко-технологічних та міжнародних умов глобалізації та інформатизації ринкового простору, який постійно змінюється, на основі сучасної логістичної концепції. Особливість логістичного підходу виявляється в інтеграції економічних процесів на рівні мікро-, макро– і мегагосподарських структур та ланцюгів постачання з метою оптимізації витрат і забезпечення необхідного рівня обслуговування споживачів продукції.

Електронна логістика □ сучасний підхід у керуванні процесом руху товарів, заснований на інформаційних електронних комунікаціях, що дозволяють зв'язати в єдине ціле весь процес руху товарів – від видобутку корисних копалин до реалізації кінцевого готового продукту організаціям чи індивідуальним споживачам.

В умовах всебічного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), їхнього тотального проникнення в усі сфери життя людського суспільства, масштабного розгортання глобалізаційних процесів і залучення в них більшості країн світу відбувається трансформація світових і національних економічних систем.

Глобалізація економічних зв'язків, інтернаціоналізація виробництва, відкритість національних економік, лібералізація світової торгівлі, трансфер технологій надали конкуренції глобального характеру. У цей час загострення протиріч і посилення конкуренції відзначаються практично на всіх рівнях, у всіх сегментах і видах світових і національних ринків.

Скільки б не було варіацій терміну «електронна логістика», єдиним залишається те, що е-логістика означає використання систем, засобів

інформатики та Інтернету в якості комунікаційного середовища для обслуговування логістичних процесів.

Найбільш часто використовувані інструменти співпраці в віртуальній сфері електронної логістики є (рис. 1)[3] :

- 1) інтернет-портал;
- 2) електронна платформа;
- 3) електронний каталог;
- 4) сховища даних;
- 5) інформаційні послуги;
- 6) системи пропозицій і закупівель;
- 7) операції системи;
- 8) системи і засоби зв'язку;
- 9) системи і програмне забезпечення, наприклад, додатки для планування, карти, системи електронного навчання і т.д.

Нові принципи і умови торгівлі, з одного боку вимагає нових висот від логістичного менеджменту, а з іншого якісно змінюють саму логістику. Деякі, пов'язані з цим можливі тенденції, частина з яких вже втілилася в практиці, і будуть розглянуті нижче.

Електронна логістика дозволяє зменшити логістичні витрати, покращує рівень обслуговування споживача, посилює інтеграційні процеси та гарантує надійність комунікацій.

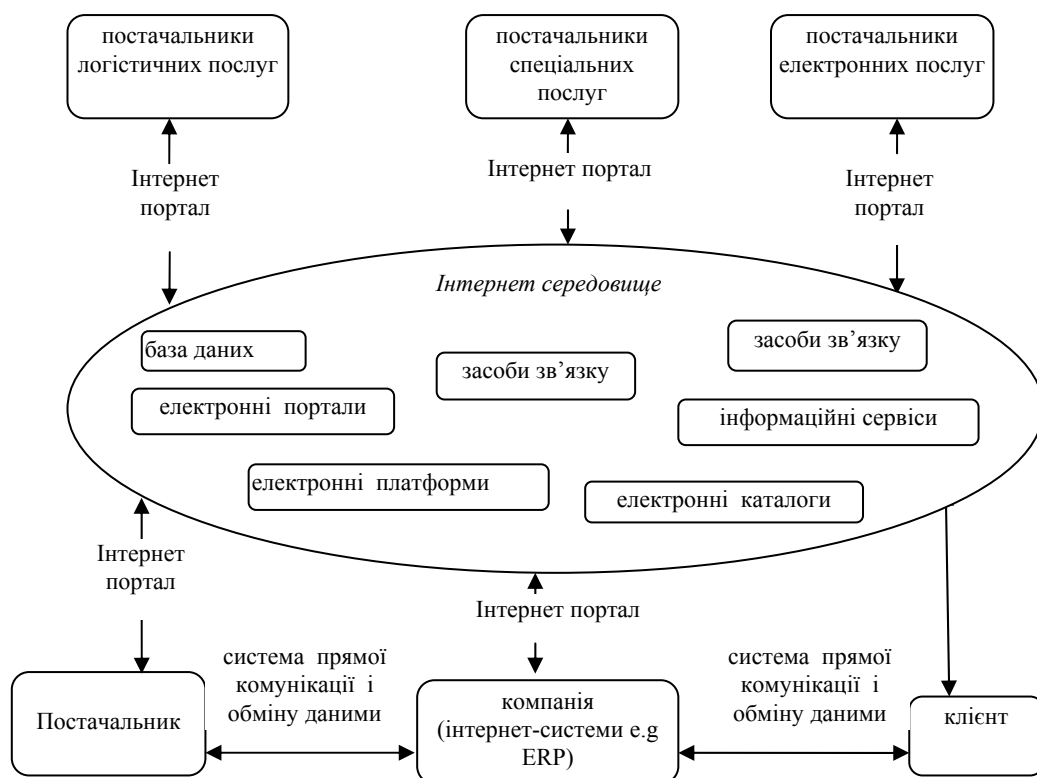


Рис. 1 Приклад середовища е-логістики [3]

За допомогою мережевих технологій можливо вирішувати наступні логістичні завдання:

- реклама компанії та продукції;
- надання інформації про перелік послуг та прас-листів;
- облік постійних клієнтів та партнерів;
- надання споживачам документів на платній та безкоштовній основі; функціонування інтерактивної консультативної служби;
- пошук контрагентів через реєстр бізнес-партнерів та бази інформаційно-логістичних ресурсів в мережі;
- електронне фрахтування;
- моніторинг вантажів та транспортних засобів;
- створення довідкової системи для клієнтів;
- електронна торгівля через Інтернет;
- функціонування системи самостійних замовлень.

Виконання зазначених логістичних завдань, в свою чергу, дозволить підприємству утримувати інформаційні переваги у конкурентному середовищі. Ще раз вважаємо за потрібне, акцентувати увагу на тому, що у найближчій перспективі для того, щоб залишатися на ринку, підприємству потрібно буде функціонувати у системі електронного бізнесу, що є наслідком глобалізації.

Електронна логістика спирається на інформаційні технології, що забезпечують реалізацію замкненого комерційного циклу, включаючи замовлення товару, здійснення платежів, контроль та участь у контролі доставки товару, що здійснюються на основі електронного документо-обігу та забезпечують перехід прав власності чи прав використання однієї юридичної особи іншій.

Крім того, сучасні е-технології, які ми визначаємо як інструментарій е-логістики, забезпечують не лише рух матеріального але й інших ресурсних потоків (інформаційного, інноваційного, трудового тощо) як всередині підприємства, так і на вході та виході мікрологістичної системи. Головною перевагою електронної логістики є доступність для підприємств малого та середнього бізнесу.

Однією з відмінностей електронної логістики від інших видів логістики є те, що вона, як правило, не обмежена тільки одним підприємством, тому і є інструментом глобалізації. Для її виникнення та функціонування потрібна наявність компаній, що надають інформаційно-телекомунікаційні послуги та відповідний зв'язок (оператори мобільного зв'язку, провайдери тощо). Безперечно, на великому підприємстві можна побудувати автономну (без підключення до глобальної мережі) комп'ютерну мережу та мережу зв'язку (без залучення оператора мобільного зв'язку) і говорити в цьому випадку, що межами функціонування електронної логістики є тільки це підприємство, але таке навряд чи можливо[3].

Виокремимо такі принципи електронної логістики:

1) *системність*. Усі дії, що пов'язані із прогнозуванням, плануванням, управлінням, координацією та контролем за електронними інформаційними потоками на усіх етапах їх проходження в логістичній системі (по логістичному ланцюгу поставок) повинні здійснюватися як суцільний процес відповідного рівня, у межах якого кожен із учасників процесу узгоджує свої дії з іншими для досягнення загальної мети електронної логістики;

2) *комплексність забезпечення*. Формування комплексу фінансового, інформаційного, матеріального, інтелектуально-трудоного та іншого забезпечення протікання електронних інформаційних потоків в умовах невизначеності, конфліктності ринку та зумовленого ними ризику за рахунок, зокрема, взаємодії з різними компаніями (наприклад, компаніями, які надають доступ до Інтернету різними способами, послуги розміщення сайту в Інтернеті тощо);

3) *науковість*. Використання сучасного наукового інструментарію (зокрема, економіко-математичних методів і моделей) і новітніх технологій в електронній логістиці, а також постійне підвищення кваліфікації персоналу;

4) *конкретність*. Електронні інформаційні потоки мають нести тільки необхідну та достатню інформацію для досягнення кінцевої мети електронної логістики з найменшими витратами на використання усіх ресурсів;

5) *конструктивність*. Постійний моніторинг електронних інформаційних потоків та оперативна їх зміна у разі потреби;

6) *надійність*. Забезпечення безвідмовної роботи технічних пристроїв, які задіяні в передаванні електронних інформаційних потоків без втрат інформації на високій швидкості;

7) *варіантність*. Можливість внесення оперативних змін у електронні інформаційні потоки або шляхи їх протікання за потреби без значних втрат (матеріальних, у часі, тощо) для досягнення кінцевої мети електронної логістики, ураховуючи збурення в соціально-економічному середовищі.

У межах електронної логістики вирішується низка задач, які, зокрема, пов'язані із виникненням, пошуком, аналізом, перетворенням, зберіганням, передачею (розповсюдженням) інформації в електронній формі.

До функцій електронної логістики можна віднести, зокрема, таке:

1) формування інформаційного середовища між учасниками (контрагентами) логістичного ланцюга поставок продукції чи надання послуг (виробниками, дистриб'юторами, перевізниками, компаніями, що надають інформаційно-телекомунікаційні послуги та зв'язок, споживачами, банками), а також його аналіз, впровадження необхідних змін з метою підтримки сучасних тенденцій ведення бізнесу та використання інформаційних технологій;

2) визначення характеристик електронних інформаційних потоків;

3) формування вимог і потреб до компаній, що надають інформаційно-телекомунікаційні послуги та відповідний зв'язок;

4) організація використання міжнародних стандартів ідентифікації продукції;

5) підтримка коректної та надійної роботи, розвиток інформаційної системи підприємства;

6) збір, аналіз, зберігання, перетворення та організація переміщення інформації в електронному виді;

7) відбір необхідних даних для прийняття управлінських рішень.

Методичним підґрунтям електронної логістики є її міжнародні стандарти, метою використання яких є, зокрема, зменшення помилок в обмінні інформацією між учасниками логістичних систем будь-якого рівня щодо продукції (її характеристик, відвантаження, оплати, тощо)[4].

На сьогодні розвиток таких стандартів здійснюється за такими напрямками :

1. штрихове кодування продукції; електронний обмін даними (англ. *Electronic Data Interchange – EDI*);

2. глобальна мережа синхронізації даних (англ. *Global Data Synchronization Network – GDSN*);

3. електронний код продукції (англ. *Electronic Product Code – EPC*).

Штрихове кодування продукції представляє собою чорно-біле зображення геометричних фігур, яке наноситься на упаковку та зчитується спеціальними приладами з метою отримання інформації в електронній формі щодо продукції. Наприклад, у супермаркеті автоматично додається інформацію про товар до чеку покупця, коли касир сканує такий штрих-код. Це дозволяє зменшити кількість помилок вводу інформації та час обслуговування покупця касиром.

Для кодування невеликої кількості інформації використовують лінійний спосіб (у вигляді полосок, які зчитуються горизонтально), а для великої – двомірний спосіб (зчитування здійснюється горизонтально та вертикально)[4].

До лінійних відносять такі коди:

1) «європейський номер товару» (англ. *European Article Number – EAN*), в якому розрізняють EAN-8 (для кодування використовується послідовність із 8 цифр), EAN-13 (для кодування використовується послідовність із 13 цифр) та EAN-128 (для кодування використовується довільна кількість букв та цифр);

2) «універсальний код товару» (англ. *Universal Product Code – UPC*), в якому розрізняють повний код (UPC-A), в якому використовується послідовність із 12 цифр, і скорочений код (UPC-E) із 8 цифр. Дописавши нуль напереді перед цифрами в UPC-A, отримуємо EAN-13. Кодування цифр в EAN та UPC є однаковим;

3) код 128 (Code 128) є кодом змінної довжини, за допомогою якого можна кодувати букви латинської алфавіту, цифри та спеціальні символи. Кодує всі 128 знаки Американського стандартного коду для інформаційного обміну (англ. *American Standard Code for Information Interchange – ASCII*);

4) код ITF-14 (*Interleaved 2 of 5*) використовує символіку, яка дозволяє кодувати цифри двома полосами п'яти різної ширини. Використовується для групової (не роздрібної) транспортної упаковки.

Існують інші лінійні коди, зокрема, UCC/EAN-128 (що є різновидом Code 128), Code 39, Pharmacode One-Track, Pharmacode Two-Track тощо.

Міжнародною організацією, що унормовує питання стандартизації штрихового кодування, є GS1, яка має національні представництва в 150 країнах. Зокрема, в Україні таким представником є Асоціація Товарної Нумерації України «ДжіЕс1 Україна», яка на основі «Положення про штрихове кодування товарів та участь у всесвітній системі GS1 в Україні», що ґрунтується на низці Законів України,

Державних Стандартах України, нормативно-технічної документації Асоціації та інших нормативно-правових документів, дозволяє отримати такі ідентифікатори для суб'єктів господарювання:

1) коди для продукції – глобальний номер товару (англ. *Global Trade Item Number – GTIN*), який є наступником кодів EAN та UPC; глобальні номери розташування учасників логістичного ланцюга – торгових партнерів та їх підрозділів (англ. *Global Location Number – GLN*);

2) ідентифікація логістичних одиниць – серійний номер транспортного пакування (англ. *Serial Shipping Container Code – SSCC*);

3) всесвітній ідентифікатор зворотнього інвентарного майна (англ. *Global Returnable Asset Identifier – GRAI*); всесвітній індивідуальний ідентифікатор інвентарного майна (англ. *Global Individual Asset Identifier – GIAI*);

4) всесвітній номер стосунків, пов'язаних із наданням послуг (англ. *Global Service Relations Number – GSRN*);

5) всесвітній ідентифікатор типу документу (англ. *Global Document Type Identifier – GDTI*).

Існує низка двомірних кодів, до яких відносять: *Aztec code* (зокрема, використовується для електронних квитків на залізницях та авіа), *MaxiCode*, *ShotCode*, *Ez code*, *Micro QR code*, *QR code*, *Data Matrix*, *Microsoft Tag (HCCB)*, *MicroPDF417*, *PDF417*, *Codablock-F*, *BeeTagg*, які відрізняються між собою розмірами рисунку, обсягом інформації та відповідно розміром файлу, глобальністю розповсюдження.

Електронний обмін даними (англ. *Electronic Data Interchange – EDI*) здійснюється між комп'ютерними програмами за мінімального втручання людини. Використання EDI дозволяє скоротити кількість помилок і час опрацювання супровідних документів на продукцію, що дозволяє підвищити швидкість протікання матеріального потоку в логістичній системі. Існують «Правила ООН електронного обміну даними в управлінні, торгівлі та транспорті» (англ. *United Nations rules EDI For Administration, Commerce and Transport – UN/EDIFACT*), які мають рекомендаційний характер їх використання насамперед на міжнародному рівні співробітництва. Типовими типами електронних документів є каталог товарів (*PRICAT*), замолення (*ORDER*), відповідь на замолення/підтвердження замолення (*ORDRSP*), повідомлення про відвантаження (*DESADV*), повідомлення про прийом (*RECADV*), накладна (*DELNOT*), повідомлення про повернення (*RETANN*), інструкція пакування (*INSDES*), рахунок-фактура (*INVOIC*), акт звірки

взаєморозрахунків (*COACSU*), звіт про інвентаризацію (*INVRPT*), звіт про продаж (*SLSRPT*) та інші.

Існують спеціалізовані EDI-провайдери (оператори електронного документообrotу), зокрема в Україні однією з таких компаній є «Comarch EDI». Офіційне підключення до глобальної мережі синхронізації даних GSRN через спеціалізовані компанії-провайдери дозволяє отримувати актуальну інформацію про різну продукцію у світі, яка є точною та відповідає установленим міжнародним стандартам.

Електронний код продукції називають штрих-кодом майбутнього покоління, який містить інформацію про характеристики продукції та зберігається на засобі радіочастотної ідентифікації (*RFID*), який генерує сигнал, що може бути зчитаний спеціальним пристроєм на відстані до 3 метрів [5].

Використання у діяльності зазначених вище засобів ідентифікації не є обов'язковим, але вони значно покращують функціонування логістичної системи будь-якого рівня. Окрім того, ідеї та принципи, які в них закладені, деякі вітчизняні локальні компанії запозичили для власних потреб.

Складовими частинами електронної логістики, без яких вона не буде електронною і які суттєво впливають на її розвиток, є інформаційна система підприємства та інформаційно-телекомунікаційні мережі, організації та управління якими присвячено досить велика кількість робіт, зокрема .

Сутність електронної логістики актуальна не тільки в ситуації фізичного постачання продукції від виробника до споживача через ланцюг інших організацій, її можна віднести й до ситуацій, які пов'язані із організацією інформаційних потоків в електронному виді для вирішення проблем та задач компаній, які у своїй роботі використовують Інтернет. Це можуть бути телерадіокомпанії, компанії з продажу білетів на різні театральні та концертні заходи, кінотеатри, компанії з продажу квитків на автобуси, авіа– та залізничний транспорт, банки тощо. У цих ситуаціях виникають специфічні задачі організації та управління інформацією в електронному виді[5].

Значущість електронної логістики з кожним роком тільки буде зростати через бурхливий розвиток інформаційно-телекомунікаційних засобів і технологій. Тому існує потреба в подальших, більш ґрунтовних наукових і практичних дослідженнях різних проблем електронної логістики, зокрема, вбачається за доцільне дослідити проблему аналізу та оцінювання ризиків в електронній логістиці.

Отже, глобалізація – це процес інтеграції, глобальної інформатизації, розгортання єдиних світових комунікацій, завдяки яким

кордони земної кулі зникають. Цей процес передбачає вихід на світову арену переважної частини світових капіталів і водночас планетарні комерційні дії з боку найсильніших країн. Розгортання цих процесів формує глобальний простір «над країнами», що відрізняється від того, який існує всередині країни.

Динамічно зростаючі можливості співпраці інтерактивних партнерів, електронного обміну даними і доступом до глобальних джерел інформації привели до видимих змін бізнес-моделі компанії.

Можливості глобального ланцюга поставок її конфігурації і варіанти співпраці викликали інтерес до інтеграції логістичних послуг. Все більш поширеним доступом до електронних мереж передачі даних і логістичних послуг, електронного обміну даними, а також електронної інтеграції планування і організації ланцюжків поставок, також координація і управління діяльністю субпідрядників створили інший етап розвитку логістики, а саме, електронної логістики.

Література

1. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 8-ме вид., переробл. і доповн.– К., Знання, 2012. – 739 с.
2. Ладига Л.И. Глобальное информационное общество: позитивные и негативные стороны / Л.И. Ладига // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Глобалізація інформаційного суспільства й інтеграційні процеси: стан та перспективи розвитку». – Луганськ, 2011. – С. 64-68.
3. KISPERSKA-MORON, D., KRZY_ANIAK, S. [red.] *Logistyka*. Wyd. Biblioteka Logistyka, Poznan, 2009.
4. Добровольська А.Б. Інформаційний простір: проблеми становлення нової якості національного росту / А.Б.Добровольська // Режим доступу http://www1.nas.gov.ua/publications/books/serii/academy/1102010/Documents/2010_03/a14.pdf доступу: www.pwc.com
5. Лео Мірані. Ринки, що розробляються // Прогноз The Economist: Світ у 2014. Український випуск. – Вид-во ТОВ «Український тиждень». – С. 96.

Хмурова В.В., к.е.н., доц.
доцент кафедри менеджменту,

СОЦІАЛЬНІ ЗМІНИ ШЛЯХ ДО СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМЦТВА

Термін «соціальна зміна» був введений у науковий обіг 1923 р. американським соціологом У. Огберном в його книзі «Соціальна зміна» [1]. Широке розуміння поняття соціальні зміни з'явилося в 70-ті роки ХХ ст. вважаючи що соціальна взаємодія, соціальні відмінності, соціальний розвиток, соціальна еволюція, соціальний прогрес та регрес є термінами, пов'язаними зі спеціальними тлумаченнями або оцінкою широких процесів соціальної зміни [2, 3, 4].

Соціальна зміна — це перехід соціального суб'єкта з одного стану в інший, істотна трансформація соціальної організації, соціальних інститутів. Соціальні зміни виявляються у виникненні, деформації та зникненні певних елементів соціальної системи, трансформації її внутрішніх та зовнішніх зв'язків. Зміни в окремих соціальних структурах становлять зміст їх функціонування, а зміни в соціальній системі в цілому – зміст її розвитку [2].

Соціальні зміни – процес виникнення нових явищ, структур, характеристик у різних соціальних системах і підсистемах під час їх взаємодії [3]. Значні соціальні зміни відбуваються на основі важливих відкриттів і нововведень, тобто інновацій.

Соціальні зміни – тип руху соціальних явищ, процесів та соціальних структур у суспільстві, у результаті якого виникають, нагромаджуються і трансформуються якісні відмінності між ними, створюється багатоманітність соціальної реальності [4].

Соціальні зміни розповсюджуються не тільки в просторі, а й в часі. Вони є багатовимірними, багатозначними, що не піддаються однозначній оцінці. Зміни можуть бути на рівні міжособистісних відносин; на рівні організацій та інститутів; на рівні малих і великих груп; на локальному та глобальному рівнях.

Розглянемо тепер більш докладно, які саме системи схильні до змін. За цією ознакою можна виділити чотири основних види соціальних змін.

1. Зміни, що стосуються структур різних соціальних утворень, або *структурні соціальні зміни*.

2. Зміни в соціальних процесах. З певною часткою умовності їх можна назвати *процесуальними соціальними змінами*.
3. Зміни, що стосуються функцій різних соціальних систем, інститутів, організацій. Їх можна назвати *національними соціальними змінами*.
4. Зміни в духовній сфері – сфері мотивацій індивідуальної та колективної діяльності, або *мотиваційні соціальні зміни* [5, 7].

Неважко побачити, що всі ці види змін тісно пов'язані між собою. Зміни одного виду тягнуть за собою зміни інших видів. Разом з тим слід [мати](#) на увазі, що безпосередньо соціальні зміни взаємопов'язані з іншими змінами, що відбуваються в суспільстві – економічними, політичними, технологічними і ін.

У соціальній сфері немає незмінних об'єктів і суб'єктів. Соціальні зміни – це порушення тотожності соціального явища, процесу з самим собою або з подібним йому соціальним явищем, процесом. Будь-яке явище, процес в якийсь момент тотожне самому собі або подібного йому явища, процесу, але по закінченні якогось часу ця тотожність порушується, що говорить про те, що в даному явищі відбулися зміни.

Основні причини соціальних змін, це:

1. Природні причини – виснаження ресурсів, забруднення довкілля, катаклізми.
2. Демографічні причини – коливання чисельності населення, перенаселеність, міграція, процес зміни поколінь.
3. Зміни у сфері культури, економіки, науково-технічний прогрес.
4. Соціально-політичні причини – конфлікти, війни, революції, реформи.
5. Соціально-психологічні причини – звикання, насичення, спрага новизни, зростання агресивності і т.д.

Загальна підприємницька діяльність спрямована на постійний пошук чогось нового, використання нестандартних підходів, впровадження змін. Впроваджуючи соціальні зміни підприємці стають – соціальними підприємцями.

Соціальні підприємці – це новатори, які використовують інноваційні ідеї та різні ресурси для вирішення соціальних проблем. Їх діяльність у результаті приводить до стійких позитивних соціальних змін і поширюється на такі галузі, як освіта, охорона довкілля, боротьба з бідністю, захист прав людини тощо.

Тож соціальне підприємництво – це заснована на самоокупній основі господарська діяльність із виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які

перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації. Кінцева мета якої – не лише отримання прибутку, а й виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми [6, стор. 2].

Соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Саме це є нішею для діяльності соціальних підприємств. Саме місцеві громади отримують основну користь від розвитку соціального підприємництва. Соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють на соціальних підприємствах, задля подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя соціально вразливі групи населення, забезпечуючи їхніх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно вирішувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою; відроджувати сільські та міські території та поліпшувати їхню соціальну інфраструктуру тощо.

Головні відмінності соціального підприємництва від благодійної організації представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Основні відмінності соціального підприємництва від благодійної організації*

Соціальне підприємництво	Благодійна організація
Соціально-орієнтована структура	Соціально-орієнтована структура
Не залежить від зовнішніх джерел фінансування; потрібен лишестартовий капітал	Залежить від зовнішніх джерел фінансування, донорів
Отримує дохід від власної діяльності, метою якої є пом'якшення або вирішення конкретних соціальних проблем	Отримує гранти та пожертви, які спрямовуються на вирішення соціальних проблем
Прибуток ре інвестується	Не має прибутку

**узагальнено на основі [5]*

Слід відзначити, що діяльність соціальних підприємств є вигідною для макроекономічного розвитку кожної країни, оскільки ця діяльність дає можливість зменшити частину державних витрат на вирішення проблем соціально незахищених людей, їх працевлаштування та суспільної адаптації.

Соціальне підприємництво має такі компоненти:

- соціальна проблема, яка тривалий час існує в суспільстві через обмежений доступ певної цільової групи до фінансових та політичних ресурсів для її вирішення;
- розробка та впровадження механізму інноваційного вирішення проблеми, яка порушує стабільний, але несправедливий баланс;
- створення нового, стійкого балансу, що вивільняє ресурси для згаданої цільової групи і передбачає краще майбутнє не тільки для цих людей, а й для суспільства загалом.

Основна відмінність між підприємництвом та соціальним підприємництвом – не в площині мотивації, а у сфері характеристик цінності, що виробляється. У разі звичайного підприємництва це ринкова цінність, яка може бути виражена в категоріях доходу і прибутку. У разі соціального підприємництва це цінність, що виражається в перевазі, яку одержує значна частина суспільства або суспільство в цілому від виробленої соціальним підприємцем «великомасштабної трансформації», тобто в набутті суспільством нових рис, що відповідають вимогам часу. При цьому цільовими групами, яким призначена «цінність», служать найменш захищені та найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів або політичних важелів для досягнення «одержуваної в результаті трансформації цінності» власними силами.

Соціальне підприємництво – це насамперед бізнес. Проте, на відміну від традиційного, створюється зокрема й задля вирішення суспільних проблем, серед яких можна виділити:

- вирішення проблем малих груп, шляхом допомоги у подоланні соціальної ізоляції, працевлаштування людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, безробітних, представників груп ризику;
- знаходження шляхів для реформування державних соціальних послуг, результатом чого є створення нових видів сервісу, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу через малоприбутковість, брак належної професійної підготовки;
- зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні суспільних проблем.

Для більш детального розгляду пропонуємо таблицю 2 детального розгляду факторів впливу на соціальне підприємництво, в якій

відобразимо:

- показники, які характеризують фактор впливу;
- складові кожного показника;
- організаційне забезпечення показників і факторів;
- економічна дія.

Враховуючи перераховані фактори можна реалізовувати потенціал соціального підприємництва в Україні. В розвинених країнах цей вид підприємництва розвивається на рівних засадах з іншими видами підприємництва, але в нашому суспільстві робить лише перші кроки.

Для описання факторів впливу на соціальне підприємництво та визначення їх взаємовідносин скористаємось системою множин. Для кращого розуміння введемо фундаментальне визначення множини. Під множиною будемо розуміти сукупність певних і розрізнених об'єктів, які розглядаються як єдине ціле [9, с. 380].

Опишемо соціальне підприємництво за допомогою множин кортежів повної комбінації [9, с. 382]:

$$W = \{K_i\} \quad (1)$$

де W – множина кортежів повної комбінації (в нашому випадку це соціальне підприємництво); K_i – i -й кортеж повної комбінації (в нашому випадку – це кожний з визначених факторів впливу на соціальне підприємництво).

Повною комбінацією елементів системи множин називається кортеж, елементами якого є деякі підмножини вихідних множин N^1, N^2, \dots, N^s . Кортеж буде вважатися повним, якщо довжина кортежу буде дорівнювати рангу системи множин [9, с. 382]:

$$K = (M^1, M^2, \dots, M^s) \quad (2)$$

де K_i – кортеж повної комбінації елементів множин N^1, N^2, \dots, N^s , при чому $M^1 \subset N^1, M^2 \subset N^2, \dots, M^s \subset N^s$; s – ранг системи множин; M^i – підмножина множини N^i , що входить в систему і є елементом кортежу K , $i = 1, 2, \dots, s$.

$$N = \{N^1, N^2, \dots, N^s\} \quad (3)$$

де N – система множин; N^1, N^2, \dots, N^s – множини, що складають

систему; s – ранг системи множин, тобто кількість множин, які складають систему.

$$N^1 = \{n_i^1\}, \text{ де } i \in I; N^2 = \{n_j^2\}, \text{ де } j \in J; \dots; N^s = \{n_t^s\},$$

де $k \in K$; , для всіх відомих i, j, s, t .

Таблиця 2.

Основні фактори впливу на соціальне підприємництво

Фактор	Показники	Складові показника	Організаційне забезпечення	Економічна дія (вплив)
1	2	3	4	5
Бюрократичні перепони	Затвердження	Технологія затвердження	Проведення зборів	Витрати часу
	Реєстрація	Технологія реєстрації	Співпраця з реєстраційними органами	Мито, витрати часу
	Ліцензії		Важко отримати	Дорого
	Оренда майна	Оформлення документів	Тривала процедура	Витрати часу та коштів
Законодавство	Приватна власність	Відносини між співвласниками	Відсутність закону	Довгострокова оренда з великою кількістю «але»
	Податки	Обов'язкові державні, місцеві	Часта зміна	Більша кількість прибутків приходить на виплату податків
	Аудит	Внутрішній, зовнішній	Відсутність аудитора на підприємстві, «подвійна» звітність	Великі витрати на проведення зовнішнього аудиту
	Пільги	Державні, місцеві	Збирання необхідної документації для отримання	Покращення стабільності підприємства
	Людський	Кваліфікований, досвідчений	Пошук кадрів	Витрати на проведення співбесід, можливі прибутки від цього робітника
	Фінансовий	Зовнішні, внутрішні	Пошук резервів, нових надходжень	Забезпечення кредитів, надання гарантій
	Інформаційний	Внутрішній, зовнішній	Налагоджені інформаційні системи в середині і зовні, захист власної інформації	Дороге задоволення

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5
Ринкове середовище	Конкуренти	Прямі, непрямі	Дослідження слабких і сильних сторін	Дорога справа
	Споживачі	Власні, потенційні	Рекламні акції	Додаткові витрати
	Постачальники	Термін поставки, обсяг поставки, регулярність	Надійність і якість	Безперервне виробництво
	Ресурси	Сировина, матеріали	Якісна, не дорога	Витрати на зберігання
Механізм змін	Застаріла уява	Підвищення кваліфікації	Все що є чи було найкраще	Збитки
	Зміна власників	Закони про власність, реприватизацію	Не досконала система	Прибутки чи збитки
	Страх перед новим	Ризик	Все нове гірше за те що є	Більше ризик – більше коштів і навпаки
Механізм стимулювання	Грошове	Премії, додаткова оплата, соціальні пільги	Досконала система преміювання	Більші затрати сприятимуть більшим прибуткам
	Моральне	Грамоти, підвищення	Зацікавити у результатах роботи	Більші прибутки, але менші ніж при грошовій мотивації
Підприємницька ідея	Створення команди однодумців	Наполегливість + певна мета + направлення зусиль = успіх	Використання всіх можливостей колективу і методів досягнення мети	Прорив або скрута
	Прямий маркетинг	Телефон, пошта, персональна доставка	Доводити товари або послуги до заздалегідь визначеної аудиторії	Прорив або скрута

1	2	3	4	5
Підприємницький ризик	Комерційний	Ризик власника Ринковий ризик Технологічний ризик Управлінський ризик Фінансовий ризик	Визначити величину ризику і факторів що впливають	Витрати додаткові, що призведуть до збільшення прибутків і стабілізації
	Політичний	Державна монополія Політичні ускладнення Стійкість валюти Ризик, що пов'язав зі змінами у законодавстві	Визначити дуже складно, але необхідно	Прибутки або банкрутство
Стартовий (інтракапітал) капітал	Спільне фінансування	Власні кошти + страхові, пенсійні фонди + друзі	Знайти охочих, надати гарантії	Поділ влади і прибутків
	Створення акціонерного капіталу	Закрите Відкрите	Емісія акцій та розповсюдження їх	Поділ влади і прибутків
	Страхові та пенсійні фонди	Кошти населення та банків	Вкладення коштів для збільшення суми	Отримання прибутку
	Венчурний капітал	Кошти + великий ризик = прибутки	Пошук цікавих проектів	Результативний проект покриває збитки по іншим проектам
Мотивовані робітники	Партнери	Спільна відповідальність	Впевненість в результаті, надійність, інформованість	Досягнення успіху
	Співвласники	Підтримка ідеї		
	Працівники	Надійність роботи		

Множина кортежів повної комбінації буде узгодженою, якщо між елементами кортежів K_i виконані певні правила узгодження $M_1^1 = M_5^5$.

Під системою множин ми розуміємо кожний окремий фактор впливу на соціальне підприємництво и запишемо їх за допомогою кортежів.

Введемо ще одну математичну конструкцію, яка підкреслює особливе значення центральної множини в системі множин. Ця особливість центральної множини визначається його взаємозв'язком з множинами кортежів повної комбінації. Цей взаємозв'язок відобразимо введенням графа переходів між елементами центральної множини (рис. 1).

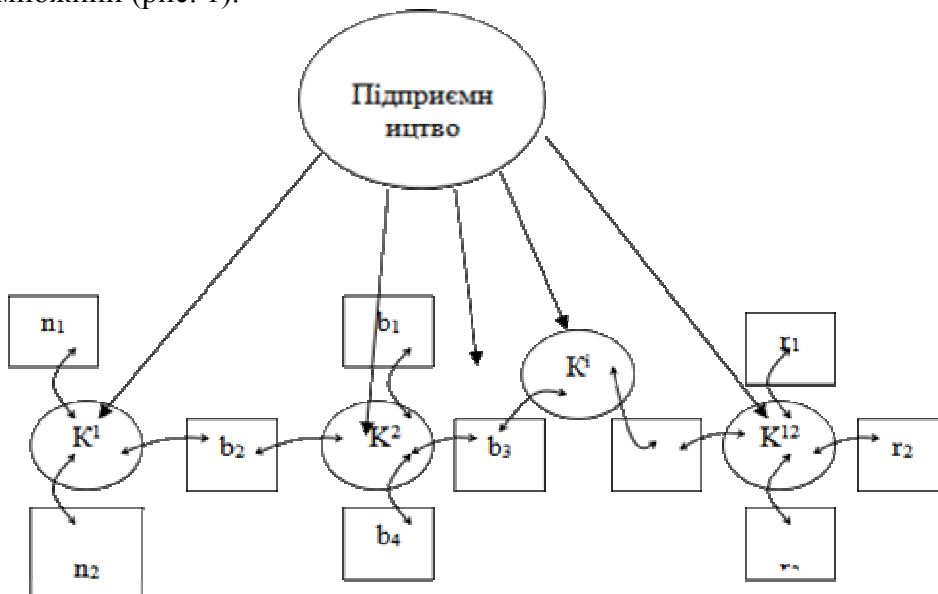


Рис. 1. Графічна ілюстрація множин впорядкованих кортежів повної комбінації для соціального підприємництва
 K^1 – бюрократичні перепони; K^2 – законодавство; K^i – фактори впливу на підприємництво; K^{12} – мотивовані робітники.

Введення графів допомагає визначити, що крім прямих зв'язків, можливий опосередкований вплив факторів один на одного і на загальний результат. Наприклад, законодавство впливатиме на формування стартового капіталу через регулювання кредитування, організацію страхових та пенсійних організацій та ін. Механізм змін

може допомогти в пошуку підприємницької ідеї та вплинути на величину підприємницького ризику. Якщо необхідно визначити опосередкований вплив можна скористатись графами переходів. Граф переходів – це направлений граф, що побудований на елементах центральної множини. У граф переходів не обов'язково включати всі елементи центральної множини (див. рис. 1) [9, с. 383].

Інтегральний вплив всіх вище перерахованих факторів можна визначити за допомогою інтегрального показника:

$$\Phi = F(K_i),$$

де Φ – інтегральний вплив факторів; K_i – фактори впливу на соціальне підприємництво.

На нашу думку, основними причинами непопулярності соціального бізнесу в Україні можна вважати такі:

- вкладання основних коштів у громадську організацію, а не у підприємницьку особистість. За своєю природою громадські та благодійні організації є неприбутковими. Тобто ці структури можуть мати досвід підготовки та виконання проектів, фінансованих міжнародними договорами, але це не є ознакою наявності вміння вести бізнес, заробляти прибутки;
- залучення коштів із грантів на ведення діяльності соціального підприємництва. Вадю цього є неможливість гранту стимулювати бажання заробляти гроші, оскільки отримані активи не потрібно повертати. Як наслідок – немає страху перед збитками, не стовідсоткове вкладання в роботу.

Ми вважаємо, що для активізації розвитку соціального підприємництва в Україні потрібне:

- прийняття закону про соціальне підприємництво, яким було б визначено чіткі критерії соціального підприємництва та створено правові механізми підтримки соціальних підприємців;
- поширення інформації про соціальне підприємництво через ЗМІ;
- створення спеціальних кредитних і позикових програм для залучення фінансових коштів на початковому етапі розвитку соціального підприємництва;
- започаткування програм підприємницького навчання охочих для реалізації діяльності у сфері соціального підприємництва;
- збільшення соціального капіталу для зростання рівня взаємодовіри та взаємодії у суспільстві.

Розвиток соціального підприємництва в Україні – це тривалий процес, масштаб і темпи якого неможливо прогнозувати, що

пояснюється децентралізованим характером цих процесів. Однак значний негативний вплив на поширення соціального підприємництва в Україні спричиняє брак нормативно-правової бази, що регулювала б діяльність соціальних підприємств, а також незначний обсяг інформації в ЗМІ про діяльність численних підприємців-ентузіастів. Відповідно до законодавства, у більшості європейських країн державні органи (особливо на місцевому рівні) можуть надавати привілеї соціальним підприємствам задля підтримки їхньої соціальної місії [6, стор. 24].

Незважаючи на те, що нині в Україні чимало організацій підтримують соціальне підприємництво, вони недостатньою мірою сприяють його популяризації в нашій країні [8, стор. 38].

Цей процес можна прискорити шляхом проведення активної соціально-економічної політики, розгляду формування соціального підприємництва як важливого самостійного напрямку політики соціально-економічних реформ. Саме нарощення активності громадян через створення соціальних підприємств, їхня співпраця з владою дозволить розпочати в Україні вирішення такої надзвичайно актуальної проблеми, як побудова соціальної держави та громадянського суспільства.

Література

1. W. Ohbernom «Social change» N.Y., 1971.
2. Большой толковый словарь. (COLLINS), Т.2 [Текст] – М.: BERE-АСТ, 1999.– 752 с
3. Социологический энциклопедический словарь / Под ред. Г.В.Осипова. [Текст] – М, 1998. – 1121 с.
4. Соціологія: короткий енциклопедичний словник/ За ред. В.І.Воловича. [Текст] – К.: Укр. центр. Дух-ної культури, 1998. – 458 с.
5. Соціологія. Основи загальної теорії: Підручник для вузів / Відп. ред. академік РАН Т.В. Осипов, дійсний член РАПН Л.М. Москвичов [Текст] – М.: Видавництво НОРМА, 2002. – 912 с.
6. Український форум благодійників [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ufb.org.ua/sector-blagodijnosti/filantropija-u-sviti/trendi/trend-2.htm>
7. Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва/Ігнатович Н., Гура В.//Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2014. – 12(165): 22–25.
8. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у

- соціально-економічному розвитку суспільства/ Наумова М // Україна: аспекти праці. Соціальна політика №4. – 2014, с.34–39.
9. Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы: логистикоориентированное проектирование бизнеса / А.Д. Канчавели, А.А. Колобов, И.Н. Омельченко и др.; под ред. А.А. Колобова, И. Н. Омельченко. [\[Текст\]](#) – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2001. – 600 с.

Чайка В. О., аспірант
кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені В. Гетьмана»

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКАХ ОВОЧІВ ЗАКРИТОГО ГРУНТУ

Тепличний бізнес України протягом попереднього десятиліття був тим сегментом агропромислового комплексу, що найбільш динамічно розвивався. Проте, в останні роки тепличні господарства працюють з мінімальним прибутком, який не дає можливість розвивати галузь в напрямку технічного переозброєння та енергозберігаючих рішень. Інфляційні процеси, девальвація гривні, подорожчання матеріально-технічних ресурсів, високі кредити банків, які сягають 25-30%, низька купівельна спроможність населення та втрата ринків збуту, – фактори стримування розвитку тепличного виробництва протягом попередніх декількох років, які значно ускладнюють фінансовий стан товаровиробників овочів закритого ґрунту, що, з наступного року, може набути форм глибокої фінансової кризи, погіршивши і до того складку ситуацію в галузі.[2, с.203; 3]

Підприємство – це організаційно відособлений, економічно самостійний суб'єкт ринкової економіки, основна ланка господарювання, об'єкт регуляторної, податкової та інвестиційно-інноваційної політики держави. Це самостійний суб'єкт господарювання, який має права юридичної особи і здійснює системну діяльність (виробничу, торгівельну, науково-дослідну та іншу господарську діяльність) з

метою задоволення суспільних та особистих потреб. [1, с.41] Водночас, специфічні особливості господарської діяльності накладають свій відбиток при виборі суб'єктом підприємницької ініціативи організаційної форми господарювання в певній галузі. Так, віднайти провідну організаційну форму господарювання, що як найповніше враховує особливості виробництва овочів закритого ґрунту, та простежити в динаміці результати роботи вітчизняних господарств в сфері виробництва тепличних овочів з 2012-2015 роки можна переглянувши таблицю 1.

Таблиця 1

Динаміка виробництва овочів закритого ґрунту за категоріями господарств в Україні протягом 2012-2015 років [7]

Показник / Категорія господарства	2012	2013	2014	2015
Зібрана площа -усі категорії господарств, тис. га	3,32	4,97	4,50	6,20
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>	0,55	0,52	0,44	0,40
Недержавні сільськогосподарські підприємства	0,5335	0,5087	0,4256	0,3863
Господарські товариства	0,3984	0,2343	0,3240	0,2835
Сільськогосподарські кооперативи	0,0003	0,0005	—	—
Державні сільськогосподарські підприємства	0,0188	0,0109	0,0104	0,0104
Інші недержавні сільськогосподарські підприємства	0,0392	0,0353	0,0302	0,0336
Приватні підприємства	0,0800	0,0751	0,0643	0,0619
Фермерські господарства	0,0156	0,0136	0,0076	0,0073
Малі підприємства, які не складають оперативну звітність	0,1497	0,1282	—	—
С/г підприємства, які складають оперативну звітність	0,4026	0,3914	—	—
<i>Господарства населення</i>	2,77	4,45	4,10	5,80
Валовий збір-усі категорії господарств, тис. ц	4 245,80	5 513,50	4 810,90	5 904,90
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>	1 352,10	1 277,20	1 134,00	995,40
Недержавні сільськогосподарські підприємства	1 331,28	1 261,14	1 116,82	978,89
Господарські товариства	977,73	953,10	851,26	729,76
Сільськогосподарські кооперативи	0,13	0,22	—	—
Державні сільськогосподарські	20,84	16,01	17,23	16,45

Показник / Категорія господарства	2012	2013	2014	2015
підприємства				
Інші недержавні сільськогосподарські підприємства	53,45	35,93	37,87	28,26
Приватні підприємства	287,85	265,16	223,31	216,95
Фермерські господарства	12,13	6,73	4,39	3,91
Малі підприємства, які не складають оперативну звітність	226,03	276,16	—	—
С/г підприємства, які складають оперативну звітність	1 126,09	1 000,99	—	—
<i>Господарства населення</i>	2 893,60	4 236,30	3 676,90	4 909,50
<i>Урожайність з м² зібраної площі-усі категорії господарств, кг/м²</i>	<i>12,77</i>	<i>11,10</i>	<i>10,66</i>	<i>9,56</i>
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>	24,44	24,58	25,98	25,09
Недержавні сільськогосподарські підприємства	25,00	24,80	26,20	25,30
Господарські товариства	24,50	24,80	26,30	25,70
Сільськогосподарські кооперативи	4,30	4,80	—	—
Державні сільськогосподарські підприємства	11,10	14,70	16,50	15,90
Інші недержавні сільськогосподарські підприємства	13,60	10,20	12,60	8,40
Приватні підприємства	36,00	35,30	34,70	35,00
Фермерські господарства	7,80	5,00	5,80	5,30
Малі підприємства, які не складають оперативну звітність	15,10	21,50	—	—
С/г підприємства, які складають оперативну звітність	28,00	25,60	—	—
<i>Господарства населення</i>	10,44	9,53	9,02	8,49

Аналізуючи табл. 1 слід сказати, що обсяги виробництва і зібрана площа овочів закритого ґрунту мають стійку тенденцію до збільшення протягом досліджуваного періоду, та зросли в 2015 році порівняно з 2013 роком на 391 тис. ц (або на 7,1%) та на 1,23 тис. га (або на 24,7%) відповідно. Натомість, урожайність тепличних овочів в Україні має чітку тенденцію до зниження та зменшилася на 1,54 кг/м² або на 13,9% у 2015 році порівняно з 2013 роком, що свідчить про екстенсивний напрямок розвитку галузі овочів захищеного ґрунту впродовж останніх років.

Що послужило причиною такого суттєвого зниження урожайності в галузі? Причина на поверхні: поступове скорочення

виробництва овочів закритого ґрунту в сільськогосподарських підприємствах на фоні стрімкого зростання зібраної площі й валового збору тепличних овочів у господарствах населення. Зібрана площа овочів закритого ґрунту в господарствах населення в 2015 році становила 5,8 тис. га, що склало 93,5% зібраної площі овочів захищеного ґрунту в Україні. Зібрана площа овочів закритого ґрунту в господарствах населення в 2013 році становила 4,45 тис. га, що на 1,35 тис. ц або на 30,3% менше значення відповідного показника отриманого у 2015 році. Водночас, валовий збір тепличних овочів у господарствах населення в 2015 році був на 673,2 тис. ц більший отриманого відповідного значення у 2013 році та становив 4909,5 тис. ц. При цьому, урожайність овочів закритого ґрунту в господарствах населення знаходиться на низькому рівні та продовжує знижуватися. Так, у 2015 році відповідне значення даного показника склало 8,49 кг/м², що на 1,04 кг/м² або на 10,9% менше отриманого значення показника урожайності у господарствах населення в 2013 році.

Сільськогосподарські підприємства в структурі зібраної площі та валового збору тепличних овочів в Україні станом на звітний рік займають 6,45% (0,4 тис. га) та 16,85% (995,40 тис. ц) відповідно. Це, в переважній більшості високотехнологічні підприємства з високим рівнем урожайності, яку у 2015 році сягнула значення 25,09 кг/м². Також, значною мірою, це недержавні підприємства: господарські товариства, сільськогосподарські кооперативи, приватні підприємства, фермерські господарства і таке інше, – на які припадає 97% зібраної площі тепличних овочів в Україні у 2015 році серед сільськогосподарських підприємств. Поміж усіх попередньо перелічених форм недержавного господарювання в галузі тепличного овочівництва чільне місце слід віддати господарським товариствам. Саме вони є тією провідною організаційною формою господарювання серед сільськогосподарських підприємств, та займають 70,9% або 0,2835 тис. га та 73,3% або 729,76 тис. ц відповідно зібраної площі та валового збору овочів захищеного ґрунту серед сільськогосподарських підприємств. Водночас, найбільш інтенсивно галузь розвивається в приватних руках: приватними підприємствами у 2015 році було вирощено 216,95 тис. ц тепличних овочів з урожайність 35,0 кг/м².

Наступним кроком, проаналізуємо динаміку виробництва овочів закритого ґрунту за видами тепличної продукції в розрізі категорій господарств в Україні протягом 2012–2015 років (табл. 2).

**Динаміка виробництва овочів закритого ґрунту за видами тепличної продукції
в Україні протягом 2012-2015 років [7]**

Показник / категорія господарства / вид продукції	2012	2013	2014	2015
<i>Зібрана площа -усі категорії господарств, тис. га</i>	3,32	4,97	4,50	6,20
у т. ч. під огірками	1,51	2,47	2,29	3,08
помідорами	1,39	1,99	1,73	2,41
іншими овочами	0,42	0,51	0,49	0,68
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>	0,55	0,52	0,44	0,40
у т. ч. під огірками	0,31	0,28	0,24	0,20
помідорами	0,21	0,21	0,18	0,17
іншими овочами	0,03	0,02	0,02	0,03
<i>Господарства населення</i>	2,77	4,45	4,10	5,80
у т. ч. під огірками	1,20	2,19	2,05	2,88
помідорами	1,18	1,77	1,55	2,24
іншими овочами	0,39	0,48	0,47	0,66
Валовий збір-усі категорії господарств, тис. ц	<i>4 245,80</i>	<i>5 513,50</i>	<i>4 810,90</i>	<i>5 904,90</i>
у т. ч. огірків	1 957,62	2 629,02	2 215,74	2 830,22
помідорів	1 844,76	2 416,33	2 073,88	2 613,28
інших овочів	443,39	468,13	521,32	461,37
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>	1 352,10	1 277,20	1 134,00	995,40

Закінчення табл. 2

у т. ч. огірків	635,04	575,92	540,05	428,73
помідорів	698,59	684,83	579,08	542,34
інших овочів	8,49	16,40	14,93	24,27
<i>Господарства населення</i>	2 893,60	4 236,30	3 676,90	4 909,50
у т. ч. огірків	1 312,60	2 053,10	1 675,69	2 401,49
помідорів	1 146,20	1 731,51	1 494,80	2 070,94
інших овочів	434,90	451,73	506,40	437,10
<i>Урожайність з м² зібраної площі-усі категорії господарств, кг/ м²</i>	<i>12,77</i>	<i>11,10</i>	<i>10,66</i>	<i>9,56</i>
у т. ч. під огірками	12,90	10,60	9,70	9,20
помідорами	13,30	12,20	12,00	10,80
іншими овочами	10,50	9,20	10,60	6,80
<i>Сільськогосподарські підприємства</i>	24,44	24,58	25,98	25,09
у т. ч. огірків	20,50	20,40	22,20	21,50
помідорів	33,10	31,90	32,80	31,80
інших овочів	3,20	7,30	8,60	9,10
<i>Господарства населення</i>	10,44	9,53	9,02	8,49
у т. ч. огірків	11	9,4	8,2	8,3
помідорів	9,7	9,8	9,6	9,2
інших овочів	11	9,3	10,7	6,7

Томати та огірки є ключовими культурами в овочівництві закритого ґрунту на яких разом припадає 5,49 тис. га або 88,5% зібраної площі, а також 5443,5 тис. ц або 92,2% зібраних тепличних овочів у 2015 році в Україні. При цьому, урожайність огірків і помідорів, загалом, має тенденцію до зниження, та за результатами 2015 року складає 9,2 кг/м² та 10,8 кг/м² відповідно.

Спершу поговоримо про огірки. На виробництво цієї культури в захищеному ґрунті припадає 49,7% або 3,08 тис. га зібраної площі закритого ґрунту в Україні, серед якої 0,2 тис. га було відведено для виробництва тепличних огірків сільськогосподарськими підприємствами, та 2,88 тис. га – господарствами населення у 2015 році. На відповідних площах у звітному році було зібрано 428,73 тис. ц при урожайності 21,5 кг/м² в сільськогосподарських підприємствах, та 2401,49 тис. ц при урожайності 8,3 кг/м² огірків закритого ґрунту в господарствах населення.

Як нам уже раніше вдалося переконатися, що тепличним томатам виробники відводять не менш значну роль чим тепличним огіркам в структурі виробництва овочів закритого ґрунту. Так, у 2015 році було вироблено 2613,28 тис. ц томатів у захищеному ґрунті, що складає 44,2% від загального обсягу виробництва тепличних овочів у попередньо зазначеному році. Таких значних обсягів валового збору тепличних томатів у 2015 році вдалося досягнути завдяки високій урожайності (31,8кг/м²), проте на доволі невеликих площах (0,17 тис. га) зайнятих під виробництвом томатів у сільськогосподарських підприємствах, а також низькій урожайності (9,2 кг/м²), але, водночас, на значних площах (2,24 тис. га) зайнятих у виробництві томатів закритого ґрунту в господарствах населення.

Далі, спробуємо детальніше ознайомитися із існуючими формами захищеного ґрунту, та динамікою змін основних показників виробничо-господарської діяльності за кожної із форм закритого ґрунту протягом 2010-2015 років.

Таблиця 3

Динаміка виробництва тепличних овочів за формою закритого ґрунту в Україні протягом 2010-2015 років [7]

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Загальна площа, тис. м ²	28905,72	31622,08	31667,19	44650,63	40164,04	59154,39
в тому числі площа зимових теплиць	6848,87	6401,66	5162,29	9215,21	5671,8	8385,15

Закінчення табл. 3

весняних теплиць	15879,93	15876,84	16375,06	25280,8	24854,26	38507,97
парників	798,32	889,84	1304,91	1680,42	1636,82	1327,24
утепленого ґрунту і підсіві під плівкою	5378,6	8453,73	8824,92	8474,2	8001,16	10934,05
Валовий збір, тис. ц	3759,4	3979,9	4245,8	5513,5	4810,9	5904,9
в тому числі зібрано в зимових теплицях	1472,43	1358,77	1277,69	1478,85	1082,63	1078,51
весняних теплицях	1902,12	2090,29	2335,25	3385,78	3157,17	4124,35
парниках	71,39	111,51	141,75	172,47	176,49	132,52
утепленому ґрунті та підсівах під плівкою	313,45	419,32	491,08	476,39	394,66	569,49
Урожайність, кг/м ²	13,01	12,59	13,41	12,35	11,98	9,98
в тому числі урожайність в зимових теплицях	21,50	21,23	24,75	16,05	19,09	12,86
весняних теплицях	11,98	13,17	14,26	13,39	12,70	10,71
парниках	8,94	12,53	10,86	10,26	10,78	9,98
утепленому ґрунті та підсівах під плівкою	5,83	4,96	5,56	5,62	4,93	5,21

З даних таблиці 3 слід сказати, що збільшення загальної площі та валового збору овочів закритого ґрунту у весняних теплицях стали єдиними умовами зростання сукупного валового збору та площі зайнятої під виробництвом овочів закритого ґрунту протягом досліджуваного періоду. Натомість, коливання загальних площ й валового збору тепличних овочів за використання у виробництві інших форм захищеного ґрунту не спричинили суттєвих впливів на формування тенденцій відповідних показників у галузі. Водночас, суттєве зниження урожайності в зимових теплицях, з 21,5 кг/м² в 2010 році до 12,86 кг/м² в 2015 році, та не таке різке, але поступове зниження у весняних теплицях та інших формах закритого ґрунту призвело до зниження урожайності тепличних овочів на 23,3% протягом 2010-2015 року.

Водночас, варто зазначити, що в офіційній статистиці, більш за все, враховується не весь обсяг виробництва культур закритого ґрунту. Такий обсяг, на думку експертів, має бути більшим у 2-2,5 рази. За даними «Рійк Цваан Україна», у 2015-2016 маркетинговому році в

рамках тепличних комбінатів України був налагоджений процес виробництва овочів захищеного ґрунту на площі 274,3 га, що на 0,9 га більше ніж у попередньому маркетинговому році. При цьому, площі овочевих культур тепличними комбінатами були розподілені наступним чином: 129,6 га займають тепличні томати, 131,5 га – огірки, 11 га – перець, 2,2 га – салати. Також, за інформацією цієї компанії, загальна площа плівкових теплиць складає 7670 га серед яких на вирощування тепличних огірків припадає 50,84% (3900 га), тепличних томатів – 40,42% (3100 га), тепличного перцю – 5,86% (450 га), а також на вирощування інших тепличних культур (в тому числі салати) припадає 220 га (2,86%). Орієнтовні структури площ тепличних томатів та огірків в зимових та весняних теплицях у 2015-2016 маркетинговому році наведено в таблиці 4.[4; 5]

Таблиця 4

Площі тепличних томатів та огірків в зимових та весняних теплицях в Україні в 2014-2016 маркетингових роках, % [5]

Скляні зимові теплиці			Плівкові весняні теплиці		
Тепличні томати	2014-2015	2015-2016	Тепличні томати	2014-2015	2015-2016
Середньоплідні	37	39	Крупноплідні індетти та напівдетти	50	40
Рожеві	27	29	Середньоплідні індетти та напівдетти	20	25
Китицеві	22	24	Рожеві	20	25
Крупноплідні	12	4,9	Детермінантні	3	5
Сливоподібні	1,6	1,8	Інші (спеціальні)	7	5
Черрі та інші	0,4	1,3	—	—	—
Тепличні огірки	2014-2015	2015-2016	Тепличні огірки	2014-2015	2015-2016
Середньоплідні / східного типу	50	48	Корнішонного типу	100	99
Середньоплідні / гладкі	30	31	Середньоплідні / гладкі	—	1
Корнішонного типу	20	21	—	—	—

Виходячи з вище наведених структур площ зимових і весняних теплиць зайнятих у виробництві тепличних огірків і томатів можемо спробувати сформулювати основні тенденції серед виробників на ринках відповідної тепличної продукції. Так, виробники тепличних томатів у скляних теплицях уже суттєво зменшили та й надалі будуть продовжувати зменшувати частки крупноплідних помідорів у структурі

виробництва через відсутність офіційного експорту до Росії. Водночас, вони будуть намагатися збільшити частки середньоплідних та китицевих помідорів у структурі власного виробництва завдяки налагодженню та початку експорту до країн ЄС. Також, на думку експертів «Рійк Цваан Україна», серед тепличників які працюють із зимовими теплицями буде намагання поступово збільшити частки виробництва «спеціальних» помідорів завдяки виникненню можливості збільшення експорту, та зацікавленістю відповідною продукцією українських споживачів. Також, в перспективі, буде відбуватися нарощення частки виробництва рожевих помідорів, які тільки починають набирати попит на внутрішньому ринку. Щодо виробників тепличних томатів у плівкових теплицях, то вони в наступні періоди, на думку експертів компанії «Рійк Цваан Україна», зменшуватимуть площі під помідорами на 15% внаслідок відсутності офіційного експорту до Росії, за рахунок зменшення виробництва крупноплідних томатів. Попередньо озвучені процеси будуть одночасно супроводжуватися збільшенням вирощування червоних та рожевих середньо плідних томатів. Зростання ж собівартості та не прогнозованість ринків збуту змушує виробників тепличних томатів у плівкових теплицях кардинально зміщувати власне виробництво з індетермінантних гібридів в бік напівдетермінантних, детермінантних та, навіть, використовувати в процесі виробництва насіння F2 низької якості.

Виробники тепличних огірків у скляних теплицях в наступні періоди зберігатимуть стабільну структуру через власні орієнтири, що спрямовані тільки на внутрішній ринок. Незначну зміну в структурі буде завдано виходячи лише з бажання зекономити: економія енергоресурсів через більш пізній посів (з 10 січня) огірків корнішонного типу – це дещо знижує їх собівартість виробництва. Щодо виробників тепличних огірків у плівкових теплицях, то для них вже традиційною культурою є огірки корнішонного типу, які мають високий рівень внутрішнього споживання в країні. Водночас, в пошуках нових ринків виробники відповідного напрямку виробництва продукції роблять спроби реалізації на внутрішньому ринку інших типів огірків. [5]

Наступним кроком, проведемо аналіз реалізації овочів закритого ґрунту сільськогосподарськими підприємствами України на ринку тепличних овочів (таблиця 5).

Таблиця 5

Реалізації овочів закритого ґрунту сільськогосподарськими підприємствами на вітчизняному ринку тепличних овочів протягом 2010-2015 років [7]

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Реалізовано – усього, т</i>	129522	135542	127646	118555	105526,4	96949,8
в т.ч. за напрямками реалізації, т						
населенню в рахунок оплати праці	297	32	11	15	13	12,6
на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	29033	25520	25912	17922	13559,7	9779,1
іншим господарюючим суб'єктам	100190	109974	101722	100616	91952,5	87156,7
в т.ч. за напрямками реалізації, %						
населенню в рахунок оплати праці	0,2	0	0	0	0	0
на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	22,4	18,8	20,3	15,1	12,9	10,1
іншим господарюючим суб'єктам	77,4	81,2	79,7	84,9	87,1	89,9
<i>Середня ціна реалізації, грн / т</i>	7320,2	7760	8962	9388,2	11312,6	15728,1
в т.ч. за напрямками реалізації, грн / т						
переробним підприємствам	0	1400	0	0	0	0
населенню в рахунок оплати праці	3344,1	4643,8	3727,3	5286,7	4213,2	5386
пайовикам в рахунок орендної плати за землю	8250	4842,9	12200	7100	6975	9573,6
на ринку, через власні магазини, ларки, палатки	5852,4	6181,8	7357,2	7719,2	9274	11265,6
іншим господарюючим суб'єктам	7757,3	8127,6	9371,3	9686,2	11614,3	16230,4

Аналізуючи таблицю 5 бачимо, що річний обсяг реалізації овочів закритого ґрунту сільськогосподарськими підприємствами має тенденцію до зменшення протягом 2010-2015 років. Так, в 2015 році було реалізовано 96949,8 тон тепличної продукції, що на 32572,2 тони або на 25,15% менше обсягів реалізованих тепличних овочів у 2010 році. При цьому, частка реалізації тепличної продукції за напрямком «іншим господарюючим суб'єктам» зберігає тенденцію до зростання протягом усього періоду, що досліджується і станом на 2015 рік сягає 89,9% від загального обсягу реалізованої продукції у за рік. Також слід додати, що офіційна статистика демонструє значне зростання середньої ціни реалізації овочів закритого ґрунту протягом 2010-2015 років. Так, станом на 2015 рік відповідний показник демонструє значення 15728,1

грн/т. Співставлення середніх цін реалізації з курсом долара США дало нам можливість побачити, що середня ціна 1 тони овочів закритого ґрунту у 2015 році в Україні складала 629 дол. США. Це на 286 дол. США менше від отриманої виручки від реалізації 1 тони овочів закритого ґрунту в 2010 році.

Інфляційні процеси та девальвація гривні в 3 рази протягом попередніх двох з половиною років завдали величезний удар по купівельній спроможності населення, та призвели до його зубожіння. Звідси, можливості споживачів в 2016 році залишаються надзвичайно обмеженими і не кожна сім'я змогла собі дозволити овочі закритого ґрунту цієї весни (ціни на відповідну продукцію в 2016 році наведені на рисунку 1), коли формувався основний дохід для виробників овочів захищеного ґрунту. [4]

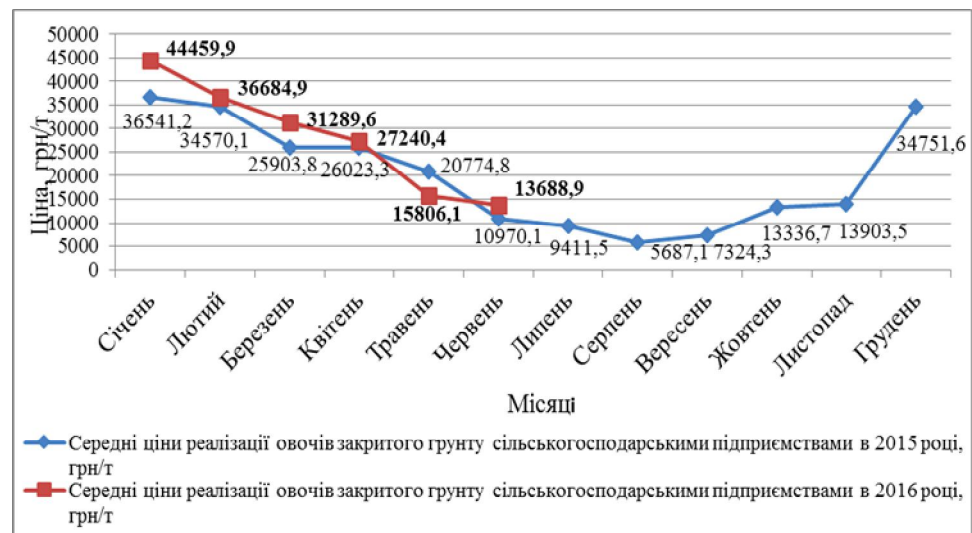


Рис. 1 Помісячні середні ціни реалізації овочів закритого ґрунту сільськогосподарськими підприємствами на вітчизняному ринку тепличних овочів протягом 2015-2016 років [7]

Російське ембарго, підвищення ставок на «транзит» через Білорусь при існуючій загрозі закриття цього каналу вже призвели до катастрофічного перепопнення і критичного зниження ціни у валютному еквіваленті порівняно з попередніми роками на внутрішньому ринку України. При цьому, використання Молдови в якості «транзитної» країни може частково зняти певну напруженість ситуації.[4] Більш детально ознайомитися із динамікою та напрямки експорту свіжих,

охолоджених томатів в натуральному та вартісному виразах протягом 2010-2015 років, без врахування протягом усього досліджуваного періоду тимчасово окупованої території автономної республіки Крим та м. Севастополя, можна переглянувши таблиці 6 та 7.

Таблиця 6

Динаміка та напрямки експорту свіжих, охолоджених томатів в натуральному виразі протягом 2010-2015 років, т [7]

Показник/країна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Експорт – всього, т</i>	59 062,40	75 601,40	79 109,10	54 582,30	61 840,00	23 308,10
в. т. ч. Р Ф	54 389,70	71 720,10	64 690,90	43 084,60	42 966,80	0,27
Білорусь	4 594,60	3 874,60	14 041,60	11 435,40	18 501,10	18 837,50
Молдова	45,20	—	347,50	56,20	210,10	1 133,55
Казахстан	19,50	—	—	0,003	0,01	0,05
Польща	3,50	0,15	0,10	0,04	0,12	2 165,40
Литва	0,02	0,04	0,02	0,04	36,00	178,00
Латвія	0,13	0,07	0,07	0,01	18,50	630,10
Естонія	0,04	0,02	0,02	—	5,00	296,20
Словаччина	2,44	—	4,53	—	—	—
Панама	0,80	1,32	2,17	2,23	2,27	3,35

Таблиця 7

Динаміка та напрямки експорту свіжих, охолоджених томатів у вартісному виразі протягом 2010-2015 років, тис. дол. США [7]

Показник/країна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Експорт – всього, тис. дол. США</i>	39544,9	36779,4	32223	26834,5	27758,2	10451,5
в. т. ч. Р Ф	37397,3	35127,2	28440,6	22727,4	18955,7	0,7
Білорусь	2115	1633,4	3718,7	4085,5	8653	7742,3
Молдова	4,6	—	37,7	5,6	21,1	97,9
Казахстан	2,9	—	—	0,1	0,3	0,1
Польща	2,4	0,3	0,2	0,1	0,3	1848,5
Литва	0,1	0,1	0,1	0,2	26,5	123,5
Латвія	0,6	0,4	0,2	0	17	451,9
Естонія	0,2	0	0,1	—	3,6	150,3
Словаччина	1,2	—	4,3	—	—	—
Панама	1,9	2,6	4,9	4,7	3,4	4,7

Детально вивчивши дані поміщені у таблицях 6 та 7 слід сказати, що обсяги експорту свіжих томатів протягом 2010-2015 років зменшилися на 35 754,3 т або на 29093,4 тис. дол. США у звітному році порівняно з базовим 2010 роком, та склали 23308,1 т або 10451,5 тис. дол. США у 2015 році. Найбільшим імпортером вітчизняних томатів протягом 2010-2014 років була Росія. Так, на цю країну припадало 54389,7 т (92%) або 37397,3 тис. дол. США (94,5%) експорту свіжих, охолоджених томатів у 2010 році. При цьому, в 2015 році експорт свіжих, охолоджених томатів до Росії сягнув лише 0,27 т або 0,7 тис. дол. США. Водночас, найбільшими країнами-імпортерами українських томатів у 2015 році стали Білорусь, Польща, Латвія, Естонія, Литва та Молдова на які припало 23240,75 т (99,7%) або 10414,4 тис. дол. США (99,6%) вітчизняного експорту свіжих, охолоджених томатів.

Загалом, нинішні ціни на український огірок та помідор є доволі привабливим для експорту на ринок ЄС, який в 4-5 разів більший російського ринку. Незважаючи на це, лише певні сільськогосподарські підприємства можуть експортувати свою продукцію до ЄС. Так, за даними аналітичного центру «Шувар», в попередньому, 2015 році Україні вдалося експортувати до ЄС близько 1,3 тис. тон тепличних огірків, та ще трохи більше 3 тис. тон томатів. Причина таких малих обсягів експорту криється у відсутності в сільськогосподарських підприємств належної сертифікації, яка б засвідчувала наявність у виробленої ними продукції певних якісних характеристик, відповідно до вимог ринку ЄС. В підсумку, весь обсяг тепличної продукції, який не знайшов собі місце як на ринку ЄС, а також був «виштовханий» з ринку Росії осів на вітчизняному ринку овочів закритого ґрунту. [6]

Література

1. Андрійчук В.Г. «Економіка підприємств агропромислового комплексу»: підручник – К.:КНЕУ, 2013 – 779с.
2. Канінський П.К. «Овочівництво – один із важливих пріоритетів у розвитку агропромислового комплексу України» / Інституціональні засади трансформації в аграрній сфері: збірник матеріалів Тринадцятих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників, Київ, 20-21 червня 2011 р. / Редкол. П.Т. Саблук та ін. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2011. – 672 с. – с. 203-206.
3. V Голландсько-український форум з тепличної індустрії «Прибуткове тепличне виробництво в Україні: Актуальні питання та

- можливості підвищення ефективності»: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://agrievent.com.ua/events/teplichnij-forum/>
4. Производителей овощей закрытого грунта ждет катастрофа низких цен в сезоне 2016? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infoindustria.com.ua/proizvoditeley-ovoshhey-zakryitogo-grunta-zhdet-katastrofa-nizkih-tsen-v-sezone-2016/>
 5. Тарас Рубанка « Оцінка асортименту тепличної продукції в 2015 році. Тенденції ринку, вподобання споживачів та нові продукти насінневих компаній» 23.02.2016 року, Київ «Рійк Цваан Україна»: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://agrievent.com.ua/wp-content/uploads/2016/02/004_Rubanka-23.02.2016.pdf
 6. «В УКРАИНЕ СУЩЕСТВЕННО ПОДЕШЕВЕЛИ ОВОЩИ» 13 сентября 2016 года [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ubr.ua/market/agricultural-market/v-ukraine-sushestvenno-podesheveli-ovoshi-432944>
 7. Державна служба статистики України, розділ «Публікації» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Чаюн І.О.

к.е.н., доцент

Молдоженя М.С.,

к.е.н., доцент

кафедра економіки та фінансів підприємства,
Київський національний торговельно-
економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Належне управління результативністю інноваційної діяльності, що забезпечує розвиток підприємства та гармонізацію інтересів зацікавлених сторін, залежить від якості інформації, що надходить із зовнішніх та внутрішніх джерел. Система інформаційного забезпечення регулює інноваційну діяльність шляхом визначення набору показників, що містять інформацію, необхідну для прийняття відповідних інноваційних рішень.

Така система є складовою загальної системи інформаційного забезпечення управління підприємством, тому до її формування можуть застосовуватися прийоми традиційного менеджменту у поєднанні з підходами менеджменту, що орієнтується на інноваційний розвиток підприємства. Систему інформаційного забезпечення управління результативністю інноваційної діяльності необхідно розглядати у тісному взаємозв'язку з стандартами бухгалтерського обліку, фінансової звітності України та міжнародною методологією дослідження інноваційної діяльності.

Цілеспрямований підбір критеріїв та показників, що визначають результативність інноваційної діяльності, дає можливість сформулювати систему інформаційної підтримки, на якій базується планування та прийняття стратегічних та оперативних управлінських рішень у сфері інновацій.

Система інформаційного забезпечення формується як з зовнішніх, так і внутрішніх джерел надходження інформації (табл. 1). Так, до зовнішніх джерел належать загальнодержавні та галузеві інформаційні ресурси:

- інформація Державної служби статистики України;
- результати спеціального інноваційного огляду, що проводиться відповідно до методології ЄС;
- результати регулярних оглядів конкурентоспроможності, що проводилися Державною службою статистики України;
- інформація, що збирається міністерствами та підрозділами державних установ;
- дані спеціальних оглядів щодо інновацій, що проводяться дослідниками та спеціалізованими організаціями.

Таблиця 1

Рівні утворення інформаційних ресурсів щодо інноваційної діяльності підприємств в Україні

Рівні утворення інформаційних ресурсів	Джерело інформації	Зміст та результати
Рівень держави	1.Форми статистичної звітності Державної служби статистики України.	Подаються юридичними особами усіх організаційних та правових форм. Містять показники, що не мають прямого зв'язку з інноваціями підприємств торгівлі, пов'язані з деякими аспектами наукової діяльності.

Рівні утворення інформаційних ресурсів	Джерело інформації	Зміст та результати
	2. Регулярні огляди конкурентоспроможності, що проводяться Державною службою статистики України.	Комплексні статистичні дослідження з метою вивчення використання інвестицій в інновації. Охоплюють тільки промислові підприємства.
Рівень галузі	1. Спеціальні інноваційні огляди, що проводяться відповідно до методології ЄС.	Проводяться 1 раз на 3 роки відповідно до програми CIS, до якого включені підприємства оптової торгівлі.
	2. Інформація, що збирається міністерствами та підрозділами державних установ.	Дані збираються міністерствами та відомствами. Дані галузевої статистики дублюються із загальнонаціональними даними.
	3. Дані спеціальних оглядів інновацій, що проводяться дослідниками та спеціалізованими організаціями.	Проводяться в рамках дослідницьких проектів з метою отримання інформації про інноваційну діяльність окремих підприємств та економічних секторів. Мають ситуативний характер.
Рівень підприємства	1. Фінансова звітність підприємства.	Формується в рамках вимог відповідного законодавства і характеризує діяльність підприємства в цілому.
	2. Дані управлінського обліку.	Забезпечується збір інформації для потреб інноваційного менеджменту.
	3. Нормативна документація.	Ухвалюється відповідно до уявлення власника щодо результативності інноваційної діяльності.

Провідне місце у формуванні інформаційної системи інноваційної діяльності належить державі, і є одним з пріоритетних напрямків інноваційної політики України. Світова практика свідчить, що досягнення ефективної соціально орієнтованої економіки можливе тільки за умови активної регулюючої та стимулюючої діяльності держави. Одним з перших науковців, що підкреслив необхідність державного впливу на інноваційні процеси, був Ф. Бекон, який виділив лінійний ланцюжок: субсидювання наукових досліджень державою – розробка нових технологій – зростання обсягів виробництва та надходжень до бюджету – економічне зростання країни.

Держава виступає одним з головних суб'єктів розвитку інноваційної діяльності, при чому не є обов'язковим ініціатором або учасником інноваційних процесів. Роль держави полягає у забезпеченні необхідного правового поля та створенні спеціальних програм підтримки, пов'язаних із заохоченням до інновацій. До таких заходів належать програми заохочення розвитку нових товарів, послуг, технологій, сприяння кооперації науки та виробництва, підтримка малого бізнесу та ін.

Існує два погляди на причини, що зумовлюють потребу в регулюванні інноваційної діяльності [1, с.179]. За теорією технологічного поштовху, дослідження і розробки спонукають бізнес до використання винайдених продуктів та технологій. Розвиток інновацій залежить від рівня наукової бази, якості освіти та обсягів фінансування.

За теорією попиту на інновації, причинами розвитку інноваційної діяльності виступає переважання потреб виробників та маркетологів, що надає підприємствам можливість отримувати додаткові прибутки. Ці погляди існують паралельно і здатні доповнювати один одного.

Способи активації інноваційної діяльності застосовуються залежно від загальнодержавних цілей та стану економіки або окремих її галузей.

Країни з розвинутою ринковою економікою покладають в основу державного регулювання як механізм прямого адміністративно-господарського втручання в інноваційні процеси, так і методи непрямого впливу. З середини 1980-х років інноваційна політика держави містить пряме державне фінансування, а також непряме через податкову, митну, фінансову політику, субсидії, патентний захист, застосування яких визначено законодавчою базою.

Правову базу розвитку інноваційної діяльності в Україні складає система законодавчих та нормативних актів, що регулюють суспільні відносини у сфері інновацій. В 1991 році було прийнято Закон України «Про основи державної політики і сфері науки і науково-технічної діяльності», який у 1998 році було замінено Законом України «Про наукову та науково-технічну діяльність». У 2001 році затверджено Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки», у 2002 році – Закон України «Про інноваційну діяльність» [2].

Згодом у 1999 році була ухвалена Концепція науково-технологічного і інноваційного розвитку України, з метою розвитку якої у 2003 році був прийнятий Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» і визначає стратегічні пріоритетні напрями інноваційного розвитку країни.

Починаючи з 1992, року Верховною Радою України було прийнято ряд законів, що регламентують охорону інтелектуальної власності, науково-технічної інформації, науково-технічної експертизи, вищої освіти та ін.

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 05.03.08 № 423-р та згідно з Планом заходів, спрямованих на реалізацію пріоритетів діяльності центральних органів виконавчої влади, наразі забезпечується реалізація таких пріоритетних напрямів:

- розроблення Стратегії інноваційного розвитку України на 2008-2018 роки;
- розроблення та реалізація Концепції розвитку національної інноваційної системи;
- розбудова інституційної інфраструктури інноваційної діяльності;
- стимулювання інноваційної активності вітчизняних товаровиробників.

Виконання цих завдань покладається на численні інституції у сфері інновацій.

Значним здобутком щодо проникнення державного регулювання у галузь торгівлі є Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України, затверджена постановою Кабінету Міністрів України, визначає: раціональні напрямки та оптимальні пропорції у розвитку матеріально-технічної бази; посилення економічних методів управління та матеріального стимулювання, ефективне використання трудових і матеріальних ресурсів; оптимальне поєднання спеціалізації торгівлі непродовольчими товарами і концентрації торгівлі товарами періодичного попиту і технічно складними товарами з розвитком мережі невеликих підприємств комбінованого або комплексного типу; відновлення в торговельній діяльності прогресивних методів продажу товарів і обслуговування покупців; створення сучасної системи товаропросування і активну взаємодію роздрібних підприємств з підприємствами-постачальниками товарів; технічне переозброєння, механізацію ручної праці та удосконалення торговельно-технологічних процесів у підприємствах роздрібної торгівлі.

Проте останнє десятиріччя характеризується певною неузгодженістю якісних та кількісних змін з поставленими завданнями. Побудова в Україні інноваційної моделі розвитку має гармонічно поєднувати політичні, соціальні, суспільно-психологічні та інституційні передумови з новими організаційними, економічними та правовими інноваційними засадами. Інновації здійснюють подвійний вплив на динаміку економічного зростання, відкриваючи нові можливості розвитку

торгівлі, і одночасно унеможлиблюють розширення цього розвитку у традиційному напрямі.

Як зазначає проф. Голошубова Н.О. у статті «Передумови інноваційного розвитку торгівлі», з думкою якої ми погоджуємося, законодавчі документи та наукові розробки не мають достатньо масштабного та системного характеру, їх окремі положення слабо пов'язані одне з одним, особливо у торгівлі. Внаслідок чого виникає багато диспропорцій та негативних явищ, що заважають розвитку торгівлі та економіки в цілому.

Узагальнюючи наведені аргументи, доцільно окреслити пріоритетні заходи, що забезпечать розвиток інформаційної бази підприємств торгівлі на галузевому рівні з врахуванням інноваційних зрушень:

1. Удосконалення необхідної правової бази для розвитку інноваційної діяльності підприємств торгівлі.
2. Перегляд видової структури підприємств торгівлі, їх типізації та спеціалізації відповідно до сучасних вимог міжнародної методології.
3. Оптимізація засобів збирання інформації у сільській місцевості.
4. Розробка сучасних стандартів торговельного і побутового обслуговування, що відповідають міжнародним вимогам.
5. Удосконалення системи показників статистичного спостереження за діяльністю підприємств торгівлі, зокрема електронної.
6. Побудова форм статистичної звітності для підприємств роздрібно торгівлі, що здійснюють інноваційну діяльність.
7. Надання показників, за якими будуть проводитися статистичні спостереження за продажем споживчих товарів фізичними особами – підприємцями, що провадять діяльність у сфері торгівлі, з урахуванням міжнародних стандартів і досвіду зарубіжних країн.
8. Забезпечення доступності інформації щодо стану інноваційної активності підприємств торгівлі.
9. Сприяння розвитку сучасних форм інтеграції наукових організацій та підприємств торгівлі.
10. Стимулювання проведення виставок, конференцій, засідань, зустрічей з метою поглиблення обміну інформацією щодо інноваційної діяльності підприємств торгівлі.

Виконання зазначених заходів необхідно поєднувати із залученням інвестиційних ресурсів та впровадженням інновацій у сфері торгівлі з одночасним регулюванням розвитку споживчого ринку та регіонів України.

За результатами досліджень Інституту інноваційного провайдингу, науковець Володін С. стверджує, що в Україні необхідно

формувати систему інноваційного провайдингу, що будується на основі економічних правил наукоємного ринку і забезпечує збалансованість попиту та пропозиції на інновації [3].

Фактична бездієвість ринку інновацій та недоступність достовірної інформації про стан наукових та інноваційних розробок дає підставу констатувати, що проблеми накопичення та використання інформації щодо інноваційної діяльності існують на всіх рівнях – державному, галузевому та на рівні окремого підприємства, що виражається у відсутності належного статистичного обстеження та налагодженого управлінського обліку на підприємствах.

Наявні інформаційні ресурси про інноваційну діяльність в Україні не відповідають не тільки вимогам міжнародних стандартів, але й не дають достатньо об'єктивної інформації для внутрішніх користувачів. Отримані дані не завжди відповідають потребам споживачів інформації, не дають можливості об'єктивно визначити головні пріоритети інноваційного розвитку країни, галузі та підприємства зокрема. До того ж ця сфера статистики у міжнародному просторі щорічно змінюється та вдосконалюється під впливом тих же інноваційних зрушень, здійснюються роботи зі створення універсального інструментарію для оцінки інноваційної діяльності.

Провідними розробниками методології статистики інноваційної діяльності до цього часу були і залишаються такі міжнародні організації, як ОЕСР та ЮНЕСКО, пропонуючи рекомендації щодо надходження, обробки та аналізу статистичних даних в галузі науки та інноваційної діяльності.

Детальний розгляд існуючої в Україні національної статистичної звітності з інноваційної діяльності дає змогу зробити висновки, що ці аспекти потребують методологічного та практичного вдосконалення з урахуванням сучасних умов розвитку української економіки. В першу чергу це стосується поширення статистичного спостереження на основні види економічної діяльності.

Створення засад єдиної державної науково-технічної політики започаткувало стандартизацію статистичних показників і класифікацій, а також дало змогу створити певний інструментарій статистичного спостереження за станом наукових досліджень та інноваційної активності підприємств в цілому [4].

Основними джерелами надходження інформації про інноваційну діяльність є наступні:

– державне статистичне спостереження інноваційної діяльності промислового підприємства;

– державне статистичне спостереження інноваційної діяльності підприємства.

У першому спостереженні визначається стан інноваційної діяльності промислових підприємств, фактори, що стримують інноваційну діяльність та здійснюється оцінку її результатів. Ці дані визначаються у розділах: витрати на технологічні інновації, джерела фінансування технологічних інновацій, обсяг реалізованої інноваційної продукції, кількість придбаних (переданих) підприємством нових технологій (технологічних досягнень), довідка про загальну кількість діючих, закуплених за кордоном ліцензій; загальні витрати на їх придбання; середньооблікову чисельність штатних працівників облікового складу основної діяльності та працівників науково-дослідних, проектно-конструкторських підрозділів підприємства, результати інноваційної діяльності, чинники, які гальмують інноваційну діяльність.

Слід зазначити, що цю річну форму звітності представляють тільки промислові підприємства. Підприємства інших видів діяльності, зокрема торгівлі, вона не охоплює.

Подальшим розвитком статистичного інструментарію для дослідження інноваційної діяльності відповідно до ст.14 Закону України «Про державну статистику» [4] Державною службою статистики України у 2004 році було впровадження форми №2-інновація «Звіт про інноваційну активність підприємства (організації) за рік». Звіт побудовано на базі форми державного статистичного спостереження №2-пром(інновація) «Звіт про інноваційну активність промислового підприємства». Цю форму подають юридичні особи усіх форм власності та організаційно-правових форм господарювання, відособлені підрозділи підприємств, які класифікуються за переліком, встановленим державною статистикою. Звіт включає чотири розділи. Для отримання даних про інноваційну активність підприємств та організацій форма подається за всіма видами економічної діяльності.

Проте інноваційна діяльність є новою галуззю для фахівців статистики. Тому, враховуючи специфічні особливості галузей національної економіки, торгівлі зокрема, доцільно починати обстеження послідовно, використовуючи пілотні статистичні спостереження з наступним вибіркоvim або суцільним обстеженням окремих видів підприємств торгівлі.

Результати обстеження показали, що у вибраних регіонах рівень інноваційної активності підприємств коливався в діапазоні 10-30%.

Слід зазначити, що існує прямий зв'язок між розмірами підприємств і їхнім рівнем інноваційності. Малі підприємства з персоналом

менше за 10 осіб не охоплені спостереженням, але це не означає, що вони не інноваційно активні, скоріш за все вони вводять інновації іншим шляхом, ніж великі підприємства. Якщо підприємство намагається бути постійно активним у виконанні досліджень і розробок, і, як наслідок, інноваційно активним, йому необхідно мати необхідну чисельність персоналу. Проблема з персоналом полягає в тому, що він не обов'язково виробляє щось для реалізації найближчим часом. Багато технічних продуктів вимагають довгих років досліджень.

Як зазначає науковець Бай С.І, інтенсивний розвиток національної економіки потребує науково-інноваційної модернізації технічного, технологічного та інтелектуального потенціалу безпосередньо підприємств [5]. Процес інноваційного розвитку необхідно розглядати з позицій конкретного суб'єкта діяльності.

На рівні підприємства основними джерелами надходження інформації виступають фінансова звітність, дані управлінського обліку та нормативна документація. Фінансова звітність формується в рамках вимог відповідного законодавства і характеризує діяльність підприємства в цілому. За її допомогою можна отримати стандартну інформацію про стан та використання матеріальних, фінансових, трудових ресурсів для потреб інноваційного менеджменту. Дані управлінського обліку забезпечують збір та обробку інформації на замовлення інноваційного менеджменту, для конкретних потреб і вирішення поставлених завдань інноваційної діяльності. З цією метою розробляються спеціальні форми управлінського обліку.

Особливості інноваційної діяльності підприємств торгівлі та вибір і застосування відповідного критерію результативності висувають нові вимоги до облікової інформації. Виходячи з цього, моніторинг результативності, як елемент управління, повинен забезпечити оперативне, своєчасне одержання інформації, необхідної для визначення критерію та виконання наступних аналітичних процедур, що здійснюються відповідно до цілі системи. Одержання такої інформації може бути забезпечене шляхом створення підсистеми управлінського обліку.

Література

1. Молодоженя М.С. Проблеми інформаційного забезпечення моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі / М.С. Молодоженя // Управління розвитком: зб.наук. робіт. – 2011. – № 4 (101). – Х. : ХНЕУ, 2011. – 264 с.

2. Про інноваційну діяльність: Закон України // [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
3. Офіційний сайт Інституту інноваційного провайдингу [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу : [http:// www.iipnaa.com.ua](http://www.iipnaa.com.ua)
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу : [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
5. Бай С.І. Про зміни пріоритетів в науково-інноваційній модернізації підприємств / С.І. Бай // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: матеріали III Міжнар. бізнес-форуму / відп.ред А.А.Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 174с.

Чернявська М.К.,
Аспірант Київського національного
торговельно-економічного університету

СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

При подоланні наслідків світової фінансово-економічної кризи важливим є внесок кожної сфери економічної діяльності в розвиток національної економіки. Поряд із виробничими галузями свою роль відіграє торгівля, завдяки якій підтримується збалансованість виробництва та споживання, формується суттєва частка валової доданої вартості в Україні, забезпечується робочими місцями економічно активне населення.

Розвиток роздрібної торгівлі України є складним і динамічним процесом, який відбувається в умовах трансформаційних змін національної економіки під впливом низки факторів економічного, соціального та правового характеру.

Питанням дослідження діяльності підприємств роздрібної торгівлі в Україні присвятили свої праці такі науковці, як: М.Г. Безпарточний, К.Б. Зазуляк, І.М. Мельник, А. Предеїн, А.В. Череп, П.Б. Юр'єва та інші.

У ході реформування економіки відбулися державні і суспільні зміни, що не могло не позначитися на торгівлі. Змінилися сама роль

торгівлі та її місце в економіці України. Аналіз сучасного стану торгівлі свідчить про скорочення обсягів її діяльності, невміння керівників торговельних підприємств працювати в умовах конкуренції і, як наслідок, втрачаються позиції торговельних підприємств на споживчому ринку.

Підприємства роздрібної торгівлі відіграють значну роль у виконанні соціально значущого завдання по забезпеченню населення споживчими товарами [4, 19].

Перш ніж аналізувати зміни, що відбулися в роздрібній торгівлі за останні роки, варто звернути увагу на основні макроекономічні показники, які і виступають своєрідним фактором розвитку торгівлі (рис. 1, 2).

Починаючи з першої половини 2013 року все існуюче на той час реальне зростання економіки України затьмарили революційні події в країні. У 2014 році ситуація ще більше ускладнилася початком військового протистояння на Сході України, яке не припиняється і понині. Всі ці фактори не могли не позначитися і на динаміці розвитку ринку роздрібної торгівлі України: логічно, що одним з головних наслідків кризи, що настала в Україні стали зниження купівельної спроможності населення, скорочення обсягів роздрібного товарообороту, девальвація національної валюти, а також істотне уповільнення динаміки територіального розвитку найбільших і більш дрібних операторів.

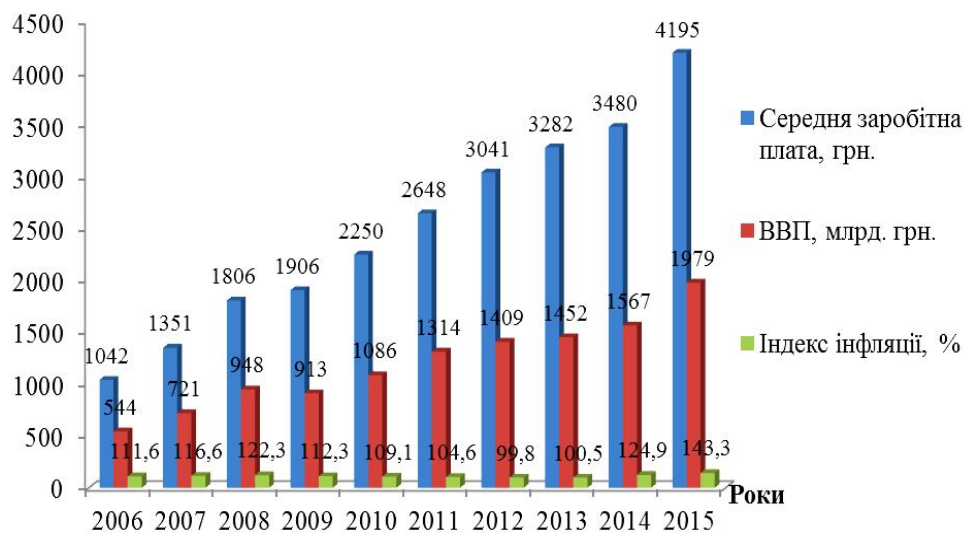


Рис. 1. Макроекономічні показники розвитку економіки України за 2006–2015 роки

(Джерело: складено автором на сонові 5)

Так, в 2014 році лише на 6% (в гривневому еквіваленті в порівнянні з 2013 роком) виросла середня заробітна плата в країні (найгірша динаміка за останні 5 років, у 2015 році порівняно із 2014 роком зросла на 20,5%), а обсяг валового внутрішнього продукту в національній валюті збільшився лише на 8% та 26,3% відповідно (в гривнях), що є вкрай низьким показником з урахуванням високих темпів інфляції в цей період.

Ще один важливий параметр – індекс споживчих цін (інфляції) – починаючи з 2009 року аж до кінця 2013 року йшов по спадаючій лінії, але з початку 2014 року знову піднявся вище показника 100% (124,9% у 2014 році та 143,3% у 2015 році). Таким чином, погіршення динаміки ключових споживчих індексів стали причиною того, що ринок роздрібної торгівлі в Україні увійшов і продовжує знаходитися в фазі перманентної рецесії. А якщо додати до цього і невизначеність терміну завершення україно-російського конфлікту, то точно спрогнозувати подальший вектор еволюції вітчизняного ритейл-сектора на даний момент не представляється можливим.

Цілком природно, що починаючи з 2013 року і в наступний період динаміка роздрібного продажу в Україні істотно сповільнилася. Зокрема, в першому півріччі 2015 року зростання роздрібного товарообігу підприємств країни в порівнянні з аналогічним періодом минулого року склало + 9%, а за весь 2014 рік цей же показник зріс лише на 2% (роком раніше – на 6%).

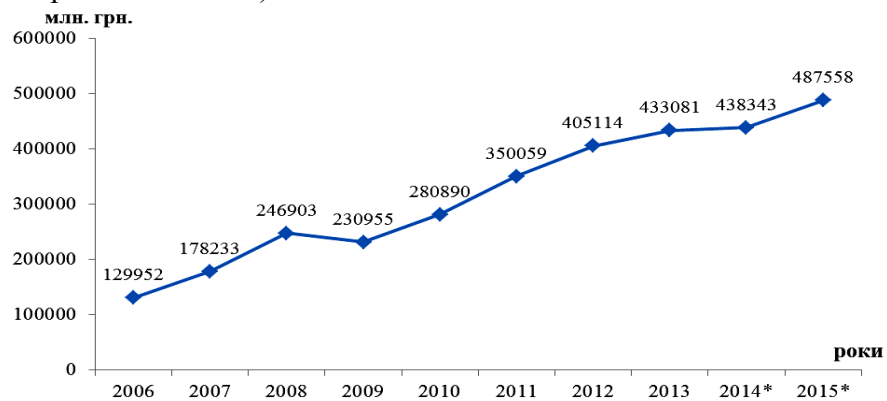


Рис. 2. Динаміка роздрібного товарообігу підприємств України за 2006 – 2015 роки, млн. грн.

(*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) (Джерело: складено автором на основі 5)

У 2014 році споживчі ціни в Україні зросли на 15% в порівнянні з груднем 2013 року, а за підсумками 2015 року відбулося ще більше зростання (вже за підсумками першого півріччя ІСЦ в країні досяг 151,9%). Відзначимо, що інфляція в Україні за підсумками 2015 року виявилась на найвищому рівні за останні 6 років (43,3%; останній раз двозначна інфляція спостерігалася в Україні ще за підсумками 2010 року).

Експерти сходяться на думці, що позитивної динаміки в економіці України в найближчі роки, швидше за все, чекати не доводиться. Основними загрозами подальшого стійкого економічного розвитку України є:

- безперервні військові дії на Сході країни;
- зовнішньо-та внутрішньополітична нестабільність;
- необхідність погашення боргових зобов'язань державним і приватним секторами;
- побоювання подальшої девальвації гривні по відношенню до основних валют;
- скорочення внутрішнього попиту, обумовлене скороченням доходів домогосподарств [6].

Так чи інакше, про реальне відновлення економіки України можна говорити лише з початком 2017 року. Але навіть зараз наша країна продовжує демонструвати цілий ряд конкурентних переваг, пов'язаних з ємним споживчим ринком і хорошою освітньою системою, яка створює передумови для подальшого розвитку інноваційного потенціалу країни. А роздрібна торгівля перетворилася і залишатиметься одним з головних локомотивів зростання народного господарства України.

Основними напрямками сучасного динамічного розвитку роздрібних торговельних підприємств є нововведення в управлінні процесом обслуговування споживачів. Безсумнівно поява потужних роздрібних мереж, дедалі більше поширення принципу самообслуговування, а також використання засобів зв'язку і комунікаційних технологій сприяє зростанню впливу роздрібних мереж на споживчий ринок.

Новим явищем у роздрібній торговельній сфері України є торговельні комплекси. З однієї сторони їх можна розглядати як перехідну стадію від споживчих ринків до торговельних центрів, а з іншого – як новий формат роздрібної торгівлі. Актуальним для України може бути багатофункціональні комплекси (мультикомплекси), які під своїм дахом розміщують не лише об'єкти роздрібної торгівлі, а й ділові

офіси, конференц-зали, готелі, ресторани, об'єкти для заняття спортом, місця розваг та відпочинку, або торговельні міста, в яких торговельний комплекс являє собою ціле місто з вулицями, будинками та парканами.

Перспективна в даному аспекті реконструкція промислових зон. Нове народження в Україні отримали такі «гіганти» за торговельною площею, як торговельні центри. Це не просто формат роздрібною торгівлі, а й специфічний вид торговельного підприємництва, в рамках якого об'єднано корпоративний бізнес та представників малого та середнього бізнесу. Оновлення та будівництво торговельних центрів сьогодні в нашій країні ведеться доволі стрімкими темпами за різноманітними схемами та тематичними напрямками.

Сучасні торговельні центри це не лише місце для здійснення покупок, але й для розваг та приємного місця проведення часу. Сьогодні в торговельних центрах є не лише об'єкти роздрібною торгівлі, а й катки, кінотеатри, дискотеки, боулінг та Інтернет клуби, басейни, ресторани, дитячі кімнати чи майданчики, солярії, перукарні тощо. Новаторськими напрямками розвитку торговельних центрів на українському споживчому ринку є: «Garden-park», центри цільової покупки, «Factory Qualitative» та віртуальні центри. «Garden-park» або садові-центри, чи центри «на зеленій галявині» – це торговельні центри, в яких присутні як об'єкти роздрібною торгівлі, які спеціалізуються на товарах для садівництва та городництва, так і об'єкти роздрібною торгівлі з товарним асортиментом (продовольчим та непродовольчим призначення) для відпочинку на природі, життя за містом та об'єктами роздрібною торгівлі різного роду побутових і технічних послуг, пов'язаних з життєдіяльністю «біля» землі. Зоною розміщення таких об'єктів роздрібною торгівлі є околиця міста біля автомагістралей. «Garden-park» орієнтовані на осіб, що мешкають у дачних чи котеджних містечках, туристів та селян. При чому для останньої категорії покупців наявність таких об'єктів роздрібною торгівлі може стати засобом вирішення проблеми не забезпеченості об'єктами роздрібною торгівлі на селі, але при умові налагодженості транспортного зв'язку.

На сьогоднішній час досить актуальним є впровадження та розвиток центрів цільової покупки чи професійних центрів, чи «лайфстайл» центр. Ці об'єкти роздрібною торгівлі розраховані на спеціалізовану аудиторію – художників, фотографів, спортсменів тощо та позиціонують товари, що відповідають стилю їх життєдіяльності [7].

Альтернативу «бутікам» заможному прошарку населення України можуть скласти «Factory Qualitative» або центри моди, або центри «стилю життя». Це торговельні центри з реалізації високоякісних

дороговартісних фірмових, дизайнерських товарів відомих брендів, зоною супермаркета делікатесів та елітного відпочинку.

Ми виділили ряд ключових закономірностей, які характеризують сьогодні український ринок сучасної роздрібної торгівлі продовольчими товарами:

(FMCG – від англійського fast moving consumer goods (споживчі товари, що швидко обертаються; товари широкого вжитку).

1. За підсумками першого півріччя 2015 року можна відзначити, що ринок FMCG ритейлу України продовжує характеризуватися досить низьким рівнем консолідації. Станом на кінець червня 2015 року на ринку діють понад 100 продовольчих торгових операторів сучасного типу.

В цілому, український ринок роздрібної торгівлі складно назвати повністю сформованим: йому поки що не притаманні тенденції, характерні для інших країн Центрально-Східної Європи (консолідація торговельних операторів, посилення конкуренції форматів, цінові війни і ін.).

2. В той же час, на ринку продовжує домінувати дует ритейлерів-лідерів, причому з числа компаній, що розвивають кардинально різні формати магазинів – Fozzy Group (мультиформатний оператор – супер– і гіпермаркети, магазини біля будинку, делікатес-маркети і cash & carry) і «АТБ-маркет» (м'які дискаунтери). За показником товарообігу ці два оператора істотно випереджають інші компанії (на них припадає 48% від усього обсягу ринку сучасної FMCG роздроби) і мають всі передумови збільшувати свій відрив.

3. Об'єкти формату «супермаркет» продовжують домінувати в структурі площ, зайнятих під FMCG магазинами в Україні (41% від усього обсягу площ). У той же час, в останні роки найбільш динамічним форматом є магазини біля будинку і дискаунтери, які і мають, за прогнозами експертів, найбільш високий потенціал розвитку в середньостроковій перспективі [1].

4. Мультиформатність операторів – ще одна з характерних рис сучасного етапу розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Вона полягає в тому, що цілий ряд компаній (понад 50% від загального списку) мають в своєму управлінні об'єкти з різними торговими концепціями. При цьому, таку стратегію використовують сьогодні переважно українські ритейлери, а міжнародні оператори (Auchan, METRO, Billa) строго дотримуються обраних стандартів.

5. Пошук новіших форматів. В сьогоднішніх умовах неконцентрованого ринку багато українських операторів роздрібної торгівлі прагнуть диференціювати свій бізнес шляхом розвитку магазинів з

новими (для себе) торговими концепціями. Таким способом вони намагаються заощадити інвестиції і виділитися для споживача серед маси інших конкурентів. В основному сьогодні такі випадки відображаються в тестуванні операторами об'єктів дрібного формату (наприклад, «Рукавичка S», «Томат», «ГРОШ Експрес» і ін.) [7].

Експерти стверджують, що найближчим часом в Україні буде відзначатися активний розвиток магазинів формату «експрес», тобто роздрібних точок з торговою площею до 200 кв.м (табл. 1).

6. На ринку роздрібної торгівлі України (в першу чергу в food-ритейлі) продовжує існувати проблема «розмитості форматів», тобто наявність великої кількості магазинів з невизначеними торговими концепціями.

Таблиця 1

Останні приклади виходу FMCG ритейлерів України в нові для себе формати за 2014 – 2015 роки

№	Компанія	Яку нову торгову мережу запустила	Формат	Кількість магазинів на кінець першої половини 2015 р	Регіони поширення
1	ООО «ТПК «Львовхолод»	Рукавичка S	магазин біля будинку	1	Львів
2	ООО «Маркет-Ритейл»	Silverland	супермаркет	2	Закарпатська обл.
3	ООО «Торговий дом «Аванта»	ABC маркет	магазин біля будинку	14	Луцьк, Волинська обл., Київська обл.
4	ООО «Украинские продуктовые традиции»	Томат	магазин біля будинку	2	Київ
5	ООО «НВП Аргон»	ГРОШ експрес	супермаркет, магазин біля будинку	5	Вінницька обл.

(Джерело: складено на основі опрацювання GT Partners Ukraine)

7. Ринок ритейлу України також характеризується вагомою роллю, яку відіграють на ньому локальні оператори (підприємства, проводять торговельну діяльність виключно на території одного

регіону). Серед прикладів успішного розвитку локальних компаній – торгові мережі «Клас», «РОСТ» і «Восторг» (всі – Харків), «МегаМаркет» (Київ), «Віртус» і «Обжора» (Одеса), «Грош» (Вінниця), «Файно маркет» (Кіровоград), «Барва» (Закарпаття), «Салют» (Луцьк) та ін. [4, 22].

Саме в секторі локальних торгових операторів слід очікувати можливої активізації угод по їх поглинанню більшими ритейлерами.

8. Оптимізація асортименту. Посилення конкуренції, диверсифікація торговельних форматів, а також відносно невисокий рівень добробуту населення (зростання якого, до того ж, гальмується в зв'язку з політичною і військовою нестабільністю в країні) змушує ритейлерів вибудовувати асортиментну матрицю своїх магазинів в залежності від їх цільової аудиторії.

9. Раціональне та обережне поводження покупців – так званий Smart Shopping. Незважаючи на порівняно невисокі доходи вітчизняні споживачі досить прискіпливо ставляться до вибору магазинів і улюблених товарів. Сьогодні в Україні спостерігається відносно низький рівень лояльності покупців до конкретних ритейл-брендів – за великим рахунком, відбувається системна міграція клієнтів в пошуках кращих цінових пропозицій.

10. Незважаючи на свою відносну молодість, ринок сучасного роздробу України залишає небагато шансів початківцям ритейлерам розвинути повноцінні торговельні мережі. За останній час (після кризи 2008-2009 рр.) На ринку зафіксовано лічена кількість прикладів створення торгових мереж «з нуля» і в основному це були оператори дрібних форматів (мережі «Два кроки від хати» і «близенько» (Львів), «Сім-23» (Луцьк), «Точка «і» Гранат» (Одеса), лоток «і» Бджілка» (Київ), Basket (Харків) та ін.). В цілому, можна зробити висновок, що економічно ефективний вихід на ринок FMCG ритейлу України сьогодні можливий для багатьох компаній, але в національному масштабі це підвладне виключно великим міжнародним операторам, які мають досвід діяльності в регіоні Центрально-Східної Європи та досвід здійснення угод M & A.

11. Падіння популярності ринків (базарів). Як би того не хотілося шанувальникам традиційних ринків і як би не погіршувалася економічна ситуація в країні, але загальна лояльність споживачів до таких форм торгівлі поступово знижується, чому в першу чергу сприяє експансія сучасних ритейлерів. Останні (особливо це стосується національних гравців) найчастіше вже здатні конкурувати з базарами в ціноутворенні

на стратегічні категорії продуктів харчування, використовуючи для цього свою закупівельну силу [2, 239].

За останні 10 років кількість ринків з продажу споживчих товарів в Україні скоротилося на 25% (без урахування анексованого Криму і частини зони проведення АТО). Ми очікуємо, що привабливість, частка і рівень відвідуваності ринків буде продовжувати падати.

12. Західна Україна та м.Київ в 2014 році і в першій половині 2015 року були найбільш пріоритетними регіонами для експансії національних, локальних і регіональних FMCG ритейлерів в нашій країні. Цілком логічно, що структура привабливості регіонів України для розвитку операторів останнім часом зазнала змін: виною всьому – військові дії на Сході України, в результаті яких Донецька і Луганська області (одні з лідерів минулих років за привабливістю для торгових операторів) практично перестали розглядатися торговими мережами як ареал для експансії.

Очікується, що домінуючим регіоном країни за кількістю запланованих відкриттів магазинів в другій половині 2015 роки знову буде Західна Україна. Зокрема, відразу 9 продовольчих ритейлерів відкрито заявили про бажання відкрити нові торгові точки в цьому регіоні в зазначений період часу.

13. З року в рік все більше продовольчих ритейлерів України проявляють інтерес до інтернет-торгівлі. Якщо на кінець 2010 року в країні налічувалося лише 4 таких компанії, то сьогодні онлайн-продаж здійснюють вже близько 10 операторів (правда, на початку 2014 року свої інтернет-майданчики закрили оффлайн-мережі «Чумацький шлях» і «Перехрестя», а в 2015 році – «Край», «РОСТ» і «Амстор»). Зростанню числа онлайн-майданчиків сприяє загальносвітова тенденція до популяризації замовлень споживачами продуктів харчування безпосередньо додому. При цьому своїми інтернет-магазинами ще не володіють найбільші FMCG ритейлери України – «АТБ», Fozzy Group, «Велика Кишеня» і Auchan – тому в цьому напрямку спостерігається ще істотний потенціал (табл. 2).

Більшість FMCG-ритейлерів України розвивають напрямок private labels своїми силами – за допомогою спеціально створених департаментів СТМ. Винятком є холдинг «Рітейл Груп» (мережа «Велика Кишеня»), який передав цю роботу на аутсорсинг компанії Daymon Worldwide.

Таблиця 2

**Торговельні мережі України, що розвивають власну
онлайн-торгівлю**

№	Мережа	У яких містах діє онлайн-торгівля	Сайт	Рік запуску інтернет- магазину
1	Таврия В	Одеса, Миколаїв, Херсон, Білгород- Дністровський, Іллічівськ, Харків	http://www.tavriav.ua/	2008
2	NOVUS*	Київ	https://novus.zakaz.ua/ru/#	2012
3	Фуршет	Київ, Одеса	http://efurshet.com/	2010
4	Обжора	Одеса	http://produkty24.com.ua/	2011
5	Копійка	Одеса + передмістя	http://kopeyka.od.ua/	2012
6	Торговий Світ	Тернопіль	http://www.torgsvit.com/	2004
7	МегаМаркет	Київ, Бровари	http://megamarket.ua/	2010
8	Домашний 2/15	Київ, вся Україна	http://belgusto.com.ua/	2012
9	METRO*	Київ	https://metro.zakaz.ua/ru/#	2012
10	Fozzy*	Київ	https://fozzy.zakaz.ua/ru/#	2015

(Джерело: складено на основі опрацювання GT Partners Ukraine)

Характерний тренд ринку СТМ останніх років в Україні – це посилення тиску товарів private labels на відомі бренди, конкуренція за політичний простір між ними, а також розвиток private labels в нішевих категоріях. За прогнозами GT Partners Ukraine, обсяг ринку private labels в продуктовому роздробі України в 2016 році досягне 20,1 млрд. грн. (в 2014 році цей показник склав 17,8 млрд. грн.). При цьому в найближчій перспективі найбільш активне зростання продажів СТМ буде спостерігатися в низькому і середньому цінових сегментах (за рахунок розширення торговцями існуючого асортименту СТМ і виділення більше місця під власні бренди).

Таблиця 3

ТОП-15 лідерів ринку food-ритейла України по продажу private labels за 2014 рік

№	Компанія	Мережа	Частка СТМ, 2014 рік	Товарооборот СТМ, 2014 р., млн. грн.
1	2	3	4	5
1	ООО «АТБ-маркет»	АТБ	23%	8 950
2	Fozzy Group	Сільпо, Фора, Fozzy, Le Silpo	11%	3 740
3	METRO Cash & Carry Україна	METRO Cash & Carry, METRO база	11%	970
4	ООО «Таврія В»	Таврія-В, Космос	12%	780
5	ЗАО «Фуршет»	Фуршет, Фуршет-Гурман	9,85%	510
6	ООО «Омега»	VARUS, VARUS-маркет	10%	450
7	ПАО «Ритейл Групп»	Велика Кишеня, Велмарт, ВК Select, ВК Експрес	5,6%	380
8	ООО «ЭКО»	ЭКО маркет, Симпатик	6,5%	285
9	ООО «Ашан Україна Гипермаркет»	Auchan	3,0%	190
10	ООО «Амстор»	Амстор, Амстор-	4,2%	170
11	ООО «Український Ритейл»	Брусничка	5,5%	155
12	ООО «ТПК «Львовхолд»	Рукавичка, Під Боком	10%	125
13	Volwest Group	Наш Край, Наш Край експрес	5,5%	75
14	ПІІ «Білла-Україна»	Billa	3,8%	70
15	ООО «Група Ритейла України»	Караван, Торmart, Все є	2,5%	65

(Джерело: складено на основі опрацювання GT Partners Ukraine)

15. Українські ритейлери все активніше починають освоювати сучасні IT-технології та додатки до технічним девайсів. Наприклад, спостерігається масовий перехід торговців за частиною public relations в соціальні мережі (Facebook, ВКонтакте, Twitter, Youtube).

Слід також зазначити, що більшість ритейлерів України розглядають можливість оптимізації власних бізнес-процесів шляхом встановлення та оновлення сучасного програмного забезпечення. При виборі такого продукту торговці, в першу чергу, орієнтуються на його вартість, продуктивність, зручність навігації, можливість доопрацювання і інші фактори.

Якщо ще 6-7 років тому комунікація зі споживачем у мережі Інтернет була чимось новим для більшості вітчизняних торговців, то сьогодні цю прогалину практично заповнений. Зі списку ТОП-40 провідних food-ритейлерів України за обсягом виручки лише близько 5 компаній до сих пір не мають власного веб-сайту, а інші не тільки у своєму розпорядженні своєю сторінкою в Мережі, але і активно її розвивають. Крім того, все більш популярним каналом комунікації з кінцевим споживачем у торговців є соціальні медіа, де ритейлери сповіщають про проведені ними акції та спеціальні пропозиції.

16. На відміну від розвинених країн, в Україні поки слабо розвинений франчайзинговий напрямок роздрібного бізнесу. По суті, в секторі FMCG ритейлу нашої країни більш-менш професійно сьогодні розвивають франчайзинг лише мережі «Наш Край», SPAR, «Вopak» і «ABC маркет», а сумарне число таких об'єктів не перевищує і 200. Саме в більш активному розвитку франчайзингу ми бачимо один з витоків майбутньої еволюції роздрібної торгівлі в Україні.

Найбільш популярним видом інновацій в торгівлі, що набирає швидких темпів за останні роки є онлайн-торгівля.

Як і вся вітчизняна економіка, електронна торгівля, зокрема роздрібна, також відчуває кризові явища. Проте, порівняно низькі витрати на організацію процесу торгівлі, постійно зростаюча кількість користувачів мережі на низький рівень конкуренції можуть бути реальною запорукою успіху.

Крім того, передумов для освоєння або розширення цього напрямку в Україні цілком достатньо.

На сьогоднішній день Internet-магазинами володіють або планують їх створити в перспективі значна частина власників великих роздрібних мереж. Так, за даними власних досліджень, на основі зведених рейтингів Top 100 Topshops, Shoptop та Uashops більше половини Internet-магазинів (53%) діють на базі офлайн-магазинів

зокрема як виділені проекти існуючих магазинів або як ще одна вітрина реального магазину.

Характерною рисою таких магазинів є той факт, що обсяг Internet-транзакцій не є принциповим показником, оскільки вирішальну роль відіграє бажання покупця придбати товар саме в цьому магазині незалежно від того, чи у його Internet– чи у офлайн-форматі. Крім того, для суб'єктів такого типу організація електронного бізнесу є до певної міри спрощеною завдяки налагодженій офлайн-інфраструктурі. Тому поняття електронної роздрібної торгівлі є більш об'єктивним стосовно віртуальних структур, які формують решту 47% загальної кількості Internet-магазинів і в меншій мірі підкріплені реальними бізнес-структурами.

Водночас повністю онлайнві магазини в Україні є більш успішними і популярними. За даними дослідження компанії Gemius Ukraine в 2009 році у рейтингу спонтанного знання Internet-магазинів у Top3 покупцями були відзначені Виключно віртуальні магазини www.fotos.com.ua; www.matrix.com.ua; www.ozon.ru. Така тенденція є притаманною в значній мірі для вітчизняної електронної торгівлі, оскільки у всьому світі великою популярністю користуються Internet-магазини, що є виділеними проектами реально існуючих.

Така особливість є наслідком неправильного вибору стратегії просування електронних магазинів роздрібних мереж. Їх власники, виходячи на Internet-ринок не знижують цін на товари, оскільки орієнтуються на цінову політику власних офлайн-магазинів. Крім того, більшість роздрібних мереж створюють сайти швидше з міркувань престижу, а не як пріоритетний напрям.

У той же час рівень цін в електронних магазинах за рахунок менших капітальних витрат та витрат обігу здебільшого на 10-30% (в окремих випадках до 50%) нижчий, ніж у роздрібних супермаркетах.

Отже, зростання популярності Інтернет-торгівлі в нашій країні безпосередньо пов'язане в даний момент з економічною ситуацією. Бажання по-максимуму заощадити призводить потенційних покупців в онлайн-магазини, де товари зазвичай можна придбати за нижчими цінами. Цікаво, що в подібних умовах навіть консервативно налаштовані покупці починають переглядати своє ставлення до електронної торгівлі. Поступово такі фактори, як сумніви в якості товарів і чесності продавців, стають для них менш актуальними, поступаючись місцем більш низькою ціною.

Основні прогнози розвитку українського ринку онлайн-торгівлі на найближчі два-три роки:

- у всіх секторах торгівлі буде спостерігатися вихід традиційних ритейлерів в онлайн-комерцію;
- мультिकанальна бізнес-модель буде стратегічним пріоритетом великих ритейлерів України в середньостроковій перспективі;
- зростаюча роль мобільних додатків для смартфонів в онлайн-торгівлі. Зростання онлайн-продажів за допомогою смартфонів;
- варто очікувати появи перших в Україні онлайн-сервісів в порівнянні цін на FMCG товари в традиційних і інтернет-магазинах;
- розширення асортименту онлайн-магазинів, розширення напрямків діяльності;
- розширення географії поставок (відкриття регіональних представництв, вдосконалення системи доставки товару);
- підвищення мобільності доставок;
- зростання числа інтернет-користувачів, готових здійснювати покупки продуктів харчування через інтернет;
- цінова конкуренція з боку оффлайн-ритейлерів.

Відповідно, відштовхуючись від кожної підсистеми, ми пропонуємо наступну методику, необхідну для сприяння інноваційного розвитку торговельної сфери в Україні:

- якомога поглибити діапазон об'єктів торгівлі, створити великі, бажано вітчизняні універсальні магазини (супермаркетів, гіпермаркетів). Ця мережа має переважати в обігу (60-70%). А за кількістю підприємств мати 30-35%;
- розробити державну широкомасштабну комплексну «Програму відродження оптової торгівлі»;
- розвивати спеціалізовані, а також віртуальні торговельні підприємства (дисконти, інтернет-магазини) [7];
- створити мережу універсальних гуртових баз із повним комплексом закупівельно-збутових і сервісних гуртових послуг (шляхом інтеграції промислового, торгового і банківського капіталу);
- створити додаткові, а також удосконалити і розширити вже існуючі елементи інфраструктури в торговельній сфері (багатоповерхові паркінги для машин);
- посилити взаємодію гуртових і транспортних структур;
- упорядкувати «вуличну» торгівлю;
- особливої уваги і підтримки вимагає сільська торгівля (відновити й забезпечити сприятливий режим функціонування споживчої кооперації у межах єдиної загальнонаціональної Програми економічного і соціального розвитку, а також цільових комплексних програм).

Література

1. Безпарточний М.Г. Світовий досвід функціонування торговельних підприємств / [Електронний ресурс] / М.Г. Пезпарточний // Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.
2. Зазуляк К.Б. Інноваційний розвиток торговельної сфери України / К.Б. Зазуляк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2009. – Вип. 19.1. – С. 237 – 242.
3. Мельник І. М. Стан та тенденції змін у роздрібній торгівлі регіонів / І. М. Мельник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.10. – С. 238-245.
4. Предеїн А. Розвиток роздрібних торговельних підприємств в Україні / А. Предеїн // Товари і ринки. – 2013. – №2. – С. 18 – 29.
5. Статистична інформація [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Череп А.В., Мацюк О.В. Необхідність інновацій на підприємствах торговельної галузі [Електронний ресурс] / А.В. Череп // Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.
7. Юр'єва П.Б. Система сучасних форматів об'єктів роздрібної торгівлі в Україні та її удосконалення [Електронний ресурс] П.Б. Юр'єва // Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.

Шип Н.А., д. і. н., професор,
професор кафедри філософських
та соціальних наук,
Київський національний торговельно-
економічний університет

УКРАЇНА У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ (ІХ – ХVІІІ століття)

У сучасному глобалізованому світі кожна країна прагне якнай-ефективнішої співпраці, виходячи з власних соціально-економічних, політичних і культурних інтересів. Україна є потужним гравцем у геополітичних і гео економічних процесах, однак використання її економічного потенціалу не завжди є результативним. Воно залежить не

лише від об'єктивних, а й від суб'єктивних, культурних, історичних факторів. Термін «глобалізація» м'яко увійшов у науковий обіг українських учених і розуміється переважно як посилення тенденції до розширення й поглиблення взаємодії різних країн у процесі соціально-економічного розвитку. Насамперед воно виявляється в інтенсифікації торговельно-економічних зв'язків. Щоправда, в окремих випадках глобалізація насторожує менш розвинуті країни, які можуть не витримати конкурентної боротьби, адже перевага в ній завжди на боці сильнішого. Проте відомо, що взаємопов'язаність економічного розвитку країн мала місце упродовж усієї історії людства, але форми, рівень, темпи, характер взаємодії та її впливи на соціально-економічні процеси видозмінювались: від млявої в межах окремих регіонів до послідовної з розширенням територіальних меж і перетворенням на наддержавний фактор розвитку [1, с.193].

Історія міжнародної торгівлі була і залишається актуальною проблемою, адже торкається взаємозв'язку Заходу і Сходу Європи у минулому і тепер. Поширена серед деяких дослідників та й простих обивателів думка про прогресуючий Захід і відсталий Схід, зокрема доби середньовіччя, потребує наукового спростування на основі конкретно-історичного матеріалу. У висвітленні даної проблеми ми користуємось визначенням міжнародної торгівлі як оплачуваного товарообігу між країнами (готові товари, напівфабрикати, сировина), що здійснюється у різних формах (експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт) і є важливим рушієм економічного розвитку. В концептуальному сенсі спираємось на визнання наявності загальних рис міжнародноторговельної діяльності всіх історичних періодів: азово-чорноморський і транзитний статус України, а також географічно і кліматично обумовлена спеціалізація.

Вивчення і врахування попереднього досвіду міжнародної торгівлі України є важливим з теоретичного і практичного боку, оскільки надає чимало повчальних уроків з організації цієї сфери економіки в сучасних умовах.

Історія зовнішньоторговельних зв'язків являє собою окремих сегмент загальної історії України. Її доцільно розглядати згідно загальноприйнятої періодизації за політичними і соціально-економічними процесами, яка відбиває найхарактерніші ознаки кожного етапу історичного розвитку. Обраний нами період IX – XVIII ст. обумовлений заснуванням давньслов'янської держави Київська Русь і розподілом українських земель наприкінці XVIII ст. між Австрійською і Російською імперіями. У соціально-економічній сфері на межі XVIII– XIX ст.

відбувався незворотній процес розкладу феодально-кріпосницької системи господарства і зародження капіталістичних виробничих відносин, що зумовило появу нових елементів у зовнішньоторговельній практиці. Упродовж згаданого періоду Україна не була самостійним гравцем на світових ринках, за виключенням Київської Русі, Запорозької Січі та Гетьманщини, яка перебувала у складі Російської держави з 1654 р. до скасування автономії Катериною II у 1764 р., а в 1775 р. і ліквідацією Запорозької Січі. Тому вважаємо коректним у даному контексті паралельне вживання понять «українські землі», «Україна-Гетьманщина», «українські губернії», «Україна», хоча під останньою назвою до 1917 р. держави не існувало.

Мета ретроспективного огляду участі українських земель у міжнародній торгівлі – схарактеризувати еволюцію, основні вектори, експортно-імпорту товарну масу. Оскільки тема багатопланова, за лаштунками, тобто для окремого дослідження, залишаємо аналіз факторів, що впливають на розвиток зовнішньоторговельних зв'язків: соціально-економічні відносини всередині країни, внутрішня і зовнішня кон'юнктура, природно-кліматичні умови, рівень розвитку продуктивних сил, стратегії і конкретні заходи держав і приватних структур, загальна внутрішня і зовнішня політика тощо. Із зовнішньоторговельною діяльністю тісно пов'язані процеси становлення банківської системи, кредитування, формування купецького стану, участь іноземців та інші, які частково відображені в науковій літературі.

Дореволюційна історіографія цієї проблеми представлена низкою досліджень з історії зовнішньої торгівлі Російської імперії, де знайшли відбиття питання регіонального характеру (Дружинина Е.И., Кривонос В.В., Кулишер И.М., Святловский В.В., Штернберг Я.И. и др.). Різні її аспекти висвітлювали вітчизняні дослідники: О. Гордуновський, І. Гуржій, І. Довжук, О. Донік, Т. Лазанська, В. Орлик, О. Пилипенко, В. Шевченко, О. Машкін, Н. Терент'єва. Вона також розглядається у навчальній і навчально-методичній літературі. Генезис і структура міжнародних торговельних зв'язків розкрита у навчальному посібнику А.С. Філіпенка «Міжнародні торговельні зв'язки України: генезис і структура» [2], в якій розкрито їх еволюцію, географію, реконструйовано структуру експорту-імпорту послуг і товарообігу, торговельні баланси за певні періоди. Додатки містять закони України щодо зовнішньоекономічної діяльності та «Методологічні положення від 07.12.2006 р.». На жаль, у посібнику трапляються історичні неточності: у тексті, що хронологічно охоплює ХІУ – ХУІІ ст., йдеться про економічні зв'язки Київської Русі, якої тоді вже не існувало, або на Х ст. припадає

«розквіт древніх українських слов'ян». Обширна інформація з історії та сучасного стану міжнародного економічного співробітництва України міститься у підручнику В.Є. Новицького [3]. Автор висвітлює форми міжнародної економічної діяльності, проблеми її регулювання, питання геополітики та міжнародної інтеграції, ресурсно – енергетичного балансу, екологічної безпеки. З ними безпосередньо пов'язані питання міжнародного обміну товарами та послугами, що для конкретної національної економіки виражається в експорті та імпорті. Розвиток торгівлі розглядається як форма міжнародної економічної діяльності. В.Є. Новицький важливого значення надає вивченню історичних передумов міжнародної торгівлі, аналізу попереднього досвіду, з'ясуванню традицій вітчизняної виробничої кооперації. З урахуванням усіх складностей геополітичного характеру, глобалізацією світової економіки автор накреслює перспективи міжнародного торговельного співробітництва України з позицій розв'язання завдань національної безпеки і досягнення соціальної стабільності. Виклад матеріалу супроводжується докладним економічним і теоретичним обґрунтуванням. Згаданий підручник містить необхідний навчально – методичний апарат, що робить його зручним у використанні викладачами і студентами.

Незамінним першоджерелом з вивчення участі українських земель у міжнародній торгівлі, зокрема Волині і Наддніпрянщини у ХІУ – середині ХУІІ ст., є тогочасні актові документи, упорядковані та видані українськими вченими у 1990 р. [4]. В них усебічно розкривається характер торговельних операцій, асортимент товарів, їх обсяги й ціни, митна політика, торговельні шляхи та найважливіші торговельні міста і регіони, у т.ч. зарубіжні, стосунки всередині купецького стану і з владою, судові справи тощо. Вказаний збірник має географічний покажчик, польсько – український (стосовно торговельної галузі) та метрологічно – нумізматичний словники, що допомагають орієнтації і глибшому розумінню цього історичного матеріалу. Важлива інформація про міжнародну торгівлю подана у контексті економічної історії України від найдавніших часів до сьогодення [5]. Авторський колектив на великому фактичному матеріалі розкриває еволюцію зовнішньоторговельних зв'язків, міжнародно–правові й політичні аспекти, склад товарної маси, торговельні шляхи та ін. Деякі факти участі українських земель у міжнародній торгівлі наводить дослідниця Н.Подальєк у монографії, присвяченій історії ганзейської торгівлі [6].

Завдяки зусиллям кількох поколінь учених створена презентабельна джерельна база, яка надає можливості сучасним дослідникам,

застосовуючи конкретно-історичний, порівняльний, системний методи наукового аналізу, враховуючи діалектичний взаємозв'язок розвитку економіки і торгівлі, конкретизувати й актуалізувати важливі аспекти зовнішньої торгівлі, пов'язані з Україною. Зазначимо, що не завжди вдається з точністю з'ясувати її місце у загальноросійському експорті, оскільки в деяких статистичних розрахунках не зазначалось місце походження товару, а в країнах-споживачах імпортована продукція маркувалась як «російська».

Історія зовнішньої торгівлі України, зокрема початкового етапу, засвідчує вагомую роль наших пращурів у світовому економічному розвитку. Це часи існування Київської Русі (882 -1240 рр.) – «первісної торговельної» держави з жвавим товарообміном і соціальною диференціацією. Її найбільша зовнішньоторговельна активність припадає на X–XI ст., тобто період політичної консолідації, що забезпечувало економічний розвиток і міжнародний авторитет. Дана теоретична сентенція є визначальною в дослідженні міжнародної торгівлі Давньоруської держави. Поряд з людським, важливу роль у ній відігравав природно-географічний фактор [7, с.3]. Господарська діяльність швидко прогресувала під впливом світового ринку, що сприяло накопиченню рухомих багатств певною групою населення. Вигідне географічне розташування ставило Київ поза конкуренцією серед інших міст у розвитку міжнародної торгівлі. Водний торговельний шлях «Із варяг у греки» з'єднував Балтійське і Чорне моря; Десна, що впадає в Дніпро біля Києва, сполучає його з водною системою Оки, Волги, Каспійського моря і далі – Туркестаном, Персією; Прип'ять – із Західним Бугом і Віслою. Він проходив від Ладозького озера по Волхову, далі волоком до притоків Дніпра й Дніпром до Чорного моря і Візантії. На цьому торговельному шляху варяги добували товар грабежами слов'янського люду. Нерідко купці-воїни залишались у містах і поступово асимілювались із подібними групами населення, спільно охороняли свої території, ходили в походи, торгували, справляючи тим самим великий вплив на розвиток чорноморської торгівлі. Арабський письменник Масуді навіть називав Чорне море Руським [8, с.99]. Військово-торговельні дружини використовувались князями у здійсненні об'єднавчої державотворчої політики, що підтверджує важливу роль торговельно-економічного фактора у творенні Русі. Вона виразно простежується у IX–X ст. Цей процес відбувався паралельно зі слов'янізацією варязької верхівки внаслідок укладання шлюбів з місцевими красунями [5, с.188). Проведення варязькими ватажками вигідних для себе економічних і політичних заходів, родичання

внаслідок шлюбних зв'язків з місцевим населенням, тобто їхня слов'янська організація послужили важливими факторами утворення держави з центром у Києві. Цю точку зору поділяють багато дослідників і зокрема відомий економіст В.С. Новицький. Він зазначає: «Кланові структури норманських ватажків, які контролювали владу на Русі за часів активного державотворення з центром у Києві, еволюціонували згідно з маркетинговою, як би тепер сказали, логікою. Комерційний інтерес, який «проецювався» на структуру владних норманських інститутів на слов'янській землі, домінував і в системі соціально-політичної мотивації князів і аристократичних верств населення» [3, с.606]. Торгівля сприяла їхній консолідації на чолі з князем. Вони збагачувались, породжуючи соціальну нерівність. На відміну від первісної доби, коли торговельні операції здійснювались у вигляді випадкового обміну, тепер вони набрали характеру торгівлі награваним товаром і полоненими (рабами). Крім того, з транзитної між Сходом і Заходом, торгівля перетворюється на самостійну з Кримом, Візантією, Арабським халіфатом, європейськими країнами [8, с.96–97].

До своїх ватаг конунги (бідні скандинавські князьки) залучали не лише соратників, а й селян, перетворивши службу на повинність. Арабські та візантійські письменники характеризували варягів войовничим народом. Насправді вони представляли не народ, який займається землеробством, сплачує данину, а привілейовану правлячу верхівку, яких згадані автори ототожнювали зі слов'янами – руссю. *Дати однозначну вичерпну відповідь щодо походження русів не береться жоден дослідник. Існують припущення їхнього скандинавського походження, слов'янського тощо, але всі давні джерела вказують на їхні завойовницькі походи і торгівлю [9]. Приміром, І.М. Кулішер у своєму дослідженні з історії російської торгівлі, виданому в 1923 р., зауважував, що у 20-х роках ХХ ст. західні фіни Скандинавію називали Руссю. Норманів автор вважає русами, оскільки вони осіли поблизу Старої Русі і так себе іменували [10, с.7-9].*

Інтенсивний товарообмін Русь здійснювала з Візантією. За часів правління Ярослава Мудрого зовнішня торгівля набула багатовекторності. Цікаві подробиці з історії торгівлі з Візантією на основі літописних повідомлень надає І.М. Кулішер, зазначаючи, що греки «боялись Русі, чекаючи від неї всіякого зла. А Русь дивилась на Грецію, як на джерело легкої здобичі» [10, с.20]. Не менш важливим торговим партнером русичів був Арабський халіфат. Заняття торгівлею араби вважають справою, яку заповідав пророк. Тому храм, училище і ринок розташовувались поруч, що символізувало покровительство

релігії над освітою і торгівлею, які забезпечували славу і могутність халіфату. Араби «прокладали» торговельні шляхи зброєю, захопивши територію перетворювали її на новий ринок. Так, зокрема, відбувалось у давні часи, коли вони захопили кілька хозарських міст на західному березі Каспію (Каспійське море – Джурджана), зав'язавши торгівлю і перенісши столицю в Ітиль (на Волзі поблизу Астрахані, столиця Хозарського каганату – одне з найбільших міст Європи й Азії, що відіграло роль транзитного центру арабсько – руської та норманської торгівлі [8, с.98]. Місто складалось, так би мовити, з двох частин: у західній мешкав цар зі своїми наблизеними, у східній розташовувались купці, товарні склади, ринки. Як повідомляють арабські географи X ст., араби не йшли північніше Булгара, остереігаючись племені Арта (Артанія, Арсанія). За припущенням деяких науковців, то була одна з гілок племені русів, друга мешкала по сусідству з Булгаром, а їхній цар розташувався в Куябі (Києві), Требя – у Новгороді [10, с. 7 -9].

У Києві, на перехресті міжнародних шляхів, можна було придбати арабські, візантійські, західноєвропейські та інші товари. Товарообмін відбувався на спеціальному ринку, що мав назву «Бабин торжок», розташованому поблизу Десятинної церкви. Ймовірно, за князювання Володимира виник торг на Подолі, згодом на Софійській площі та ін. [11, с.154]. Загалом науковці називають у Києві вісім спеціальних ринків, де торгували купці з усього цивілізованого світу. Поблизу торгів зводили храми, які надавали послуги з вимірювання ваги і маси товару: у Києві – церква св. Богородиці Пирогощі, у Чернігові – храм П'ятниці. З початком нападів Чингізхана на Русь (20– ті рр. XIII ст.) торгівля зі Сходом занепадала. До зруйнування Києва монголо–татарами (1240 р.) не припинялись торговельні зв'язки з Європою. Звідти приїздили купці (літописці називали «латина»), створюючи своєрідні колонії. Князі обкладали їх податком. Із послабленням ролі Києва у міжнародній торгівлі внаслідок монголо–татарської навали, Південна Русь перетворилась на східно-західний євразійський транзит, що існував приблизно у 1260-х – 1360-х рр. В цей період зросли як центри міжнародної торгівлі міста Львів, Луцьк, Володимир, Галич, У Північному Причорномор'ї виникли генуезькі колонії – Кафа як центр работоргівлі, Білгород і Кілія. Звідти купці діставались вищезгаданих західноукраїнських міст. В цей період значно зросла роль Галицько–Волинського князівства у міжнародних торговельних зв'язках. Дослідники вважають, що торгівля з Польщею здійснювалась через Дорогичин до Кракова, Вроцлава, Кельна. У літописах зазначаються й інші торговельні шляхи (гостинці): через Василів, Котельницю, Болохів,

Межибіж, Теробовль до Галича або через Звенигород до Перемишля, який дехто з науковців вважає Соляним шляхом, тощо. Торгівля покутською сіллю набула широкого розмаху. Транзитом її перевозили в інші регіони України, Білорусію, Литву, Балтику [5, с.313, 361].

У XIII–XV ст. на Заході існувало чимало торговельних міст, засновувались гільдії купців, здійснювались великі торговельні операції, застосовувались векселі тощо. Таким чином, названі українські міста перетворились на великі перевалочні пункти, забезпечуючи торговельні зв'язки між Сходом і Заходом [6, с.171]. Важливу роль у цьому відігравав Ганзейський союз. Його заснування зумовлене необхідністю об'єднання купецтва для спільних дій в умовах політичної децентралізації і нестабільності в Німеччині у XII – XIII ст. Як правило, роздробленість і політична нестабільність є гальмівними факторами розвитку як внутрішньої, так і зовнішньої торгівлі. Німецьке купецтво за тих умов об'єдналось навколо великих міст, утворивши союзи, з яких найвідомішим і успішнішим був Ганзейський. У XV ст. він перетворився на потужну торговельно – політичну силу, розповсюдивши свій вплив не лише на німецькі, а й деякі слов'янські та лівонські землі [6, с.9]. У розвитку південно – східного напрямку ганзейської торгівлі важливу роль відігравав Львів, що перебував у складі Польщі. Краків маніпулював тогочасними нормами міжнародної торгівлі, які мали назву «право складу», іноді перекриваючи шлях ганзейцям до Галичини. З утворенням Речі Посполитої іноземним купцям дозволялось здійснювати торговельні операції в Кракові, Любліні, Сандомирі [6, с.175].

Львів також посідав чільне місце у розвитку міжнародної торгівлі через порти Чорного моря. Товар доправлявся кількома шляхами: Золочів, Теробовля, Кам'янець, Хотин, Ясси, Лопушно, Белгород або Берлад, Кілія, Ізмаїл. Інша торговельна магістраль (особливо у другій половині XVI ст.) від Ясс вела до Галацу, звідки, переправившись через Дунай, купці болгарською територією діставалися Стамбулу. Використовувався також суходольний шлях Львів – Галич – Коломия – Снятин – Чернівці – Сучава – Бреїла на Дунаї. Чималу роль відігравав Белгород (Дністровський), Кілія, Ізмаїл, звідки торговельні судна прямували до Стамбулу, Синопу, Трапезунду і далі аж у межі Передньої Азії й Ірану [12, с.95].

Основними транспортними засобами для перевезення товарів суходелом слугували вози, запряжені частіше чотирма (іноді двома) парами коней, що могли перевозити до 15 ц (1 ц = 65 кг) вантажу (рідше – легкі вози, запряжені парою коней, іноді волами і мулами). Візників наймали як львівські, так і турецькі купці Західного Причорномор'я для

доставки товарів у різних напрямках. З ними укладалися спеціальні договори, де обумовлювались розмір оплати послуг та ступінь відповідальності за псування чи то крадіжку товару. Наприклад, львівський купець М. Бернатович 1586 р. уклав угоду з Г. Самчиком, який надав йому два вози, запряжених по вісім коней. Візник зобов'язувався доставити вантаж (30 ц) до Стамбулу по шість злотих за кожен центнер. За договором 1632 р. із турецькими євреями снятинські візники П. Калигущик і Г. Стецькович транспортували аніс та інші товари з Провадії (Болгарія) до Львова. Оскільки подорожувати поодиночі було небезпечно і важко, купці об'єднувались у каравани (іноді по кілька десятків), обирали старшого (караван-пашу), який володів турецькою та іншими східними мовами, знав усі тонкощі купецької справи, звичаї місцевого населення. Йому належала вся повнота влади під час усієї торговельної операції. За даними В.П. Кривоноса, зі Львова у напрямку Чорного моря відправлялись купецькі каравани у 1599, 1600, 1601, 1605, 1617, 1626 та інших роках [12, с.96 – 97].

Окремий сегмент зовнішньоторговельної діяльності українців представляє Запорозька Січ. Її політика в цій галузі мала всі ознаки багатовекторності: Лівобережна, Слобідська Україна та Росія, Правобережжя, Крим, Туреччина, Вірменія, Греція, Польща, Литва та ін. Наявність випробуваних водних і суходольних шляхів дозволяла здійснювати їх у міру обопільних потреб в обміні товарів. Київським і Курським шляхами у російські міста Москву, Твер, Тулу, Калугу, Нижній Новгород доставлялась сушена і в'ялена риба, віск, мед, дьоготь, селітра, гончарні вироби, худоба. Звідти завозили сукно, папір, кінську зброю, рушниці, метал для будівництва укріплень і виготовлення зброї; з Лівобережжя постачався хліб, борошно, горілка, одяг, взуття тощо. Торговельні операції здійснювались, як правило, під час проведення ярмарків у Харкові, Чернігові, Полтаві, Сумах, Ніжині.

Від середини ХУІІІст. царський уряд намагався обмежувати зовнішньоекономічні зв'язки Запорозької Січі з Молдовою, Польщею, донськими козаками, що погіршувало її економічний стан [2, с.45].

Традиційний, хоча і не стабільний характер мали торговельні зв'язки Запорозької Січі з Кримом і Туреччиною. У період від заснування і до ліквідації Січі Катериною ІІ між ними відбувався прямий товарообмін, а також транзитне перевезення товарів суходольними Муравським, Чорним Українським, Кримським та водними шляхами. Існували відповідні торговельні представництва, які займались організаційними питаннями, вивчали кон'юнктуру ринку. Наприклад, за

угодою 1649 р. у Стамбулі запорожці мали право будувати власні складські приміщення. Інтереси турецьких купців на Запорожжі захищались їхнім представником. Запорожці експортували продукти тваринництва і рослинництва, шкіру, полотно, транзитом перевозили ремісничі вироби, зброю, срібло. З Криму завозилася сіль, вина, ласощі, волоські горіхи. Крім харчових продуктів, широким попитом у запорожців користувались шаблі, порох, кінська упряж, сап'янове взуття, шовкові тканини. Часом виникала напруженість у торговельних стосунках, зумовлена прагненням обох сторін мати для себе які – небудь привілеї.

Більш прогнозованими виявились торговельні стосунки запорожців з Московською державою, під протекторатом якої вони перебували згідно так званого «Вічного миру» останньої з Польщею (1686 р.). Торгівлею займались майже всі козаки, але професійним заняттям вона була для купців, промисловців, шинкарів. Вони об'єднувались в асоціації, товариства; особливу групу в торговельній справі складали чумаки (перевізники). Запорожці запроваджували суворий митний контроль. Так, на початку ХУІІІ ст. військова скарбниця поповнювалась зборами з 5 митниць на переправах через Дніпро і Південний Буг. Відзначається високе мито на імпорتنі вино-горілчані вироби. Загалом митні тарифи, встановлювані козаками, важко вкладаються в певну систему. Однак їх застосування дозволяло підтримувати фінансовий баланс Запорозької Січі.

Українська держава Гетьманщина, що утворилась внаслідок Національної революції (в радянській історіографії – Визвольної війни) під проводом Богдана Хмельницького в середині ХУІІ ст., підтримувала торговельні зв'язки на півдні з Молдавією, Кримом, на заході з Польщею, Німеччиною (дехто з купців діставався Персії, Індії, Франції, Голандії), на сході – з Росією. Гетьманські уряди стимулювали й контролювали зовнішню торгівлю. Так, за гетьманства Богдана Хмельницького митне оподаткування вираховувалось залежно від вартості товару: з кожних 250 злотих стягувалось 2 злотих. Це у 2,5 рази менше за тариф 1643 р., що давало чималий прибуток до скарбниці за рахунок збільшення товарообігу. Поступово Україна-Гетьманщина інтегрувалась у загальноросійський соціально-економічний простір, який набрав характеру господарської спеціалізації. Вона залишалась постачальницею рогатої худоби, коней, сала, олії, риби, коноплі, поташу, тютюну, алкогольних напоїв, воску, селітри, імпортуючи хутро, тканини, металеві вироби та ін. З одного боку, це розширювало ринки збуту українських та асортимент ввізних товарів, з іншого, через

урядову регламентацію, зокрема укази та розпорядження Петра I про заборону експорту-імпорту деяких видів товарів з Європи та Росії з метою захисту інтересів російських промисловців і купців, гальмувався господарський розвиток українських земель. Через митну політику також защемлювались інтереси українських купців і товаровиробників, що негативно позначалось на зовнішньоторговельній діяльності Гетьманщини [2, с.54-55]. Мито на українсько-російському кордоні скасовано 1754 р. Разом з тим, наприкінці ХУІІІ – на початку ХІХ ст. Україна втягується у світовий продовольчий ринок через чорноморські порти, де особливе місце посідала хлібна торгівля [13].

Росія проводила активну зовнішню політику, дбаючи про посилення своїх позицій на міжнародних ринках, одночасно здійснюючи масштабні дослідження соціально-економічних ресурсів різних регіонів імперії. Саме цією метою керувалась Петербурзька академія наук, спорядивши у 1768 р. експедицію на схід і південь країни (Волгу, Кавказ і Україну) для обстеження природних ресурсів і визначення рівня розвитку продуктивних сил. Провести досліді доручили запрошеним з Берліна в Росію німецьким ученим Петру Симону Палласу та Йоганну Антону Гільденштедту. Гільденштедт першим обстежував Південну Україну і не лише її рослинний і тваринний світ, ґрунти, а й соціально-економічні відносини. Повернувшись у Петербург, він зробив доповідь в Академії наук (26 грудня 1776 р.), в якій схарактеризував природні ресурси південного регіону, через кілька років виступив з доповіддю про значення чорноморської торгівлі у зовнішньоекономічних зв'язках, у т.ч. з Німеччиною [14, с.224,231 – 232].

Справу дослідження Південної України продовжував В.Ф. Зуєв спочатку в експедиції Палласа, а в 1781 р. самостійно з групою студентів, вирушивши з Петербурга до нещодавно заснованого Херсона (через Москву, Калугу, Тулу, Орел, Курськ, Харків, Кременчук і далі – степом). Він занотовував усі подробиці й після завершення подорожі опублікував «Путешественные записки» і того ж 1787 р. був обраний академіком. Через два роки його твір у перекладі видано в Німеччині [14, с.238]. Як зазначає В.Зуєв, перше малоросійське село, куди вони в'їхали з російського, було Чермошне у 9 верстах від кордонів Курського намісництва. Автор описує базарний день 22 серпня: «Улицы были уставлены привезенными на телегах съестными припасами, овощами и крымской солью; у домов и по лавочкам находились бочонки и большие сулеи с горелкою и медом; все походило так сказать на ярмарку, но ярмарошного ничего не было: одно вино и соль покупают тут на наличныя деньги, прочее все на промен, даже и с переводом; так

например: торгуєт хто горшок; цена ему известна, сколь бы он велик ни был, чтоб купить, надобно его насыпать дважды рожью, с оным пойдет он покупать молока; молошник нальет его однажды, горшок возьмет себе, а молоко тому, кто покупает; с сим пойдет он за рыбою, за фруктами, или что угодно, променивает на то, прибавляет, если что дороже, из носимого за собою запасу сколько договорится и добравшись до того, что ему нужно, возвращается домой. Таким образом съезжающиеся на сей торг купцы товаров везут воза два или более, а домой возвращаются, если только все продаст, с десятью рублями медных денег за пазухою будто с ассигнацією» [15, с.184-185]. «Впрочем народ как наречием, так и поступками от русских совсем отменен», – відзначив В. Зуєв [15, с.285]. Вивчаючи Слобожанщину, він багато уваги надавав соціально– економічній галузі, зокрема торгівлі. У його записках знаходимо коротке історичне повідомлення про Харків. В. Зуєв припускає, що сто років тому заснований хутір «Харьков» (Харьков, як прийнято в українців скорочувати імена, отже від Харитона, що був першим поселенцем (пасічник), пішло скорочене (Харько) – хутір Харьков [15, с.187]. (П. Лященко заснування українськими переселенцями Харкова як першого поселення міського типу датує 1654-1655 рр.) [8, с.545]. Господарське освоєння незаселеного степу («Дикого поля») почалося у першій половині ХУІІ ст. За сприяння Московського уряду створювалися слободи, черкасам (українцям) надавалися пільги для отримання землі, дозволялось вільне користування рибними угіддями, свобода винокуріння, право вільної торгівлі, що в сукупності зумовило назву цієї території «Слобожанщина». До середини ХУІІІ ст. вона втратила статус воєнізованої околиці, поповнюючись новими переселенцями, у т. ч. з Росії, Сербії тощо. Основною галуззю народного господарства було землеробство, розвивалось винокуріння, смолокуріння, продукція яких збувалась не лише в межах імперії, а й за кордоном. На ярмарках у Харкові, що відбувались чотири рази на рік від одного до трьох тижнів, торгували медом, спиртом, воском, тваринами, вовною, шкірою, килимами [15, с.190].

Місцеві жителі не їздять торгувати, ярмаркують вдома. На Харківські та Сумські ярмарки, що відбуваються 2-4 рази на рік з різною тривалістю, приїздять купці з Росії, Польщі, Німеччини, Молдавії та Греції. Вони торгують англійськими сукнами, шльонськими парчами, оксамитками, плісами та іншими тканинами, галантерейними виробами, посудом тощо. Чорноморську рибу завозять греки, волохи, кримські татари через Херсон, Кінбурн, Станіслав, Таганрог та фортецю Св.Димитрія; коней – з Дону. Купецтво Харківського намісництва

небагаточисельне, тому що купці одночасно і садівники, і пахарі, і пасічники і обивателі, що несуть службу. Тобто купецтво не виділилось у стан [15, с.197]. Загалом до початку ХУІІІ ст. в Росії першим купцем був цар (приміром, у 1714 р. в число «заповідних», тобто торгівля якими була прерогативою казни, входили юхта, дьоготь, сало, пенька, конопляне масло, ревінь, ікра, льняне насіння, поташ та ін.). У 1731 р. приватним особам, які продавали ревінь, загрожувало покарання аж до смертної кари. І лише пізніше казенними товарами залишались поташ і смольчуга. Катерина ІІ дозволила вільно продавати всередині країни і за кордон поташ, ревінь [10, с.231].

Подорожуючи Україною, В. Зуєв описував міста і містечка, вказуючи кількість населення, характер занять, торгівлю. У ХУІІІ ст., зазначав він, відбувалась господарська колонізація Лівобережної України (офіційно називалась Малоросією, пізніше – Чернігівська і Полтавська губернії; Полтава заселялась раніше Харкова козаками, які вийшли з польської території, тобто Правобережжя). Крім зазначених губернських центрів, швидко зростають нові: Батурин, Глухів, Конотоп, Кролевець, Ніжин, Черкаси, які перетворюються на місцеві торговельні та ярмаркові пункти.

У Полтаві він відзначив гостинний двір, що складався з багатьох дерев'яних лавок. Торгували товаром, привезеним з Москви, Криму, Царгорода [15, с.205]. Головним промислом мешканців Кременчука (заснований також вихідцями з польських територій, тобто Правобережжя; назва польською «кремешок» – камінець), серед яких українці, жиди, татари, греки, грузини, були торги, підряд (перевезення товарів волами). На ярмарках, що відбуваються тричі на рік, скуповують у малоросіян горілку та інші товари й везуть далі. У місті Крюкові В.Зуєва зачарував сад, де вирощувались дивовижні рослини, дині, кавуни, які надсилались до царського двору [15, с.215, 219, 221].

Характер внутрішньої і зовнішньої торгівлі відбивав стан соціально-економічного розвитку певної території. На Слобожанщині та Лівобережній Україні у ХУІІІ ст. тривала еволюція земельних відносин. Поступово скасовувались пільги на деякі види господарської діяльності, українська козацька старшина і великоруське дворянство захоплювали або скуповували козацькі й селянські землі. Відбувалось поступове закріпачення шляхом обмеження вільного переходу селян від одного пана до іншого, тобто прикріплення до землі (військова канцелярія зробила це у 1739 р., 1742 р. воно скасовано імператрицею Єлизаветою). Політику закріпачення продовжував гетьман К. Розумовський, передавши масу селян у «вічне потомственне володіння» козацькій

старшині та поміщикам. Завершила процес закріпачення селян Лівобережної України Катерина II у 1783 р., у 1785 р. українську старшину зрівняла у правах з російським дворянством [8, с.546].

Дещо інакше відбувався розвиток Правобережжя і Степової України. Руїна (друга половина ХУІІ ст.) на Правобережжі поступово долалась у наступному столітті, коли почалася великоземельна польська колонізація. Велика і дрібна шляхта з метою освоєння спустошених земель надавала селянам деякі особисті й економічні свободи на договірних засадах. По закінченні терміну їх дії селян закріпачували на підставі діючих польських кріпосних відносин. Після приєднання Правобережжя до Росії (1793, 1795 рр.) та утворення Київської, Волинської і Подільської губерній поміщицькі й селянські господарства втягуються у загальноросійський ринок, спеціалізуючись в основному на виробництві цукру.

Систематична колонізація степової зони Причорномор'я і Приазов'я розпочалася після підписання Кючук – Кайнарджийського миру (1774 р.) та приєднання Криму до Росії (1783 р.), що дало 8 чорноморських портів. Імператриця Катерина II маніфестом 1784 р. сповістила про відкриття для іноземців Херсона, Севастополя, Феодосії; пізніше Росія здобула Очаків і зручну для суден бухту в Одесі. Але спочатку великих зрушень у здійсненні торгівельних операцій через ці порти не відбулось, оскільки Порта забороняла проходження суден через Дарданелли. Набуті території заселялися українцями, росіянами, білорусами, сербами, болгарами, німцями. Швидко розвивалось вівчарство, хліборобство, продукція яких експортувалась через чорноморські порти. Зокрема, вивіз товарного зерна за кордон з Правобережної і Південної України у 1812-1859 рр. складав 41% експорту з Європейської Росії через азово-чорноморські порти [13, с.489]. В цей період зовнішньоторгівельна діяльність усе більше набирала ознак капіталістичного підприємництва.

Огляд зовнішньоторгівельних зв'язків українських земель докапіталістичної доби засвідчує особливості міжнародного розподілу праці часів існування Київської Русі, розкриває механізми налагодження торговельних контактів, серед яких військовий тиск і династичні шлюби вважалися чи не найзручнішими. У подальшому підтримання зовнішньоторгівельних зв'язків перемінної інтенсивності сприяло економічному розвитку як українських земель, так і її партнерів. Перебування української території у складі сусідніх держав після роздроблення Київської Русі, відсутність власної державності, крім Запорозької Січі й Гетьманщини, які відносно вільно торгували, не

дозволяли українцям бути самостійними гравцями на міжнародних ринках. Втім питома вага сільськогосподарської продукції з України у загальноросійському експорті була досить високою.

Література

1. Койчуев Т. Глобализация– противоречивая черта современного мирового развития// Общество и экономика. – 2000.-№3-4.
2. Філіпенко А.С. Міжнародні торговельні зв'язки України: генезис і структура: Навч. посіб.– К.: Знання України, 2008.– 223с.
3. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник.– КНЕУ, 2003.– 695 с.
4. Торгівля на Україні ХІУ–середина ХУІІ століття. Волинь і Наддніпрянина. Актові джерела. – К.: Наукова думка, 1990.-404 с.
5. Економічна історія України: у 2т.– Т.І.– К., 2011.– 695 с.
6. Подалаяк Н. Могутня Ганза. Комерційний простір, міське життя і дипломатія ХІІ – ХУІІ століть.– К.: Темпора, 2009.-359с.
7. Шип Н.А. Україна-Русь у міжнародній торгівлі (ІХ – ХІІІ століття). – К.: УАЗТ, 2007.– 26 с.
8. Лященко П.И. История народного хозяйства СССР. Т.І. Докапиталистические формации.– М.: Гос. изд. полит. лит-ры, 1947.– 663 с.
9. Шип Н.А. Етимология і семантика терміна «Русь».– К.: УАЗТ, 2002.– 32 с.
10. Кулишер И.М. История русской торговли до девятнадцатого века включительно. – Пг.: Атеней, 1923.– 112 с.
11. Іванцов І.О. Стародавній Київ.– К.: Фенікс, 2003.– 368 с.
12. Кривонос В.П. Транспортировка товаров в торговле Львова// Торговля и мореплавание в бассейне Черного моря в древности и средние века: Межвузовский сб. науч. трудов.– Ростов н/Д: Ростовский – на – Дону гос. пед ин-т, 1988.– 144 с.
13. Шип Н.А. Інтеграція Правобережжя і Півдня України у європейський продовольчий ринок (перша половина ХІХ ст.)//Інтеграційні процеси та пріоритетні орієнтири розвитку економіки України: економіка, фінанси, право. Зб. матеріалів ХУ Міжнародної науково-практичної конференції 27 квітня 2012 року.– К.: УДУФМТ, 2012.– 488-492 с.
14. Дружинина Е.И. Значение русско-немецких научных связей // Международные связи России в ХУІІ – ХУІІІ вв. (Экономика, политика и культура). Сб. ст. – М.: Наука, 1966. – 506 с.
15. Путешественные записки Василия Зуева от С.-Петербурга до Херсона в 1781 и 1782 году. – Спб., 1787.– 273 с.

Яцишина К.В.,
старший викладач кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного університету

ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТОРГІВЛІ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

За будь-яких ринкових умов, як свідчить міжнародний практичний досвід, розвиток сучасного підприємства неможливий без досконало розробленої програми або стратегії розвитку. При цьому у межах розробки такої програми або стратегії, на наш погляд, відповідно до стадій розвитку підприємства мають визначатися настанови, що фіксують особливості управлінських задач (завдань) розвитку.

У цілому, якщо розглядати еволюцію наукових підходів до управління розвитком соціально-економічних систем (у т.ч і підприємств), що, зокрема, частково висвітлювались у ряді праць [1; 3; 16; 18 та ін.], то її умовно, починаючи з 90-х років ХХ ст. можна поділити на 7-м етапів (табл. 1). Причому сьомий етап – програмно-цільове управління на засадах проектного менеджменту є тим підходом до управління розвитком сучасних підприємств торгівлі, що має увібрати в себе основні здобутки попередніх етапів, акцентуючи при цьому увагу, передусім, не на стратегічних перспективах розвитку, а на середньострокових цілях розвитку підприємств.

Таблиця 1

Еволюція наукових підходів до управління розвитком підприємства *

Базова основа підходу	Часові періоди широкого вжитку на практиці	Сутність підходу
Фінансовий контроль	1900-1950	Складання щорічного фінансового кошторису і бюджетів за статтями витрат на різні цілі розвитку
Програмне-цільове планування (базовий підхід програмно-цільового управління)	1930-1980	Визначення конкретних цілей і задач та надання своєчасної інформації про досягнуті результати

Закінчення табл. 1

Базова основа підходу	Часові періоди широкого вжитку на практиці	Сутність підходу
Довгострокове планування	1950-1990	Планування розвитку підприємства на основі екстраполяції минулих тенденцій
Стратегічне планування	1960-1990	Прогнозування майбутньої ринкової ситуації, що допомагало підприємству адекватно реагувати на її зміни і планувати майбутній розвиток
Стратегічний менеджмент (або управління)	1973-2000	Перехід до проактивної форми управління (управління на основі стратегічного аналізу, позиціонування, прогнозів), прискорення швидкості реагування на зміни зовнішнього середовища
Сучасний стратегічний менеджмент	1998-до цього часу	Побудова стратегії розвитку на основі збалансованої системи показників, розробки моделі / плану розвитку підприємства від майбутнього до теперішнього, прийняття та реалізації гнучких екстрених рішень за умови виникнення кризових ситуацій
Програмно-цільове управління на засадах проектного менеджменту (проектно-орієнтований підхід програмно-цільового управління)	Очікується починаючи з 2016-2020 рр.	Розробка та узгодження проектів розвитку на різних рівнях управління підприємством (тобто формування портфелю проектів) у межах реалізації загальної програми розвитку з визначеними цільовими орієнтирами та ресурсними обмеженнями щодо їх досягнення.

Примітка. Розроблено автором.

З метою більш чіткого визначення, що саме являє собою програмно-цільове управління розвитком на засадах проектного менеджменту, спочатку розглянемо історію та зупинимось на визначенні сутності програми та програмно-цільового підходу, що широко застосовували ще у ХХ ст.

Прийнято вважати, що слово «програма» походить від грецького слова «programma», яке буквально означає «розпорядження, оголошення». В українській мові термін «програма» має декілька значень. Так, відповідно до великого тлумачного словника сучасної української мови, це наперед продуманий план якої-небудь діяльності, роботи і т. ін.; документ, в якому викладені основні положення діяльності; ідейний напрямок; план роботи підприємства на якийсь строк, що передбачає

обов'язковість випуску певної кількості продукції; план наміченої діяльності та її окремих видів [7, с. 101].

На основі епістеміологічного і лексичного аналізу слова «програма» можна стверджувати, що в загальному сенсі під цим терміном доцільно розуміти «певний порядок, план, завдання». Водночас зауважимо, що в економіці термін «програма» використовується як в значенні «план, завдання» (наприклад, лінійне програмування), так і в значенні «порядок дій» (наприклад, програма виходу з кризи). При цьому значення програми не завжди трактується однозначно (табл. 2).

Таблиця 2

Різновиди визначень поняття «програма»

№ з/п	Автор визначення	Визначення
1.	Ю. Іванілов, Н. Моїсєєв, А. Петров [9]	Програма – засіб адаптації економічної системи до умов, що змінюються. Програма є засобом (управління), за допомогою якого економічна система змінює внутрішній стан, реагуючи на вплив середовища, щоб підтримати гомеостаз
2.	Е. Єршов [11]	Під програмою розуміється послідовність дій, пов'язана єдиним задумом і ціллю, що припускає оцінку доцільності її виконання, вимагає узгодження з іншими програмами та процесами, допускає варіанти в своєму здійсненні, визначає завдання та напрямки науково-дослідних та проектних робіт на наступних за попередньою стадією етапах
3.	Р. Ейрес [8]	Програма – перелік ідей, планів, проектів, розроблених для досягнення цілі
4.	М. Лемешев, А. Панченко [11]	Програма економічного розвитку – планований комплекс економічних, соціальних, виробничо-технічних та науково-дослідних заходів, спрямованих на досягнення однієї чітко окресленої цілі суспільного розвитку
5.	Н. Амосов, А. Касаткін, Л. Касаткіна, С. Талаєв [2]	Під програмою слід розуміти певну послідовність змін системи (або її підсистем), яка закладена в її структурі і реалізується при певному входному впливі. Сукупність програм системи характеризує, таким чином, сукупність її можливих змін у часі, притаманних системі, які потенційно визначають її структуру і реалізуються при вступі на її вхід тих чи інших впливів
6.	Г. Поспелов, В. Іріков [17]	Програма – планований комплекс економічних, проектних, соціальних, технічних, виробничих і науково-дослідних заходів, спрямованих на досягнення однієї генеральної цілі або одного генерального напрямку розвитку

№ з/п	Автор визначення	Визначення
7.	В. Архангельський [5]	Комплексна програма – це узгоджена за часом і коштами сукупність економічних, соціальних, наукових, технічних, виробничих та організаційних заходів, спрямованих на досягнення чітко сформульованої цілі економічного та суспільного розвитку, яка здійснюється під єдиним організаційно-економічним керівництвом
8.	Н. Бичек, М. Чистяков [2]	Комплексна програма являє собою систему соціальних, економічних, виробничих, науково-дослідних і організаційно-господарських заходів та термінів вирішення народногосподарських проблем

Наведені вище дефініції дають в цілому подібний опис сутності програми як такої. Однак, і серед них можна знайти відмінності. Тому пропонуємо узагальнити представлені у табл. 1.3 визначення і формалізувати зміст програми (Pr):

$$Pr = f(C_{Quan}, C_{Time}, C_{Con}, C_{Scien}, C_{Eff}, C_{MarInt}), \quad (1)$$

де C_{Quan} – кількісний критерій: ознака, яка передбачає наявність вимірних параметрів об'єкта дослідження; C_{Time} – критерій часу: ознака, яка передбачає наявність хронологічних рамок і ретроспективних характеристик об'єкта дослідження; C_{Con} – критерій відповідності: ознака, яка визначає збіг стану об'єкта дослідження з заданими параметрами; C_{Scien} – критерій науковості: ознака, яка передбачає використання науково обґрунтованих методів опису об'єкта дослідження; C_{Eff} – критерій ефективності: ознака, яка відображає наявність параметрів, відповідно до яких оцінюється продуктивність і результативність формування об'єкта дослідження; C_{MarInt} – критерій ринкової взаємодії: ознака, яка передбачає відображення діяльності об'єкта дослідження крізь призму ринкових відносин і конкурентоспроможність товарів, послуг. При зіставленні названих критеріїв з вищевказаними визначеннями на предмет їх повної/неповної відповідності встановлено, що жодна з проаналізованих дефініцій не охоплює досліджуване вище з усіх об'єктивно існуючих сторін.

В той же час, не дивлячись на значну кількість методик і способів, лише декілька авторів вкладають у визначення сутності процесу формування програми наукову складову. А це, на наш погляд, є непрямым свідченням відсутності належної уваги до методів наукового управління у ході розробки та реалізації програм (у т.ч. програм розвитку підприємств).

Також необхідно відмітити той факт, що далеко не всі науковці враховують вплив на програму факторів зовнішнього середовища, конкурентних викликів і т.п., так само як і не розглядають ефективність її реалізації. Хоча сьогодні і науковці, і практики чітко усвідомлюють, що будь-яка програма розвитку має приносити певний певний ефект, а інакше її реалізація немає сенсу.

З'ясувавши, що являє собою програма і які недоліки є у сучасних підходах до її формування, зупинимося більш детально на програмно-цільовому підході в цілому.

В Україні застосування програмно-цільового підходу набуло розповсюдження у загальнодержавному і територіальному управлінні з 60-х років ХХ ст. У переважній більшості досліджень [11; 14; 15; 17 та ін.], в яких розглядається програмно-цільовий підхід, він відображається як послідовний (за різноманітністю рівнів значущості, деталізації комплексів і об'єктів, які включені до програми) відбір цілей, підцілей і завдань соціально-економічного, інформаційно-технологічного та інших напрямків розвитку; визначення способів і планів досягнення; збалансованого розподілу необхідних для цього ресурсів; організації ефективних взаємодій учасників; всеохоплюючого контролю за реалізацією. До цього часу вважається, що найбільшою мірою переваги програмно-цільового управління проявляються при вирішенні великомасштабних проблем глобального рівня, коли необхідне комплексне узгодження і цілеспрямоване залучення великої кількості виконавців різних галузей і регіонів, значних обсягів капіталовкладень, трудових, майнових та інших видів ресурсів тощо.

Вважаємо очевидним, що чітке формулювання мети, концентрація ресурсів, розробка чіткої послідовності етапів, забезпечення контролю результатів – необхідні умови будь-якого управління. В той же час, на наш погляд, до основних принципів, що відображають своєрідність програмно-цільового управління, доцільно віднести такі, що забезпечують організацію системи програмно-цільового управління, а також організацію її окремих елементів (рис. 1).

У нинішніх умовах підвищення інтенсивності конкуренції на ринку, посилення впливу невизначеності і тиску негативних факторів близького і далекого оточення, характерних для сучасної вітчизняної економіки, ускладнюється доступ до матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, а також зовнішніх резервів підвищення ефективності діяльності підприємства. Це обумовлює необхідність вивільнення внутрішнього потенціалу, пошуку підприємствами у процесі свого розвитку шляхів для забезпечення раціонального використання ресурсів тощо.



Рис. 1. Узагальнення принципів програмно-цільового управління
Джерело: складено автором на основі [6, с. 105-106; 10, с. 7-10; 12, с. 144-146; 19]

Умови залучення і використання ресурсів в діяльності підприємства на засадах принципу раціональності цілком можуть бути забезпечені, як свідчить практичний досвід, шляхом розробки та впровадження відповідної програми. Така програма, на наш погляд, повинна відображати не лише баланс можливостей підприємства і запитів ринку, але і сприяти максимізації ефекту від ведення бізнесу та його розвитку.

Відповідно до представлених вище даних дослідження констатуємо, що на сучасному етапі управління розвитком підприємств виникла необхідність у трансформації або удосконаленні наявних нині підходів до цього управління. У зв'язку з цим висуваємо гіпотезу, що для забезпечення ефективного управління розвитком підприємства торгівлі (передусім, у середньостроковій перспективі) доцільно застосувати програмно-цільовий підхід на засадах проектного менеджменту.

Наша пропозиція щодо застосування саме програмно-цільового підходу, а не проектного менеджменту обумовлена тим, що перехід від стратегії до конкретних тактик і дій виконавців в проектах може «пробуксовувати» через відсутність регулярного механізму, який би встановлював потрібні пріоритети [13, с. 56], визначав чіткі цілі та необхідні ресурси для їх досягнення. Оскільки успішне виконання одиничних проектів не гарантує підприємству досягнення його цілей, тому підприємства в своїй діяльності все частіше використовують програми як засоби для групування проектів, які дозволяють управляти ними в одному стилі, що допомагає оптимізувати розподіл ресурсів. Водно час, як слушно зазначають деякі науковці [4, с. 107-108], програми і проекти, спрямовані на досягнення різних цілей розвитку підприємства, можуть бути об'єднані в портфель.

Вважаємо, що наявні нині на досліджених нами підприємствах торгівлі підходи до застосування програмно-цільового управління розвитком мають бути оцінені не тільки з позицій їх змістового наповнення та керівників і виконавців, що долучаються до розробки та впровадження програм розвитку, але і з позицій того, наскільки результативно під час програмно-цільового управління розвитком підприємства торгівлі відбувається процес постановки цілей та їх досягнення, а також реалізація окремих проектів у межах загальної програми розвитку.

Для аналізу результатів досягнення цілей розвитку на досліджених нами підприємствах торгівлі нами спочатку були визначені показники результативності / ефективності діяльності, що доцільно використовувати як контрольні показники досягнення цілей розвитку різними підрозділами у процесі програмно-цільового управління

(табл. 3). І у результаті збору інформації по даним показникам за структурними підрозділами досліджених підприємств торгівлі були отримані дані щодо відхилення фактично отриманого та запланованого результату по цьому показнику у процесі програмно-цільового управління розвитком підприємства.

Таблиця 3

Основні результати програмно-цільового управління по вибірці діючих в Україні підприємств торгівлі (за результатами дослідження у 2014 – 2015 рр.)

Найменування структурного підрозділу підприємства	Показники результативності / ефективності, що визначені у цільових установах розвитку	Кількість підприємств вибірки, де є підрозділ	Частка підприємств вибірки, де у результаті реалізації програми розвитку було зафіксовано, що відхилення між цільовим (запланованим) та фактичним (досягнутим) показником		
			Відсутня	Наявна	
				Перевищення цільового значення	Досягнутий результат менше цільового
Відділ матеріально-технічного забезпечення	Оперативність та своєчасність поставок	47	89,4	0	10,6
Торговельні відділи (або секції) *	Темп зростання продажів по кожному найменуванню товару у відділі (секції)	47	6,4	48,9	44,7
Відділ власного виробництва (за наявності власного цеху по виробництву кондитерських виробів і т.п.)	Обсяг випуску готової продукції	12	100	0	0
Планово-економічний відділ	Рентабельність	30	23,3	16,7	60
Відділ кадрів	Рівень плинності кадрів	27	11,1	37,0	51,9

* На великих за розміром підприємствах торгівлі дані були інтегровані по 4 випадково обраним торговельним відділам (секціям), на інших підприємствах – по 1-2.

Джерело: розраховано за результатами опитування керівників підрозділів

Як свідчать дані табл. 3, у ході реалізації проектів розвитку у межах програмно-цільового управління на підприємствах торгівлі України більшість їх структурних підрозділів мали певні відхилення від визначених за показниками цільових установок, що у випадках негативних відхилень призвело до низької результативності програмно-цільового управління. Наявність відхилень свідчить, з одного боку, про те, що на досліджених підприємствах можуть бути певні недоліки у процесі чіткого визначення цілей розвитку, а з іншого – про можливо недостатньо добре продумані та / або реалізовані управлінські заходи щодо їх досягнення (за умови, якщо на результат не вплинули якісь зовнішні непередбачувані чинники, якими, зокрема, можуть бути певні форс-мажорні обставини).

Встановлено, що одним з найбільш слабких місць у програмно-цільовому управлінні діяльністю більшості з дослідженої вибірки підприємств торгівлі є те, що на початку реалізації програми розвитку перед структурними підрозділами підприємств чітко не ставиться завдання саме за яким показником буде оцінюватися вклад їх підрозділу у реалізацію програми, а також якого саме (у кількісному вимірі) значення потрібно досягти. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне рекомендувати підприємствам торгівлі у процесі програмно-цільового управління їх розвитком розробляти систему показників з урахуванням специфіки роботи та розвитку всіх підрозділів підприємства та використовувати їх при визначенні цільових установок програми розвитку в цілому та її окремих проектів.

Література

1. Drucker P. The Practice of Management / P. Drucker. – New York, 1954.
2. Амосов Н.М., Касаткин А.М., Касаткина Л.М., Талаев С.А. Автоматы и разумное поведение / Н.М. Амосов, А.М. Касаткин, Л.М. Касаткина, С.А. Талаев. – К. : Наукова думка, 1973. – 374 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Прогресс, 2002. – 519 с.
4. Артемьев Д., Гергерт Д., Понамарева Т. Стратегическое управление проектами: цели, этапы, инструменты / Д. Артемьев, Д. Гергерт, Т. Понамарева // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 3. – С. 106-115.
5. Архангельский В.Н. Организационно-экономические проблемы управления научными исследованиями / В.Н. Архангельский. – М. : Наука, 1977. – 162 с.

6. Блинов А.О. Внедрение системы управления по целям в российских условиях / А.О. Блинов // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 1. – С. 104-107.
7. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. Т.2 : О-Я / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій ; за ред. С.В. Мочерного. – Л. : Світ, 2006. – 568 с.
8. Эйрес Р. Научно-техническое прогнозирование и долгосрочное планирование / Р. Эйрес. – М. : Мир, 1971. – 296 с.
9. Иванилов Ю.П., Моисеев Н.Н., Петров А.А. Исследование динамических моделей планирования развития производства / Ю.П. Иванилов, Н.Н. Моисеев, А.А. Петров. – М. : ВЦ АН СССР, 1969.
10. Кириченко В.Н. Методические вопросы применения программно-целевого подхода в народнохозяйственном планировании // Программно-целевое управление социалистическим производством. Вопросы теории и практики / В.Н. Ктриченко ; редкол. А.Г. Аганбегян, Б.З. Мильнер, Г.Х. Попов. – М. : Экономика, 1980. – С. 7-10.
11. Лемешев М.Я., Панченко А.И. Комплексные программы в планировании народного хозяйства / М.Я. Лемешев, А.И. Панченко. – М. : Экономика, 1973. – 167 с.
12. Митрофанова И.В. Стратегическое программирование развитием макрорегиона / И.В. Митрофанова. – Ростов н/Д : Изд-во ЮНЦ РАН, 2009. – 528 с.
13. Новиков Д.А. Управление проектами: организационные механизмы / Д.А. Новиков. – М. : ПМСОФТ, 2007. – 140 с.
14. Новиков Е.Д., Самохин Ю.М. Комплексные народнохозяйственные программы / Е.Д. Новиков, Ю.М. Самохин. – М. : Наука, 1976. – 164 с.
15. Попов Г.Х., Косов Н.С. Программно-целевой метод в планировании и управлении / Г.Х. Попов, Н.С. Косов. – М. : Экономика, 1980. – 40 с.
16. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – 3 изд. – М. : Альпина, 2007.
17. Поспелов Г.С., Ириков В.А. Программно-целевое планирование и управление / Г.С. Поспелов, В.А. Ириков. – М. : Совесткое радио, 1976. – 404 с.
18. П'ятницька Г.Т. Стратегічне управління : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Г.Т. П'ятницька, Л.В. Лукашова, Н.В. Ракша ; за ред. Г.Т. П'ятницької. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 408 с.
19. Рисин И.Е., Шахов О.Ф. Принципы организации программно-целевого управления развитием муниципальных образований / И.Е. Рисин, О.Ф. Шахов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lerc.ru/?part=bulletin&art=9&page=11>

ТУРИСТИЧНИЙ, ГОТЕЛЬНИЙ І РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: ТРАДИЦІЇ ТА МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Мазаракі А.А., доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України,
Завідна Л.Д., докторант кафедри готельно-ресторанного бізнесу, к. с-г. наук, доцент
Київського національного торговельно-економічного університету

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У СВІТЛІ ПРОБЛЕМ СЬОГОДЕННЯ

Глобальні зміни, що відбуваються в світовій економіці, обумовлюють нову роль готельного бізнесу, яка полягає у впливі, як на економічні, так і на соціальні процеси в суспільстві. На частку готельної галузі в світі припадає не менше 6% сукупного валового національного продукту. На європейські країни від готельного бізнесу приходиться до 43% доходу. Це положення забезпечує бізнесу потенціал для стійкого розвитку [1].

За даними Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО), у світі зареєстровано 307 683 комфортабельних готелів, з номерним фондом близько 11 335 000 одиниць (табл. 1). По концентрації підприємств готельного бізнесу лідирують Європа – 171 тис. готелів та Сполучені Штати Америки – 88 тис. на 1 січня 2013 року. Приріст номерного фонду готелів за рік становить в межах 10-15% [2].

Розрахунок кількості персоналу, оптимально забезпечуючи якісні послуги, привів до встановлення середнього співвідношення - один службовець на номер, що вказує на загальну чисельність персоналу готельних підприємств в світі в межах 11,2 мільйонів чоловік. На частку США припадає близько 4 мільйонів зайнятих в готельній сфері. Визначення прибутковості готельного бізнесу традиційно відбувається за схемою оцінки завантаженості номерного фонду та тарифної вартості

дня проживання. Ці показники в світовому масштабі становлять відповідно 67% і 84 долари США. [3].

Таблиця 1

Світові показники розвитку готельного господарства у 2012 році

№ п/п	Показник	Показники розвитку
1.	Кількість готелів, тис. од.	307,7
2.	Кількість номерів в готелях, млн. од.	11,3
3.	Темпи приросту номерного фонду готелів, %	10-15
4.	Кількість працівників готельного господарства, млн. осіб	11,2
5.	Середнє завантаження готелю, %	67,7
6.	Середній дохід за номер, дол. США	84,4

Джерело: складено автором за даними [2, 3].

Аналізуючи тенденцію розвитку готельного господарства України, можна відзначити, що конкурентоздатність вітчизняних підприємств готельного господарства з року в рік знижується порівняно з європейськими та азіатськими підприємствами туристичних та рекреаційних зон. Це спричинено рядом факторів, зокрема політичного і економічного характеру та вимагає адаптації існуючих управлінських механізмів діяльності таких підприємств, з одного боку, до потреб ринку послуг з тимчасового розміщування і харчування серед населення України та зарубіжних туристів, з іншого, підвищення ефективності господарської діяльності самих підприємств як самостійних господарських одиниць [6].

За даними Державної служби статистики, сьогодні в Україні надають свої послуги 2478 підприємств готельного господарства, із загальною кількістю номерів – 68241 од. Найбільше підприємств готельного господарства знаходиться у Львівській (10,33%), Одеській (8,89%), Закарпатській (8,86%), Івано-Франківській (8,08%) областях та м. Київ (5,94%). Найменше готельних підприємств розташовано в Луганській області: 0,49% від загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення [4, 5].

Динаміка розвитку готельного господарства України за 2011-2015 роки відображена в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка розвитку готельного господарства України за 2011-2015 рр.

Рік	Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення, од.		Кількість номерів, од.		Кількість розміщених осіб		Середня завантаженість готелю, %
	Абсолютне значення показника, од	Темп зростання, %	Абсолютне значення показника, од	Темп зростання, %	Абсолютне значення показника, тис. осіб	Темп зростання, %	
2011	3162	182,7	76986	96,4	4656,8	115,0	20
2012	3144	99,4	81441	105,8	4983,9	107,0	26
2013	3582	113,9	89685	110,1	5467,8	109,7	25
2014	2644	73,8	69237	77,2	3814,2	69,8	22
2015	2478	93,7	68241	98,6	4297,2	112,7	23

Джерело: Розраховано автором за даними [4, 5]

Виходячи з даних, наведених у таблиці 2, можна стверджувати, що протягом останніх років відбувається укрупнення готелів та аналогічних засобів розміщення, а зменшення показників у 2014 р. пов'язано з політичною та фінансовою нестабільністю країни [6].

Турбулентність економічних процесів, що виникають у внутрішньому і зовнішньому середовищі України, ускладнюють діяльність підприємств готельного бізнесу і знижують її результативність. І хоча в 2015 році намітилося поступове повернення ділової активності готельного ринку країни, середній показник заповнюваності готелів є досить низький – 23%, а інвестиційна привабливість сегмента і зовсім близька до нуля [9]. Межею виживання готелю вважається 40% його завантаженості [7, с. 122].

Компанії, які звикли користуватися п'ятизірковими готелями, зараз економлять і відправляють своїх співробітників в готелі рівнем нижче. Також знизилася кількість відряджень по Україні, заходів та конференцій, які проводяться на її території.

Негативний вплив на готельний бізнес надає і той факт, що в глобальних системах бронювання Україна відзначена як країна, в'їзд в яку не рекомендується з точки зору безпеки. Аналогічна інформація міститься і на сайтах посольств деяких країн, пише «ТОП-100. 500 найбільших компаній ринку послуг України» [8].

Якщо ж розглядати київський ринок з урахуванням потенціалу його повернення до докризових показників, нам не вистачає готелів міжнародного рівня, а також якісної сучасної пропозиції в сегментах нижче середнього. Зростанню попиту в цьому сегменті повинна сприяти тенденція збільшення внутрішнього туризму, яка може досягатися за рахунок слабкості національної валюти, що перешкоджає виїзду багатьох мандрівників за кордон [9].

Основна частка попиту на готельні послуги в Києві до 2014 року традиційно формувалася за рахунок представників бізнес-сегменту (близько 65-80%), велика частина яких приїжджали з-за кордону, а близько 20% - з регіонів України. Частина, що залишилася формувалася за рахунок представників групового та індивідуального туризму.

За словами Олександра Носаченко, керуючого директора Colliers International (Україна), «заповнюваність якісних готелів середнього цінового сегмента, розташованих в центральній частині міста, в 2012-2013 роках становила 55-60%. Для готелів верхнього цінового сегмента цифра була лише трохи нижче - 50-55%. У 2014 році зі значним відтоком туристів заповнюваність готелів в кращих готелях впала з 55% до 30% на кінець року, і ситуацію можна було вважати катастрофічною» [10].

Із зниженням напруженості на південному сході України і разом з умовною стабілізацією національної валюти на ринку готельної нерухомості заповнюваність готелів верхнього цінового сегмента поступово зростає і за підсумками 2015-го склала 37%. Якісні готелі середнього цінового сегмента відпрацювали рік з показником заповнюваності на рівні 40-50%. При цьому відзначається зростання кількості українців серед клієнтів готелів в порівнянні з іноземцями. У деяких готелях відсоток гостей-українців вже досягає 50% від загального числа. Так, тільки столиця розраховує прийняти у 2016 році 1,2-1,3 млн. мандрівників, що на 25% більше в порівнянні з минулим роком. Але це більше є результатом зниження попиту на готелі у іноземних громадян, ніж зростання попиту співвітчизників [11].

Середня вартість проданого номера в день (ADR) для готелів категорії 5* склала € 155 - € 160 (рис. 1).

Найбільш затребувані на ринку готелі категорії три і чотири зірки. Серед іноземців традиційно затребувані готелі вищого цінового сегмента, яких на поточний момент в Києві досить багато. Що стосується внутрішнього туриста, то в першу чергу він орієнтується на невисоку ціну, зручне місце розташування і якісний сервіс. Незважаючи на те що якісних бюджетних готелів на поточний момент мало, активного розвитку сегмента бюджетних готелів в 2016 році не очікується.



Рис. 1. Середній рівень заповнюваності та вартості номера, 2009-2015 рр.
Джерело: Побудовано за даними [10]

За даними Міжнародної компанії Colliers International, встановлено, що на кінець 2015 року загальний номерний фонд готелів м. Києва склав 10 000 номерів: 27 готелів категорії 4-5 зірок, 48 готелів категорії 2-3 зірки і близько 30 готелів категорії 1 зірка і без зірковості.

За даними компанії ArtBuild Hotel Group (ABHG), столичний сектор гостинності все ще відстає за кількісними і якісними характеристиками від ринків Європи, Азії та Північної Америки. Наприклад, в Києві на 1000 приїжджих, доводиться 0,54 номера в готелях міста. Даний показник не тільки в рази поступається таким містам, як Варшава, Будапешт, Прага, Берлін, Відень, але і не перевищує аналогічні показники у Львові та Одесі.

Найбільша частка загального номерного фонду м. Києва (близько 46%) припадає на готелі категорії 3 зірки. Під управлінням міжнародних мережевих операторів знаходяться 9 готелів в сегменті верхнього і середнього цінних діапазонів (рис. 2) [9].

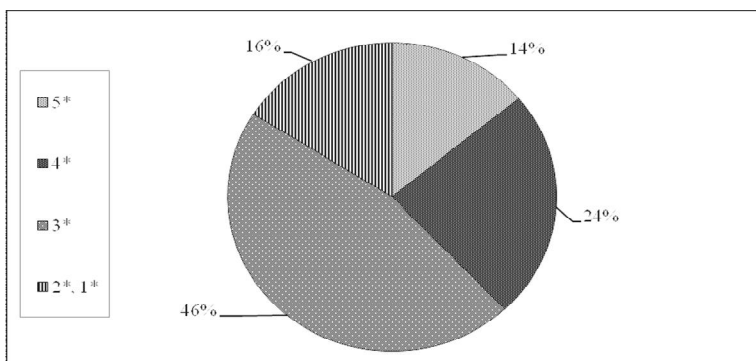


Рис. 2. Пропозиція номерного фонду в готелях за категоріями, %
Джерело: Colliers International [9]

Як зазначено керівником департаменту готельного бізнесу компанії JLL, Тетяною Веллер, в 2015 році в столиці не було відкрито жодного готелю під управлінням міжнародних операторів, і це перший рік за останні п'ять років, коли на ринок ніхто не зайшов. Навіть у 2014 році на ринок вийшов готель Hilton на 262 номери. При цьому готельєри масово переносять терміни відкриття цілого ряду об'єктів на більш пізні дати, часом і зовсім позначені як «до поліпшення макроекономічної ситуації в країні» [10].

За словами Костянтина Олійника, старшого аналітика департаменту стратегічного консалтингу компанії UTG, «на різних стадіях готовності в Києві перебувають понад 15 готельних проєктів, серед яких один п'ятизірковий готель Sofitel на 285 номерів (заявлено відкриття в 2017 році), шість чотиризіркових готелів - Sheraton Kiev Olympiysky на 190 номерів (2016 рік), Renaissance Kyiv на 173 номери (2017 рік), Aloft на 320 номерів (2016 рік), Azimuth Hotel на 235 номерів (2017 рік), Indigo на 240 номерів (2017 рік) і «Санкт-Петербург» на 50 номерів (2016 рік), а також три тризіркових готелів: Park Inn by Radisson на 196 номерів (2017 рік), Best Western Plus на 120 номерів (2017 рік) і Ibis на 350 номерів (2016 рік)» [9, 10].

Пропозиція номерного фонду в готелях за категоріями у м. Київ представлено на рисунку 3.

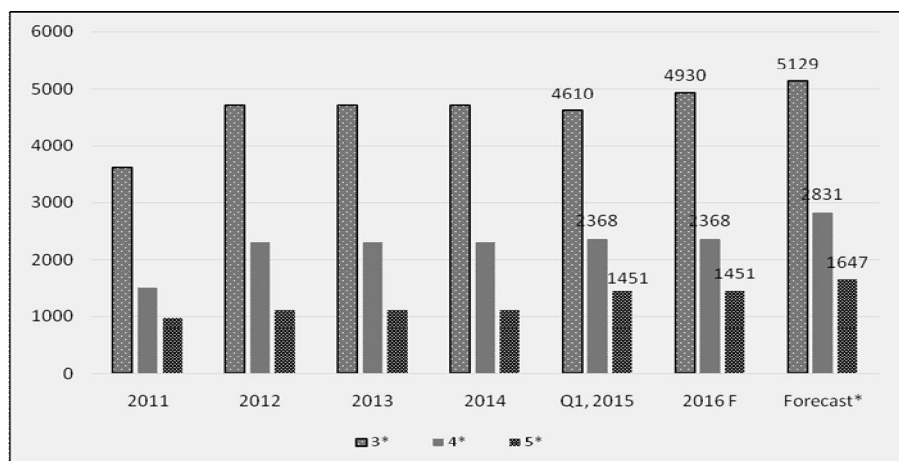


Рис. 3. Пропозиція номерного фонду в готелях за категоріями

*в прогноз включені готелі, вихід на ринок яких відкладено на невизначений термін

Джерело: Colliers International [9, 10]

Отже, за висновками 2015 року, на ринку готельних послуг істотних змін не відбулося, і в цілому ситуація залишається досить важкою.

За оцінками Colliers International, на кінець 1-го півріччя 2016 року київський готельний ринок поступово відновлюється і починає нарощувати як заповнюваність, так і тарифи в гривнях.

Заповнюваність київських готелів в першому півріччі 2016 року становила на рівні близько 40%. При цьому, пропозиція якісних бюджетних готелів, як і раніше, залишається обмеженим [12].

Середнє ринкове завантаження якісних готелів Києва у 1-му півріччі 2016 року виросло на 16% (5,3 п.п.) в порівнянні з аналогічним періодом 2015 року - до 37%.

Операційні показники ринку якісних готелів Києва в 1-му півріччі в доларах США відображені на рисунку 4.

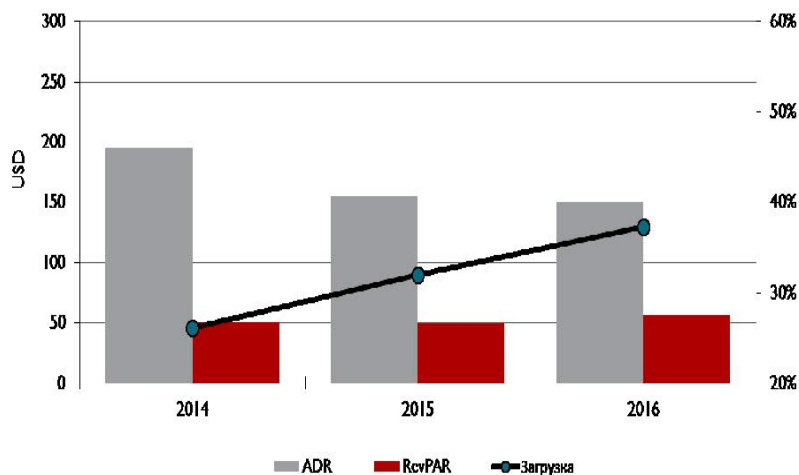


Рис. 4. Операційні показники ринку якісних готелів Києва в 1-му півріччі в доларах США

Джерело: STR Global, JLL [13]

Отже, є всі підстави вважати, що при продовженні даної динаміки протягом двох-трьох років київський ринок відновить звичні рівні завантаження повністю. Основними драйверами будуть служити повернення в регіон ділової активності та відновлення іміджу Києва як туристичного напрямку в очах міжнародних мандрівників. Для того і іншого в першу чергу необхідна політична стабільність.

Середній тариф (ADR) в гривнях збільшився в 1-му півріччі на 17% і досяг 3,85 тис. грн.. В результаті прибутковість на номер (показник RevPAR) виросла на 36%, або майже 400 грн. У доларовому вираженні падіння ADR продовжує сповільнюватися: якщо в 1-й половині минулого року воно становило понад 20% до аналогічного періоду 2014 року, то в поточному році - всього 2,6%. Середній тариф в доларовому вираженні за підсумками січня-червня склав 151 дол.

Динаміка середнього тарифу в локальній валюті в київських готелях протягом останніх трьох років повторює зміну курсу гривні по відношенню до долара (рис. 5). Це означає, що ринок якісних готелів намагається не зменшувати ціни у валюті в спробі витримати конкуренцію з локальними гравцями в боротьбі за завантаження. Міжнародні готельєри добре розуміють, що відновити тарифи після демпінгу в ході цінових воєн досить складно навіть на сильному ринку.

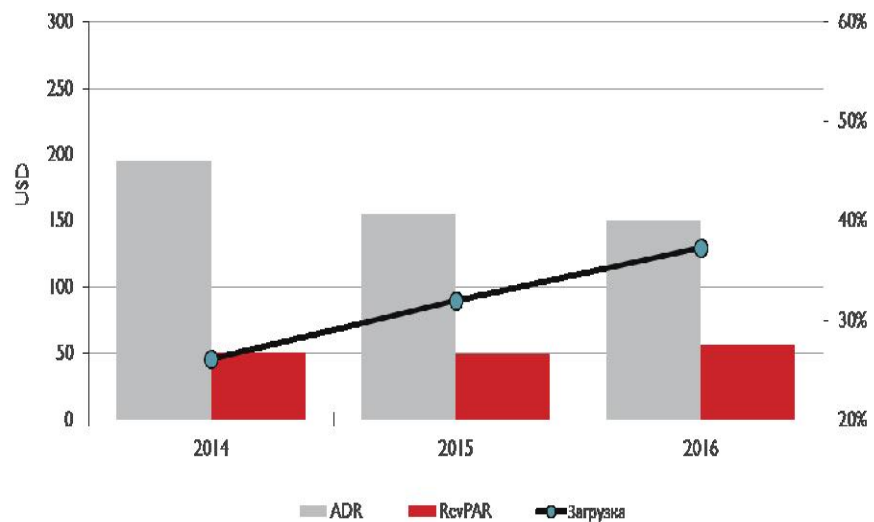


Рис. 5. Операційні показники ринку якісних готелів Києва в локальній валюті та обмінний курс гривні в 1-му півріччі

Джерело: STR Global, JLL, НБУ [13]

Показник RevPAR в доларовому вираженні також почав активно відновлюватися: в 1-му півріччі 2016 року прибутковість на номер в середньому по ринку зросла в порівнянні з показником січня-червня 2015 року на 14% - до 56 дол.

Вектор в напрямку відновлення доларових тарифів необхідний ринку для того, щоб девелопери, які одержували позикове фінансування переважно у валюті, відчули деяку впевненість у перспективах ринку і почали розморожувати і завершувати свої проекти. На поточний момент в місті не заявлено до відкриття жодного готельного об'єкту під міжнародним брендом на 2016 рік [13].

За даними Colliers International середня запитувана вартість номерів у готелях Києва на кінець 1-го півріччя 2016 року порівняно з аналогічним періодом 2015 р знизилася у всіх категоріях:

- в п'ятизіркових готелях - на 16,1% (з € 369 до € 310 на добу);
- в чотиризіркових - на 6,7% (з € 126 до € 118 на добу);
- в тризіркових - на 0,8% (з € 55 до € 54 на добу).

У гривневому еквіваленті вартість готельних номерів змінилася таким чином:

- в п'ятизіркових готелях - знизилася на 1,8% (з 8 910 грн. до 8 750 грн. на добу);
- в чотиризіркових - зросла на 9,6% (з 3 030 грн. до 3 320 грн. на добу);
- в тризіркових - зросла на 15,8% (з 1 330 грн. до 1 540 грн. на добу).

При цьому курс гривні до євро впав з 24,15 грн. / євро на кінець 1-го півріччя 2015 року до 28,28 грн. / євро на кінець 1-го півріччя 2016 року [14].

Конкурентна боротьба на ринку готельної нерухомості залишається досить жорсткою і «боротьба» ведеться за кожного гостя.

Основний інструмент залучення нових відвідувачів і утримання існуючих - це застосування індивідуального підходу шляхом надання знижок на проживання і застосування програм лояльності.

Говорячи про країну в цілому, варто відзначити, що історія готельного та туристичного ринку України останніх років - це історія віри в майбутнє і наполегливого розвитку, незважаючи на невпевненість в завтрашньому дні. Внутрішній туризм під впливом девальвації гривні по відношенню до твердих валют продовжує рости, і на цей момент чітко позначилися основні напрямки туризму. Так, річний морський відпочинок - це Одеса, зимовий гірськолижний - Буковель, а культурний та історичний в будь-який час року - це Львів, який також активно розвивається зараз як напрям «МІСЕ-туризму».

Отже, у нинішніх умовах складно говорити про перспективи готельного ринку і про інвестиційну привабливість, але в міру поліпшення ситуації інтерес інвесторів буде направлятися на ті ж сектора, що і до кризи.

Експерти відзначають, що найбільш перспективним сегментом для готельного ринку Києва і України залишаються якісні 2* - 3* готелі [14].

Щоб забезпечити виживання і успіх у веденні бізнесу, готельні компанії повинні перейти до стратегій адаптації до умов кризових змін навколишнього ділового середовища [16]. Здатність готельного підприємства утримати існуючий стан на ринку або розробити нове антикризове позиціонування є центральним пунктом розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Більшість фахівців сходяться на думці, що диференціювання дозволяє готельному підприємству повністю задіяти свою конкурентну перевагу і, отже, досягати більш високий рівень надходжень до докризових показників [17]. Крім того, очевидно, що глобалізація і висока швидкість ринкових змін роблять розробку грамотної стратегії все більш важливою для забезпечення стабільної конкурентної переваги [15]. Тому готельні компанії повинні відповідати на кризові зміни, розвиваючи або створюючи нові ідеї для ринку, щоб знайти нові можливості і добитися успіху.

Література

1. Розвиток українського та світового готельного господарства. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/15286/>
2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. – [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www2.unwto.org/en>
3. Организация гостиничного бизнеса в мире. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://msochi.narod.ru/002/002_011.html
4. Державна служба статистики України: офіційний сайт - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Державна служба статистики України: колективні засоби розмішування в Україні за 2015 рр. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/tur/zr_u.html/
6. Сучасні тенденції розвитку ринку готельних послуг України. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/simpoz2/141.pdf>
7. Овчаренко Л.В. Развитие гостиничного бизнеса: современные мировые тенденции / Л.В. Овчаренко, А.В. Овчаренко // Мир человека. – 2009. – Т. 9. – № 1. – С. 120–126.
8. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів. – [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>
9. Как киевский отельный рынок «выживал» в 2015 году. Международная компания Colliers International. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/2016/01/kyiv-hotel-market-2015/>

10. Все флаги в гости: чем живет гостиничный бизнес в украинских реалиях. Интервью Александра Носаченко, директора Colliers International (Украина). - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://forbes.net.ua/opinions/1404341-vse-flagi-v-gosti-chem-zhivet-gostinichnyj-biznes-v-ukrainskih-realiyah>
11. Готельний ринок України: стан та перспективи. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/gostinichnyi-rynok-ukrainy-sostoianie-i-perspektivu-303984>
12. Гостиничный рынок Киева: загрузка увеличивается на фоне роста среднего тарифа в гривнах.– [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2016/04/kyev-hotel-market-2016/>
13. Гостиничный рынок Киева: рост операционных показателей в гривнах и постепенная стабилизация в валюте.– [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2016/08/kyev-quality-hotel-market-results-2016/>
14. Что будет с рынком недвижимости в 2016 году. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://delo.ua/business/chto-budet-s-rynkom-nedvizhimosti-v-2016-godu-309785/> © delo.ua
15. Albaum, Gerald. A. and Tse, David. K. 2011. Adaptation of International Marketing Strategy Components, Competitive Advantage and Firm Performance: A Study of Hong Kong Exporter. Journal of International Marketing, 9 (4): pp. 59-81.
16. Kwahk K. and Lee J. N., 2008. The role of readiness for change in ERP implementation: Theoretical Bases and empirical validation, Information & Management, 45: pp. 474-481.

Seweryn R.,
Associate Professor PhD with ‘habilitation’
Cracow University of Economics
Faculty of Management, Department of Tourism

TOURIST ACTIVITY OF FOUR GENERATIONS OF CONTEMPORARY EUROPEANS

Introduction

The beginning of the 21st century is a period of extensive changes in the social and economic life. Apart from, among other things, progressing globalisation, common access to the Internet and other information and

communications technologies, consumerism, prosumption or cocooning, one of the determinants, and of the effects of those changes at the same time, is dynamic development of tourism. The latter has become at the moment one of the three largest areas of the global economy (after the fuel and chemical industries [20, p. 16] and an important component of modern culture. Improvement of the standard of living and growth of possibilities to move freely have contributed to travelling of millions of tourists. Their motivations, forms of travel organisation, used means of transport, places of accommodation and ways of spending time at the destination are formed by many social and demographic variables and internal factors. Hence numerous research and analyses are carried out aimed to determine the specific features of behaviour of particular tourism market segments which, as a consequence, are to use to adapt offers to the defined groups of clients best. Nevertheless, however, in research into the phenomenon of tourism, the central point of reference is the problem of tourist activity. This results from the fact that knowledge on its conditions, and above all, its level and structure, constitutes the basic indicator of tourism policy of countries, regions and places, playing also a role of a factor deciding about the success of the tourism business [1, pp. 433-434]. Since apart from the information what each of the offers of the destination/tourist enterprise should contain and what its quality should be, it is necessary to possess knowledge on the demand for it on the part of the identified segment of clients, since only then rational investment decisions may be taken.

The purpose of this chapter is to determine how differentiated is the participation in tourism of four generations of modern Europeans, i.e. Traditionalists, Baby Boomers, X Generation and Y Generation. The thesis which was decided to verify empirically is as follows: *The highest tourist activity is demonstrated by the representatives of the Y Generation, while the representatives of Traditionalists take part in tourism to the smallest degree.* To verify it, the data of Eurostat for 25 European countries for 2014 were used.

Generations of modern tourist consumers

The term «generation» or the «age cohort» means a group of people separated from the population who «travel through life», being raised in similar conditions and times and experiencing similar events at a similar age [16, p. 91]. This means that they share common social, political and historical and economic environment [22, p.2]. «Shared (...) world events, pop culture, social experiences, education and parenting give each generation its own persona» [14, p. 222]. In the literature there are various classifications of

those generations. They are characterised not only by different terminology, but also by different dates of birth of their representatives. The most frequently mentioned are [2, pp. 570-576; 3, p. 118; 12, p. 84; 21, p. 40]: Traditionalists, Baby Boomers, X Generations, Y Generation and C Generation (from the words connect, communicate, change, also referred to as the Z Generation, i-Generation or Linksters). In the further deliberations attention will be focused on the participation of the four first of those generations in tourism.

And so, the Traditionalists (also known as Veterans, Radio Babies, the Silent Generation and the Greatest Generation) are persons born before 1945, who, in the majority of cases, were children during the great depression of the 1930s and WW2. In terms of the style of living and expectations, the representatives of this generation are rather conservative, altruistic, value loyalty, rationality and frugality, concentrate on health and security [13, p. 46-49]. Hence they rather live a settled way of life connected with frequent TV watching, listening to the radio and reading newspapers, and demonstrate distrust to novelties (inter alia very few use the Internet) [17, p. 41-44]. All this results in their relatively small participation in tourism. While their main physical activities are walks.

The largest generation in the history of mankind, i.e. Baby Boomers (or otherwise Me Generation, Baboo, Love Generation, Woodstock Generation, Sandwich Generation), is made up of persons born in the years 1946–1964. In terms of characteristic features of their lifestyle, they are often defined by ambition and career, which finds reflection in workaholism [10, p. 120-121]. Many plan to continue working and want to stay active when retired. Technical novelties are more comprehensible for this generation than for the previous generation. Health, energy and well being are significant targets for the Baby Boomers. Hence they concentrate on maintaining their youth and slowing down the body mass growth. They do not want to be reminded of «getting older», take «anti-aging» actions and efforts, breaking stereotypes on 50+ persons [5, p. 109-110]. That is why they are every sensitive to price, prefer trips out of large cities to small places, which guarantees them lower travel costs, and at the same time less stress and «more life» [23, p. 59].

X generations (also called Baby Bust, Slackers, Why me Generation, The Latchkey Generation) are people born in the years 1965-1980. They were entering adulthood in economically difficult times, politically unstable, experiencing at the same time a growing wave of parents' divorces (frequently, as mentioned, workaholics) and violence in schools. So they had to grow up quickly, taking responsibility for their own development [14, p.

222]. That is why for the Baby Busts nothing is lasting, including professional success, hence they often find self-employment. They are also more cautious to establish, inter alia, partnership and marriage relationships, though for them the family is at the foreground. They accept multiculturalism and thinking on a global scale. Xers experienced the growth of importance of PCs in professional and private life [7, p. 4-16]. It is the first generation which regularly uses the new technologies. At the same time its representatives are the most conscious buyers on the market, paying great importance to the quality of products and their prices. So they expect a large number of information about the properties of goods and services (including tourism) and justification that they are indispensable for them, but at the same time willingly make use of all sorts of price rebates [11, p. 27-37].

Y generation (also known as Millennials, Trophy Generation, Echo Boomers, Why Generation, Net Generation, Gen Wired, We Generation, DotNet, Ne(x)t Generation, Nexters, First Globals, iPod Generation and iYGeneration) is a generation of people born in the period 1981-1994, very well educated, with multi-faceted interests. Its representatives were educated on social media and smartphones etc., hence they are characterised by knowledge of new technologies, computer techniques, modern IT equipment. They function in an electronic and virtual community, in which global boundaries have become more transparent [6, p. 3]. They can, within a very short time, find information (including information necessary to practice tourism) of which they initially did not even know. Yers have become accustomed to the diversity of the world in which everything is possible. They appreciate independence, do not like limitations and barriers, find themselves well in a multicultural environment [9, p. 13]. They are also curious of new experiences, prone to spontaneous decisions and discovering new paths or opportunities since they need unusual challenges. These features make them interested in trips to various regions of the world [15, p. 1-15].

On the basis of the characteristics presented above of the four generations of consumers on a modern market, it is possible to conclude that their participation in tourism is diversified. It was decided to verify this assumption empirically on the example of citizens of selected European countries.

Methodology

In order to determine whether four generations of contemporary Europeans are characterised by a diversified level of tourist activity the latest data have been used (i.e. for 2014¹) gathered by the Statistical Office of the

¹ Data for 2015 at the time of preparing the chapter were not available yet.

European Communities (EUROSTAT). The analysis covered 25 countries².

The following measures have been applied to verify the thesis that the highest tourist activity is demonstrated by the representatives of the Y Generation, while the representatives of Traditionalists participate in tourism to the smallest degree:

1. number of citizens of particular countries taking at least one tourist trip with at least one night within a given year ,
2. net tourist activity rate, measured by a percentage of population of particular countries participating in tourism in a given year,
3. number of all trips with at least one night of citizens of particular countries in a given year,
4. gross tourist activity rate, measured as a number of all trips of citizens of particular countries in a given year in relation to the population of those countries,
5. number of trips per one participant of tourism in particular countries in a given year.

In this place it is necessary to explain the term of tourist activity. Namely, in a broad sense, it is considered to be the total of all actions and activities connected with individual's participation in tourism. Tourist activity understood this way cannot, however, be examined based on available statistical data [1, p. 17-18 and 26]. That is why in this chapter tourist activity in a narrow sense has been analysed, i.e. defined as individual's participation in any trips outside the place of permanent residence, work or learning, for purposes considered tourist purposes (health, business, recreational or other personal) – without an intention to take gainful employment or settle.

Differentiation of participation in tourism of particular generations of citizens in selected European countries

It is easy to guess that citizens of particular European countries demonstrate diversified participation in tourism. In terms of the number of person who take at least one trip (with at least one night) within a year, the undisputable leaders are Germany and France (see Figure 1) from which comes the largest number of tourists (more than 53 million and more than 38 million, respectively, in 2014). Nevertheless, however, this number is clearly diversified as regards generation membership, and this situation concerns not only these two, but also all other countries under examination.

² The selection of countries was caused by full availability of information on participation of their citizens in tourism in a given year.

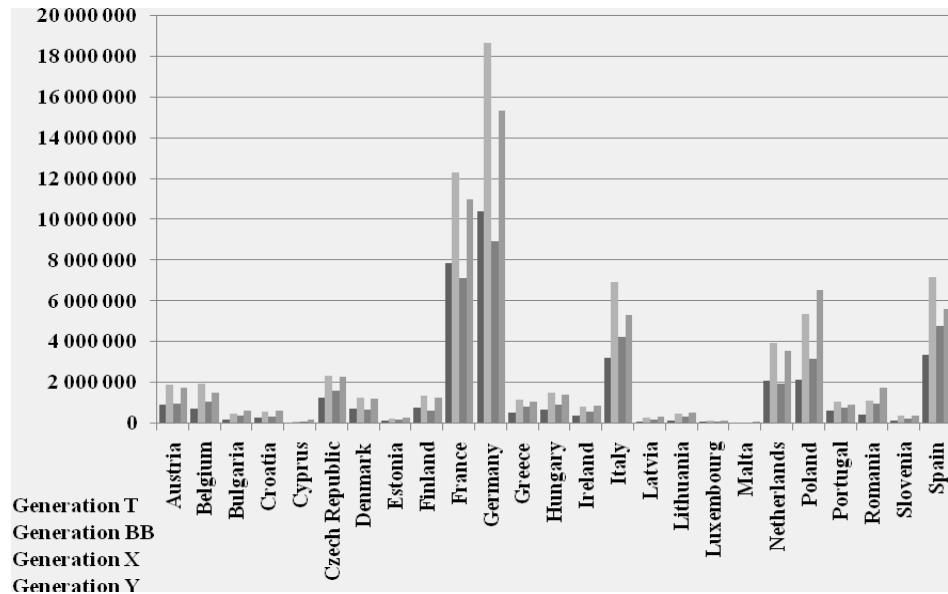


Figure 1. Number of citizens in selected European countries participating in tourism in 2014 by generation

Source: [8].

In the event of 13 of 25 analysed countries (i.e. Germany, France, Spain, Italy, Netherlands, Czech Republic, Belgium, Austria, Hungary, Finland, Denmark, Greece and Portugal) the most numerous to participate in tourism are people from Baby Boomers (about 18.6 mln, 12.3 mln, 7.1 mln, 6.9 mln, 4 mln, 2.3 mln, 2 mln, 1.9 mln, 1.5 mln, 1.4 mln, 1.3 mln and 1.1. mln, respectively). In the remaining 12 countries, members of Y generation predominate, including, in particular, in Poland – more than 6.5 million people in relation to nearly 5.4 million from Baby Boomers. In turn the least numerous group to demonstrate tourist activity are persons belonging to Traditionalists. It applies to nearly all countries (ranging from 0.1 mln in Estonia up to 3.4 mln in relation to Spain), except for two most active countries in terms of tourism, i.e. Germany and France, and the Netherlands, Denmark and Finland where the smallest number of persons taking at least one tourist trip a year comes from X generation (about 8.9 mln, 7.1 mln, 1.9 mln, 0.7 mln and 0.6 mln, respectively).

More comparable information may be obtained considering not the absolute figure, but interest of the population of particular generations of citizens from the examined countries having at least one tourist trip (with at least one night) in a year. In this aspect particularly Finland stands out, whose

citizens are characterised by the largest level of participation in tourism (around 69-97% depending on the generation). Nevertheless, however, this net tourist activity rate in the analysed countries is similar (see Figure 2), except for Bulgaria and Romania, demonstrating its very low value (maximum up to 30-odd per cent).

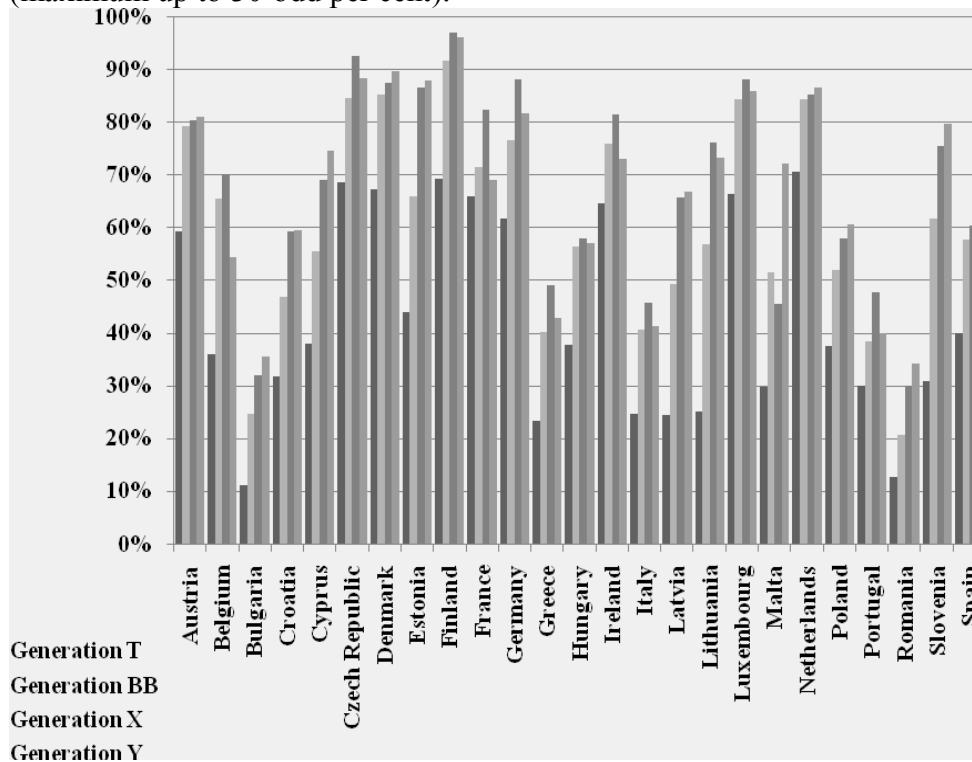


Figure 2. Percentage of population in selected European countries participating in tourism in 2014 by generation

Source: [8].

As opposed to the absolute number of participants, the greatest percentage of people who are active in terms of tourism does not come from Baby Boomers, but from X generation (Finland – 96.86%, Czech Republic – 92.56%, Luxembourg – 88.01%, Germany – 87.98%, France – 82.19%, Ireland – 81.37%, Lithuania – 76.12%, Belgium – 70.16%, Spain – 60.30%, Hungary – 58.00%, Greece – 49.08%, Portugal – 47.81% and Italy – 45.70%) or from Yers (Denmark – 89.65%, Estonia – 87.88%, Netherlands – 86.46%, Austria – 81.05%, Slovenia – 79.55%, Cyprus – 74.47%, Malta – 72.15%, Latvia – 66.81%, Poland – 60.47%, Croatia – 59.49%, Bulgaria – 35.50% and Romania – 34.25%). The lowest gross tourist activity rate in all the countries

under analysis concerns, likewise in the case of the first measure, Traditionalists (its highest amount was recorded in the Netherlands – 70.46%, while the lowest in Bulgaria 11.01%).

Another important information on tourist activity is the number of trips made in a given year by citizens of particular countries. In this respect clearly, likewise in the event of the number of tourists, Germany stands out (nearly 237 million trips in 2014) and France (more than 226 million), and also Spaniards make relatively many tourist trips a year (nearly 128 million) – see

Figure 3. *Number of tourist trips of citizens in selected European countries in 2014 by generation*

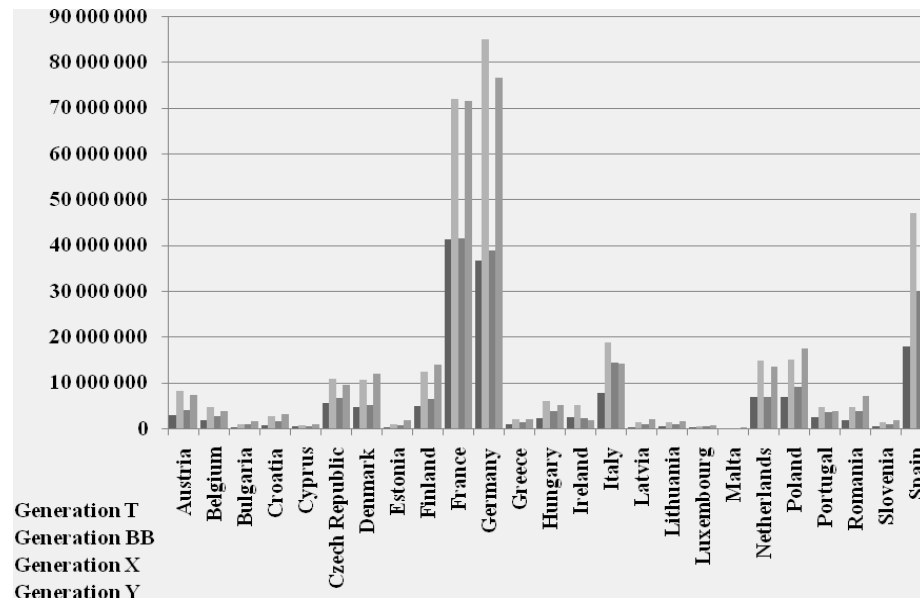


Figure 3. *Number of tourist trips of citizens in selected European countries in 2014 by generation*

Source: [8].

In countries like: Germany, France, Spain, Italy, Netherlands, Czech Republic, Austria, Hungary, Ireland, Belgium, Portugal, Greece and Luxembourg the largest number of trips was recorded among Baby Boomers (about 84.9 mln, 72.0 mln, 47.0 mln, 18.8 mln, 14.9 mln, 10.9 mln, 8.3 mln, 6.1 mln, 5.3 mln, 4.9 mln, 4.8 mln, 2.2 mln and 0.7 mln trips, respectively, in 2014), while in the remaining analysed countries – among Y generation (ranging from 0.3 mln trips of the citizens of Malta to 17.4 mln of trips of

Poles). The smallest number of trips in 2014 was made in turn again by the representatives of Traditionalists of all countries (ranging from 0.04 million trips of the Maltese to 36.6mln trips of Germans) except Ireland, in case of which it was Yers that made the smallest number of tourist trips (1.8 million).

Another measure is the gross tourist activity rate calculated as a number of trips in relation to the total number of population. Its amount for the examined European countries is shown in Figure 4. In this respect citizens of Scandinavia stand out i.e. Finland and Denmark (in the case of which the rate gets the highest value – 8.25 and 6.94, respectively), as well as Bulgaria and Greece (in relation to which its value is lowest – 0.60 and 0.68, respectively).

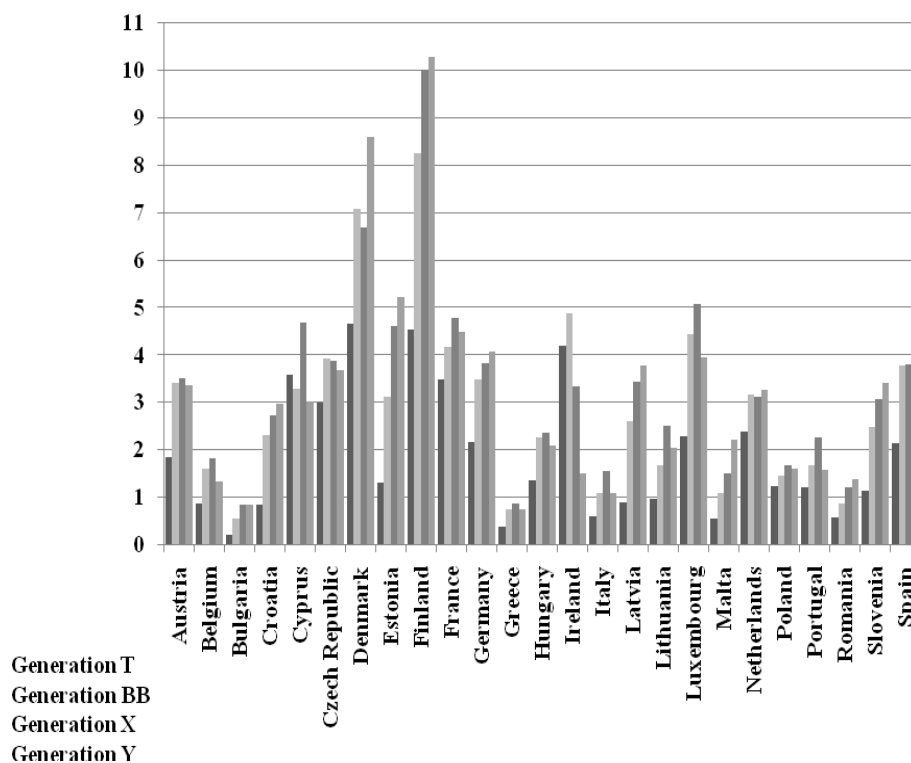


Figure 4. Gross tourist activity rate of citizens in selected European countries in 2014 by generation

Source: [8].

In countries such as: Luxembourg, France, Cyprus, Spain, Austria, Lithuania, Hungary, Portugal, Belgium, Poland, Italy, Greece and Bulgaria, it was the representatives of X generation that made the largest number of trips per one citizen in 2014 (5.08, 4.79, 4.69, 3.81, 3.52, 2.51, 2.37, 2.25, 1.83,

1.69, 1.56, 0.86 and 0.85, respectively), while in Ireland and in the Czech Republic they were persons from Baby Boomers (4.87 and 3.93, respectively), and in the remaining countries – from Y generation (ranging from 1.39 in Romania to 10.29 in Finland). On the other hand, the lowest value of the rate was recorded in relation to the representatives of Traditionalists in all examined countries (ranging from 0.20 in Bulgaria to 4.55 in Finland), except for Cyprus and Ireland, where the members of Y generation were characterised by the lowest number of trips per citizen (3.02 and 1.50, respectively).

Still it is necessary to consider a number of trips per one participants of tourism. In this context, likewise in the case of the previous measure, clearly the tourists from Finland and Denmark predominate (9.33 and 8.36, respectively), as well as from Spain, France and Cyprus (6.13, 5.92 and 5.61, respectively) – see Figure 5.

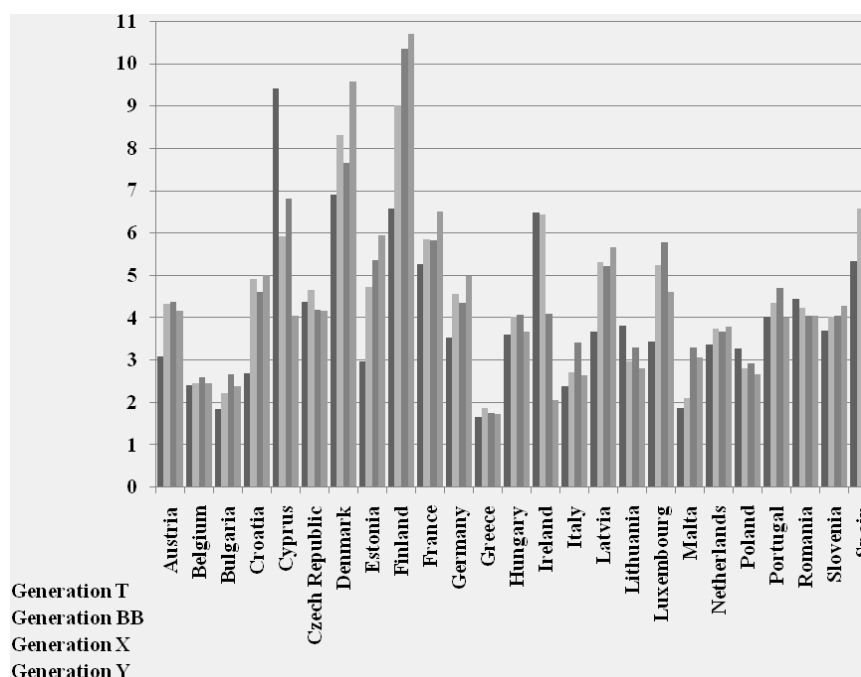


Figure 5. Number of tourist trips per one participant of tourism in selected European countries in 2014 by generation

Source: [8].

In countries like: Finland, Denmark, France, Estonia, Latvia, Croatia,

Germany, Slovenia and Netherlands the greatest number of trips in 2014 per one participant was among Yers (10.71, 9.59, 6.51, 5.95, 5.67, 5.02, 5.00, 4.29 and 3.78, respectively). In turn as regards Luxembourg, Portugal, Austria, Hungary, Italy, Malta, Bulgaria and Belgium, in terms of trips per tourist, representatives of X generation predominated (5.77, 4.72, 4.38, 4.08, 3.41, 3.29, 2.67 and 2.60, respectively). In relation to Spain, the Czech Republic and Greece they were persons from Baby Boomers (6.58, 4.65 and 1.87, respectively), and from Cyprus, Ireland, Romania, Lithuania and Poland – from the generation of Traditionalists (9.41, 6.48, 4.44, 3.82 and 3.29 respectively). While as regards the lowest level of this measure, it related, above all, to Traditionalists (ranging from 1.65 in the event of the Greeks to 6.91 in relation to the citizens of Denmark), except, which is obvious, Cyprus, Lithuania, Poland, Ireland as well as the Czech Republic and Portugal, where the representative of Y generation were characterised by the lowest rate (4.06, 2.80, 2.66, 2.06, 4.16 and 3.99, respectively) and Romania, where they were members of X generation (4.05).

Conclusion

In the era of globalisation, thus not only of internal but also external competition, classification of the society based on the age criterion is often used in actions connected with tourism market segmentation, where the basic question is: «*who is the offer to be prepared for?*». In order to determine the necessary supply of this offer, thereby efficient operation of the global market and the effective conduct of business, it is necessary to determine the demand for it, i.e. the size of participation in tourism of particular generation groups. The conducted analyses of statistical data make it possible to state that among the Europeans the lowest tourist activity is demonstrated by the representatives of Traditionalists. Despite a common opinion that they are the richest and most healthy seniors in the so far history of mankind (due to extensive pension systems of many countries and achievements in the field of medicine and technology) [18, p. 627], their participation in tourism, compared to other generation groups, is still lowest. In turn the highest tourist activity is demonstrated by the representatives of Y generation. The reasons for such a state of affairs is to be found in the fact that they are individuals open to «otherness», curious about the world and looking for new experiences [4, p. 57-59], and participation in tourism allows them to satisfy those needs. Furthermore, as persons accustomed to get information from the Internet, they can organise tourist trips for themselves [19, p. 79]. Considering, however, that the speed of reaction and a penchant for taking spontaneous decisions (so

important in tourist trips) decreases with age and that body's perceptual capacity shrinks (gradually the excess of impressions and their intensity exceed the possibility of their reception), it is to be assumed that features of particular generations will, with age, undergo changes (as the outcome of somatic and environmental factors). X and Y generations will, without a doubt, change their lifestyles and preferences as they get life experiences. For tourist companies and destinations it means the need for ongoing analyses of the evolving features of given generation groups.

Among the analysed countries attention should be paid to Ireland, in the event of which three out of five measures show that, as opposed to the general tendency in Europe, it is Yers that demonstrate the smallest, and Traditionalists and Baby Boomers the greatest tourist activity. Probably it results from the fact that the Irish pensioners not only enjoy freedom and are not limited by holidays (so they may take advantage of last minute or mid-week type trips), but, above all, they have sufficient funds to travel frequently. Hence their rates concerning the number of trips are so high.

It is also worth highlighting the specific nature of the generation tourism in the Czech Republic, where four of five measures show that it is not the representatives of Y generation that participate in trips to the largest degree, but Baby Boomers, which probably is also connected with their higher level of affluence than of other groups.

Apart from the two exceptions, the main thesis of the chapter has been positively verified – the representatives of Y Generation are characterised by the greatest tourist activity among the Europeans, while the representatives of Traditionalists participate in tourism to the smallest degree. Most spectacularly this tendency is seen among the citizens of Cyprus, Estonia, Lithuania and Slovenia, in the case of which it is indicated by all five used measures.

Source

1. Alejziak W. Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej [Determinants and social diversity of tourist activity] / W. Alejziak // *Studia i Monografie AWF Kraków*. – 2009. – No. 56. – 504 p.
2. Borges N., Manuel R., Elam C., Jones B. Differences in motives between Millennial and Generation X medical students / N. Borges, R. Manuel, C. Elam, B. Jones // *Medical education*. – 2010. – No. 44. – P. 570–576.
3. Cewińska J., Striker M., Wojtaszczyk K. Zrozumieć pokolenie Y – wyzwanie dla zarządzania zasobami ludzkimi [Understand Y Generation

- A challenge for Human Resources Management] / M. Juchnowicz Kulturowe uwarunkowania zarządzania kapitałem ludzkim [Cultural determinants of Human Capital Management]. – Kraków: Oficyna Wolters Kluwer Business, 2009. – 536 p.
4. Cohen A.M. The emergence of a global generation / A.M. Cohen // *The Futurist*. – 2009. – Vol. 43(1). – P. 57–59.
 5. Court D., Farrell D., Forsyth J.E. Serving aging Baby Boomers / D. Court, D. Farrell, J.E. Forsyth // *The McKinsey Quarterly*. – 2007. – No. 4. – P. 103–113.
 6. Crampton S.M., Hodge J.W. *Generation Y: Unchartered territory* / S.M. Crampton, J.W. Hodge // *Journal of Business & Economics Research*. – 2009. – Vol. 7(4). – P. 1–6.
 7. Eisner S.P. Managing Generation Y / S.P. Eisner // *S.A.M. Advanced Management Journal*. – 2005. – Vol. 70(4). – P. 4–16.
 8. Eurostat Database [Electronic source] – Mode of Access: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
 9. Fazlagić J.A. Charakterystyka pokolenia Y [Characteristics of Y Generation] / J.A. Fazlagić // *E-mentor*. – 2008. – Vol. 3(25). – P. 13–16.
 10. Hawkins D.I., Mothersbaugh D.L. *Consumer behavior: Building marketing strategy* / D.I. Hawkins, D.L. Mothersbaugh. – New York: McGraw-Hill Education, 2016. – 816 p.
 11. Huang Y.C., Petrick J.F. *Generation Y's travel behaviours: a comparison with Baby Boomers and Generation X* / P. Benckendorff, G. Moscardo, D. Pendergast *Tourism and Generation Y*. – Cambridge: CAB International, 2009. – 184 p.
 12. Miś A. Generational identity in organizations: Challenges for Human Resources Management / A. Miś // *Prace Naukowe UE we Wrocławiu*. – 2011. – No. 224. – P. 82–90.
 13. Morton L.P. Targeting the World War II Generation / L.P. Morton // *Public Relations Quarterly*. – 2004. – Vol. 49(1). – P. 46–49.
 14. Mosley D.C. Jr., Mosley D.C. Sr., Pietri P.H. *Supervisory Management* / D.C. Mosley Jr., D.C. Mosley Sr., P.H. Pietri. – Stamford: Cengage Learning, 2011. – 592 p.
 15. Pendergast D. Getting to Know the Y Generation / P. Benckendorff, G. Moscardo, D. Pendergast *Tourism and Generation Y*. – Cambridge: CAB International, 2010. – 170 p.
 16. Reisenwitz T.H., Iyer R. Differences in generation X and generation Y: Implications for the organization and marketers / T.H. Reisenwitz, R. Iyer // *Marketing Management Journal*. – 2009. – Vol. 19(2). – P. 91-103.

17. Rosenburg J. Mind Your Generation / J. Rosenburg // Journal of Property Management. – 2008. – Vol. 73(6). P. 41–44.
18. Seweryn R. Turystyka polskich seniorów na tle wybranych krajów Europy Zachodniej [Tourism of Polish seniors against a background of selected countries of Western Europe] / R. Seweryn // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. – 2011. – No. 660, series: Ekonomiczne Problemy Usług no. 72. – P. 627–641.
19. Seweryn R., Niemczyk A. Generations X and Y as participants of tourist movement (by the case of the visitors to Krakow) / Т. Дъбева Туризмът в епохата на трансформация. – Варна: Икономически Университет в Варна, 2015. – 965 p.
20. UNWTO Annual Report, 2015 / Madrid: UNWTO, 2016. – 92 p.
21. Weroniczak L. Człowiek w obliczu szybko dokonujących się zmian [Man in the face of rapid changes] / J. Majerowska Bo życie to nieustanny rozwój. Poradnik [Because life is an ongoing development. Guide]. – Poznań: Edustacja.pl Sp. z o.o., 2010. – 223 p.
22. Williams K.C., Page R.A. Marketing to the Generations / K.C. Williams, R.A. Page // Journal of Behavioral Studies in Business. – 2011. – No. 3. – P. 1–17.
23. Zajadacz A. Pokolenie X, Y, Z a fenomen turystyki [X, Y and Z Generations and a phenomenon of tourism] / J. Śledzińska, B. Włodarczyk Międzypokoleniowe aspekty turystyki [Intergenerational aspects of tourism]. – Warszawa: PTTK «Kraj», 2014. – 279 p.

Антонюк І.Ю., канд. техн. наук, доц.

Київський національний торговельно-економічний університет

Корзун В.Н., д-р мед наук, проф.

ДУ «Інститут громадського здоров'я ім. О.М. Марзєєва»

НАМН України

Медведєва А.О., канд. техн. наук, доц.

Київський національний торговельно-економічний університет

СУЧАСНІ НАПРЯМИ АЛІМЕНТАРНОЇ ПРОФІЛАКТИКИ ЙОДДЕФІЦИТНИХ СТАНІВ У НАСЕЛЕННЯ

Екологічна ситуація, створена в Україні, Білорусії та Росії за останні 25–30 років безконтрольним використанням отрутохімікатів,

мінеральних добрив, забрудненням середовища промисловими транспортними відходами, ускладнилася широкомасштабним поширенням радіонуклідів у результаті аварії на Чорнобильській АЕС. У харчових продуктах і питній воді концентрація різних токсикантів і радіонуклідів нерідко перевищує допустимі [1].

Тому значна кількість шкідливих речовин (близько 80%) надходить в організм з їжею. До них належать сполуки, що утворились в процесі технологічної та кулінарної обробки, зберігання, збагачення продуктів консервантами, антиокислювачами, поліпшувачами смаку, аромату, кольору, побічні забруднювачі, що потрапили до харчових продуктів із зовнішнього середовища. Наприклад, у рослинну продукцію – внаслідок застосування понаднормованих доз мінеральних добрив, пестицидів, гербіцидів; у тваринницьку – стимулятори росту тварин, антибіотики.

Другу групу становлять ендогенні забруднювачі, що утворюються у сировині та готовій продукції під дією фізичних та хімічних факторів, а також в результаті взаємодії складових частин їжі та екзогенних речовин [2].

Це зумовлює можливість комбінованої дії на населення іонізуючого опромінення, хімічних, біологічних, фізичних та психоемоційних факторів. Тому, як вважають фахівці, здоров'я людини лише на 10-15% визначається службами охорони здоров'я, на 16-18% – генетичною спадковістю і на 67-74% – впливом факторів зовнішнього середовища, умовами життя і типом харчування.

Токсичні речовини та отрути з ґрунту переходять у рослинну їжу (овочі, фрукти, ягоди, гриби) та через корм тварин – у продукти тваринництва – м'ясо, молоко, яйця. В разі вживання людиною такої їжі отрути накопичуються в організмі та спричиняють різні пошкодження – від прямого токсичного до незначного біологічного, змінюючи функції імунної, гепато-біліарної, кровотворної систем і дітородну функцію. Дія шкідливих факторів на організм людини може давати подразнюючу, фіброгенну, токсичну, алергічну, канцерогенну реакцію. У зв'язку з цим, екологічна чистота харчових продуктів – один із основних факторів, які визначають стан здоров'я людини в будь-якому регіоні світу.

Відомо, що якість харчування відіграє роль найважливішого чинника адаптації організму до сучасних умов існування зростаючого чужорідного навантаження. Це пов'язано з двоюкою роллю харчового раціону. З одного боку, до 95% загального об'єму ксенобіотиків надходить в організм аліментарним шляхом, що підкреслює

необхідність та значущість контролю безпеки продовольчої сировини та харчових продуктів на всіх етапах їх отримання, переробки та реалізації. З іншого боку, саме харчові речовини забезпечують реалізацію захисно-адаптаційних механізмів: вони на всіх етапах метаболізму вступають в безпосередній конкурентний (або синергічний) контакт із чужорідними речовинами та використовуються організмом для підтримання стійкої роботи гомеостатичних систем. Становлення адаптаційної резистентності можливе лише при бездефіцитному надходженні всіх незамінних субстратів, представлених людині у вигляді нутрієнтного раціону [3].

Крім того, в умовах екологічного (чужорідного) навантаження, харчування, окрім традиційних функцій, повинно також забезпечити: зниження засвоєння ксенобіотиків у шлунково-кишковому тракті, послаблення несприятливої дії чужорідних речовин і факторів на клітинному та органному рівні; зменшення рівня депонування ксенобіотиків та їх метаболітів у тропних тканинах із прискореним виведенням їх з організму [4].

У теперішній час накопичено великий матеріал про харчові речовини, здатні блокувати тим чи іншим шляхом абсорбцію ксенобіотиків. До них в першу чергу відносяться природні не специфічні сорбенти: харчові волокна, пектини, альгірати, колаген, хітин тощо. Вони ж посилюють перистальтику кишечника, скорочуючи тим самим ефективний період абсорбції ксенобіотиків.

Ряд нутрієнтів вступають з чужорідними агентами в конформаційні взаємодії, утворюючи не засвоєвані комплекси або інгібуючи трансмембранний перехід в еритроцитах, надходження в кров (лімфу) та зв'язок з активними білками – переносниками в рідких середовищах. Це такі нутрієнти як кальцій, залізо, калій, магній, йод, селен. Їх бездефіцитне надходження значно знижує проникливість біомембран еритроцитів для ксенобіотиків. Потреба в них у несприятливих навколишніх умовах (екологічний стан середовища, психо-емоційні навантаження тощо) може підвищуватись на 50 – 60% порівняно з фізіологічними нормами [5].

Для прискорення процесів біотрансформації ксенобіотиків необхідно забезпечити організм нутрієнтами, які входять до складу ферментів-кофакторів або субстратів, що регулюють захисні метаболічні процеси. Це вітаміни та мікроелементи (залізо, селен, мідь, цинк, кобальт, йод тощо).

Серед факторів захисту одним із найважливіших і найбільш ефективних є фактор харчування. Раціональне харчування в будь-який час покликано зберегти здоров'я людини, виконання основних його

положень у період після аварії на ЧАЕС – важлива умова підвищення стійкості до іонізуючого випромінювання, мобілізації захисних сил організму, нормального функціонування ендокринної, імунної, кровотворної, травної систем, зниження дози внутрішнього опромінення від радіонуклідів стронцію та цезію, що надходять із раціоном харчування [6,7].

Через 30 років після аварії на ЧАЕС проблема накопичення радіонуклідів в організмі жителів забруднених територій трохи знизилася. Зросла значимість забезпечення населення вітамінами, макро- і мікроелементами, особливо йодом, селеном, залізом, кобальтом для повноцінної функції щитовидної залози.

Одним із найбільш серйозних наслідків Чорнобильської катастрофи є виникнення і значний ріст радіоіндукованої патології тиреоїдної системи, яка піддалася впливу радіоактивного йоду в перші дні та місяці після аварійного періоду завдяки безконтрольному вживанню забруднених харчових продуктів, в першу чергу молока, зелені, і неповним охопленням забруднених регіонів йодною профілактикою [8].

Трагедія загострилася тим, що більшість територій України, Білорусі та Росії, які піддалися радіоактивному забрудненню, є ендемічними по йоду. При сумісній дії на щитовидну залозу радіації та ендемії тиреоїдна патологія виявляється частіше, в більш ранні строки і в значно важчих формах, ніж тільки при опроміненні. В ендемічних регіонах майже весь йод поглинається залозою і практично цілком розпадається в ній, створюючи велику дозу опромінення. Тому доза опромінення щитовидної залози у жителів цих регіонів у 5-7 разів більша, ніж у населення інших регіонів, де надходження в організм мікроелементів, особливо йоду, було в доаварійний період достатнім.

Регіони Українського Полісся (Волинської, Житомирської, Київської, Рівненської та Чернігівської областей), які найбільшою мірою зазнали впливу аварії на ЧАЕС, відомі ще з доаварійних часів бідністю ґрунтів на доступні для кореневої системи макро- та мікроелементи. Тому в харчових продуктах місцевого виробництва – основи раціонів харчування населення – відмічалась нестача обмінного калію, кальцію та майже всіх есенційних мікроелементів [8, 9].

Саме на цих територіях у післяаварійні роки реєструється зростання патології щитовидної залози, особливо серед дитячого населення, залізодефіцитних анемії та інших захворювань, а рівні накопичення радіонуклідів в організмі жителів – найвищі в Україні.

Дефіцит йоду та інших мікроелементів у раціоні харчування сприяє розвитку низки захворювань щитовидної залози (дифузного,

вузлового зобу, кісти, тиреоїдів, пухлин) та спричиняє серйозні зміни обміну, які призводять до порушення репродуктивної функції (безплідності, не виношування вагітності, передчасних пологів), високої перинатальної смертності, уроджених вад розвитку, уродженого зобу, високої смертності немовлят, відставання у фізичному і психічному розвитку, кретинізму, ювенільного гіпотиреозу, анемій, зниження пам'яті, низької успішності в школі, інтелектуальної в'ялості, втрати працездатності, затримування фізичного та психомоторного розвитку, спастичних паралічів, уродженої глухоти та ін. [10].

Дві третини території України є зоною природного дефіциту йоду. Ця проблема – одна з найактуальніших в охороні здоров'я населення країни, передусім дітей. За даними науковців, із понад 400 тисяч українських новонароджених 340 тисяч мають вроджений йодний дефіцит; понад 35 мільйонів громадян України постійно відчувають його різною мірою. В разі нестачі в організмі йоду щитовидна залоза не виробляє достатньої кількості гормонів, що у свою чергу призводить до цілої низки йододефіцитних захворювань.

Навіть незначна нестача цього мікроелементу під час вагітності здатна спричинити у подальшому соматичні та нейропсихічні розлади у дитини. Материнський організм є єдиним джерелом йоду для плода, у зв'язку з чим достатнє йодне забезпечення вагітної жінки набуває особливого значення. Дефіцит йоду, який відчуває дитина внутрішньо-утробно і в перші роки життя, є причиною зниження в майбутньому її інтелекту на 10-15 пунктів коефіцієнту IQ. Тому питання діагностики, профілактики та лікування йододефіцитних захворювань мають важливе значення, і стосуються не тільки лікарів, а всього суспільства [11].

За даними Держкомстату України, 10% новонароджених щорічно з'являються на світ від «йододефіцитних» матерів – 30 тисяч дітей народжуються зі зниженим інтелектом. За прогнозами фахівців у разі подальшого дефіциту йоду протягом наступних 10 років у країні народиться понад 5 тисяч дітей із кретинізмом і майже 20 тисяч розумово відсталих, понад 300 тисяч дітей будуть відчувати труднощі з навчанням. Зрештою, це може призвести до інтелектуального виродження нації.

Складні біохімічні процеси обміну йоду в організмі з подальшим синтезом гормонів щитовидної залози (при достатньому вживанні йоду) можуть бути порушені при нестачі інших мікроелементів, в тому числі селену, заліза, кобальту, міді, цинку тощо, білків та окремих амінокислот, призводити до розвитку йододефіцитної патології, навіть при достатній кількості йоду в раціоні.

Цим пояснюється недостатня ефективність використання моно-препаратів йоду у профілактиці йоддефіцитних захворювань. Не дивлячись на провідну роль дефіциту йоду в розвитку йоддефіцитних захворювань, зобна ендемія в наш час має змішаний генез та є результатом складної взаємодії ендо- та екзогенних факторів [8].

Фізіологічна роль йоду суттєва: по-перше, структурний елемент гормонів щитовидної залози, що забезпечує її нормальну функцію, біологічна роль йоду опосередковується через біологічну роль тиреоїдних гормонів, що забезпечує нормальний психічний розвиток та емоційний статус людини; сприяє фізичному розвитку людини; бере участь у поділі та диференціюванні всіх клітин організму; забезпечує зв'язок гіпофізу та статевих залоз; бере участь у синтезі білків; забезпечує водно-сольовий обмін; підвищує споживання кисню; підтримує серцево-судинну систему та функцію печінки.

Мала ефективність йодотерапії в умовах дефіциту заліза пояснюється участю заліза в перетворенні L-фенілаланіну в L-тирозин. Селен – складова частина йодтироніндейодинази – ензиму, що відповідає за периферійне перетворення T4 у T3, знижує титр антитіл до тиреопероксидази. В умовах нестачі селену у населення розвивається селенодефіцитний зоб. Низькій рівень споживання селену спостерігається у регіонах із дефіцитом йоду.

Нестача вітаміну А призводить до порушення структури тиреоглобуліна та, відповідно, синтезу тиреоїдних гормонів. Цинк впливає на секрецію тиреоїдстимулюючого гормону. Цинк – компонент понад 200 металопротейнів, в тому числі ядерного рецептора трийодтироніна. Дефіцит цинку може призвести до посилення накопичення в організмі кадмію, свинцю та міді. Кобальт входить до складу вітаміну B₁₂.

Вивчення харчового статусу населення України свідчить про тенденцію його погіршення. За останні роки поступово знизилася споживання харчових продуктів тваринного походження, овочів та фруктів, і, навпаки, підвищилася – хліба, круп, макаронних, кондитерських виробів, цукру. Усе це призвело до зниження забезпеченості білками, вітамінами, макро- і мікроелементами, як наслідок, – більшість населення має відхилення в стані здоров'я та потребує забезпечення дієтичним і лікувально-профілактичним харчуванням. Дослідження останніх років показали, що структура харчування змінилась, внаслідок чого в щоденному харчовому раціоні населення України існує дефіцит вітамінів: А, С, Е, D, B₁, B₂; спостерігається недостатнє вживання макро- і мікроелементів: кальцію, калію, фосфору, магнію, йоду, селену, а також білків та ПНЖК [12].

Аналіз добових раціонів харчування, відібраних в типових селах Полісся, показав, що кількість калію знаходиться в межах 50-70% від рекомендованого, кальцію – 60-65%, магнію – 50-55%. Це може призвести до зменшення їх в організмі та підвищення накопичення цезію-137. Отже, важливі функції організму людини – реалізація генетичної інформації, утворення субклітинних структур, метаболічні процеси, функціонування всіх органів і систем – залежать від кількісного і якісного вмісту в організмі мінеральних речовин. Добові норми споживання основних есенційних мікроелементів наведено у таблиці.

Таблиця

Добові норми споживання мінеральних речовин [13]

Мінеральна речовина	Діти віком			Чоловіки	Жінки	
	0–12 міс.	1–6 років	7–17 років	праця важка та легкої і середньої важкості	вагітні та годувальниці	
Ферум, мг	4–10	10–12	12–15 (ч) 12–18 (ж)	10	18	33–38
Цинк, мг	3–4	5–18	10–15	15	15	20–25
Купрум, мг	0.3–0.5	0.7–1.5	1.0–2.5	1.5–3.0	1.5–3.0	1.5–3.0
Йод, мкг	90	90	150	150	150	250–300
Селен, мкг	10–15	20	30–50	70	55	75–100

Привертає увагу вкрай низьке надходження таких мікроелементів, як йод, хром, кобальт, мідь, селен. Середні значення вмісту цих мікроелементів у декілька разів нижчі за мінімально рекомендовані величини надходження. Навіть максимальні визначені значення їх вмісту не досягають рекомендованих величин. Слід відзначити, що це саме ті мікроелементи, що беруть участь в процесах кровотворення та метаболізмі гормонів щитоподібної залози.

До середини минулого століття вважалося, що ендемічні форми патології щитовидної залози зумовлені монодефіцитом йоду. З цього погляду слідувало, що терапія монопрепаратами йоду є достатньою та високоефективною. Десятки тисяч фундаментальних досліджень з біохімії, гігієни харчування, молекулярної фармакології мікроелементів показали, що в профілактиці та терапії йоддефіцитних станів не слід упускати з уваги нерозривний зв'язок метаболізму йоду з метаболізмом інших мікроелементів. Без цих мікронутрієнтів («синергісти йоду»), монопрепарати йоду значно менш ефективні [14].

На сьогодні синергістами йоду є: залізо нормалізує загальний рівень Т3 на 43%, а Т4 на 67%. Цинк забезпечує антиоксидантний захист щитовидної залози. Мідь допомагає обмінним процесам йоду. Селен допомагає організму засвоїти та всмоктати йод. Кальцій кофактор тиреопероксидази і подвійної оксидази. Магній бере участь у передачі сигналу від рецепторів тиреліберину. Вітамін А модулює метаболізм гормонів щитовидної залози; В₂ – тироїд – стимулюючий гормон; В₉ та В₁₂ – є синергістами один одного, допомагають накопичувати йод у щитовидній залозі, сприяють росту тиреоцитів.

Базовим, універсальним і найекономічним методом масової профілактики йоддефіцитних захворювань вважалось вживання йодованої солі. Незважаючи на забезпечення населення такою сіллю, кількість йоддефіцитних захворювань в Україні, як і в Білорусії та Росії, не зменшується.

Йодована сіль – це штучний продукт, аналоги якого відсутні в природі. Органічний йод – це йод, який входить до складу білків, ліпідів, зустрічається в природі у рослинних і тваринних продуктах. Саме у такому вигляді людина вживає йод з самого народження у складі материнського молока, а пізніше з коров'ячим молоком, м'ясом, овочами, фруктами, ягодами, морепродуктами [9].

Тривале використання йодованої солі знижує частоту йоддефіцитних захворювань, але не ліквідує їх повністю. Крім того, гіпертиреоз, тиреоїди, дифузний токсичний зоб, які часто розвиваються після запровадження солі з високим вмістом йоду в регіонах із попередньою важкою йодною недостатністю і високою захворюваністю на зоб, стає дуже серйозною проблемою. Сьогодні стає очевидним, що ліквідація дефіциту одного з мікроелементів не може повністю вирішити проблему. У значній частині населення нестача йоду поєднується з дефіцитом білку, селену, заліза, міді, цинку та інших мікроелементів, які беруть участь у забезпеченні функції щитовидної залози [15].

З часом стало зрозуміло, що цей простий дешевий метод колективної профілактики здатен лише покращити забезпечення йодом, але не вирішує повністю проблему йоддефіцитних захворювань.

Не дало бажаних результатів введення йодиду калію в хліб, плавлені сирки, дріжджі, печиво та інші продукти.

Основними харчовими джерела йоду є картопля, морква, перець, огірки, часник, салат, шпинат, редька, спаржа, помідори, ревіль, капуста цибуля; ягоди та фрукти: полуниця, банани, журавлина, чорноплідна горобина, яблука (насіння), горіхи (зерна, листя), зернові: гречана крупа, жито, овес; горох, а також гриби, яйця (жовток); але особливо багато його в рибі та нерибних продуктах моря, зокрема у водоростях.

Тому, найкраща форма забезпечення населення стабільним йодом і низкою інших мікроелементів – це вживання морської риби, морських водоростей, препаратів і харчових продуктів із них. У їх складі міститься (на суху речовину) органічні речовини (77-86%); клітковина (12,3-21,3%); азотисті речовини (6,5-13,8%); пектин (10-15%); альгінова кислота (15-38,1%); маніт (4-18%); мінеральні речовини (14-23%).

Вони та біологічно активні добавки з них позитивно впливають на обмін речовин в організмі, зменшують накопичення радіонуклідів цезію та стронцію, солей важких металів – свинцю, ртуті, кадмію; нормалізують стан травної, тиреоїдної, кровотворної та імунної систем.

У морях України є великі запаси бурої водорості – цистозіри. Не вдаючись детально в аналіз хімічного складу, відзначимо, що 1 г (на суху речовину) її забезпечує добову потребу в йоді, марганці, селені, кобальті. Вміст йоду (75-175 мг/100г), селену (65-95 мг/100г), заліза (15-30 мг/100г), кобальту (3,3-3,5 мг/100г) та інших мікроелементів ставить цистозіру за цими показниками на перше місце серед харчових продуктів України. Крім того, у її складі багато полісахаридів – альгінової кислоти, фукоїдину, йодовмісних амінокислот і вітамінів.

Світовий та вітчизняний досвід засвідчує, що найбільш ефективним і доцільним з економічної, соціальної, гігієнічної і технологічної точок зору заходом кардинального вирішення проблеми є розробка і налагодження виробництва різноманітних спеціальних харчових продуктів, додатково збагачених дефіцитними (в раціонах харчування) нутрієнтами. При цьому, недоцільно збагачувати продукт лише одним, найбільш дефіцитним нутрієнтом [16].

Розроблено рецептури та технології виробництва харчових продуктів та дієтичних добавок, проведено їх медико-біологічну оцінку та клінічні спостереження на дітях і дорослих пацієнтах. Результати досліджень довели, що вживання дієтичної добавки з цистозіри сприяло покращенню забезпеченості йодом у всіх обстежених дітей Полісся: йодурія зросла у 1,5-2,5 рази. Але найкраще ефективність проведених заходів підтверджують дані про функціональний стан щитовидної залози до та після вживання цієї дієтичної добавки: кількість йоддефіцитних захворювань зменшилася у 1,6-7 разів (у різних районах і селах).

Хоча «морська фармакологія» і «морська кулінарія» ще тільки зароджується, рослинні та тваринні організми моря можуть стати унікальними джерелами ліків і харчових продуктів, здатних допомогти у профілактиці та лікуванні самих важких захворювань. У майбутньому будуть створені нові препарати та харчові продукти на основі дарунків моря.

Забезпечення населення дієтичними добавками та харчовими продуктами з додаванням морських водоростей розраховане на критичні верстви населення, що потребують додаткових зусиль (вагітні, жінки-годувальниці, діти та підлітки, хворі на гіпертонію, нефрози та ін. захворювання), яким рекомендується обмежене вживання кухонної солі.

Які ж конкретні пропозиції щодо харчування в нинішніх умовах?

1. Калорійність їжі повинна відповідати енерготрасам. Бажано обмежити вживання всіх жирів, як тваринних, так і рослинних.
2. Джерелом білка в традиційному харчуванні українців є м'ясо, молочні продукти, яйця, меншою мірою – риба. Достатнє вживання їх вкрай необхідно в нинішніх умовах.
3. Як джерело вуглеводів бажано вживати хліб з борошна грубого помелу (житній), хліб із плющеного зерна, хліб з висівками; з круп – гречану, пшоняну, перлову та вівсяну. Також слід включати в раціон бобові (квасоля, горох, боби).
4. Свіжі овочі, фрукти та ягодами є носіями вітамінів, мінеральних речовин (калій, кальцій, залізо, магній, мікроелементи). Морські овочі, на жаль, не є традиційною їжею населення України, але їх обов'язково треба включати в раціони харчування.

Отже, щоб забезпечити надходження в організм всіх важливих харчових речовин, харчування має бути різноманітним, з включенням у раціон молочних продуктів, м'яса, яєць, хліба, фруктів та овочів. В нинішній економічній ситуації важко давати рекомендації щодо продуктового кошика і сподіватися на їх виконання.

Все ж таки ми рекомендуємо, якщо є можливість, у добовій раціон включати: 200-250 г нежирного м'яса, м'ясних і рибних продуктів; 0,5 л молока чи кисломолочних продуктів; 50-200 г сиру, 250-300 г хліба, з них 200-250 г із борошна грубого помелу, 300-350 г картоплі, 400-450 г овочів (в першу чергу моркви, буряка, капусти, огірків, томатів, баклажанів тощо), 150-200г фруктів, 20-25 г рослинних жирів, 40-45 г крупів.

Література

1. Медичні наслідки Чорнобильської катастрофи: 1986-2011/За ред. А.М.Сердюка, В.Г. Бекешка, А.Д. Базики// Тернопіль: Укрмедкнига, 2011. – 1092 с.
2. Удобрения и пестициды: когда продукты становятся ядом? – Режим доступу: <http://homel.greenbelarus.info/articles/29-06-2016/udobreniya-i-pesticydy-kogda-produkty-stanovyatsya-yadom>
3. Смоляр В. І. Основні тенденції в харчуванні населення України / В. І.Смоляр // Проблеми харчування. — 2007. — № 4 (17). — С. 5–10.

4. Щелкунов Л.Ф. Пища и экология / Л.Ф. Щелкунов, М.С. Дудкин, В.Н. Корзун. – Одесса: Оптимум, 2000. – 516 с.
5. *Макро- та мікроелементи* (обмін, патологія та методи визначення) : моногр. / [Погорелов М. В., Бумейстер В. І., Ткач Г. Ф. та ін.]. — Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 147 с.
6. Корзун В.Н. Харчування в умовах широкомасштабної аварії та її наслідків /В.Н. Корзун, В.І. Сагло, А.М. Парац//Укр. мед. часопис. – 2002. – XI-XII. – С. 99-105.
7. Корзун В.Н. Заходи з мінімізації дози внутрішнього опромінення населення (огляд літератури, повідомлення 2)/В.Н. Корзун// Довкілля та здоров'я. – 2012. – №2 (61). С.23-29.
8. Проблема мікроелементів у харчуванні населення України та шляхи їх вирішення / В.Н. Корзун, І.П. Козярін, А.М.Парац та ін. // Проблеми харчування. – 2007. – №1. – С. 5-11.
9. Методи профілактики йод дефіцитних захворювань у жінок та дітей / авт. Корзун В.Н., Т.В. Авраменко, Ю.В. Давидова та ін.//Методичні рекомендації. – Київ. – 2014. – 24 с.
10. *Микроэлементозы* человека: этиология, классификация, органопатология. / [Авцын А. П., Жаворонков А. А., Риш М. А. и др.] — М. : Медицина, 1991. — 46 с.
11. *Микронутриенты* в питании здорового и больного человека / [Тутельян В.А., Спиричев В.Б., Суханов Б.П., Кудашева В.А.]. — М. : Колос, 2002. — 424 с.
12. Причины изменений в структуре питания современного человека. Здоровье и организм: полезные советы. – Режим доступа : <http://opportunity.com.ua/teoriya/prichiny-izmenenij-v-strukture-pitaniya-sovremennogo-cheloveka.html>.
13. Наказ МОЗ України № 272 від 18.11.1999 р. «Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії».
14. *Иммунофармакология* микроэлементов / [Кудрин А. В., Скальный А. В., Жаворонков А. А. и др.] – М. : Изд-во КМК, 2000 – 537 с.
15. Соціальні, економічні і медико-біологічні аспекти харчування. – Режим доступа: http://15430723/meditsina/sotsialni_ekonomichni_mediko-biologichni_aspekti_harchuvannya
16. *Нові підходи* у вирішенні проблеми ліквідації йоддефіцитних захворювань / Корзун В. Н., Парац А. М., Бруслова К. М. та ін. // Проблеми харчування. — 2004. — № 3. — С. 21—25.

Білявська Ю.В., кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, Київський національний
торговельно-економічний університет

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ БЕНЧМАРКІНГУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ОПЕРАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ

Сьогодні, в умовах масового споживання та конкурентного ринку дуже важливо обрати правильний напрям у виборі того чи іншого ринку, а ще вагомішу роль відіграють засоби за допомогою яких буде здійснюватися вихід на цей ринок. Пошук нових та нестандартних рішень, які дадуть змогу завоювати споживача – ось мета кожного підприємства, а бенчмаркінг і є одним з таких рішень, тільки важливо правильно застосувати цей інструментарій задля реалізації основних цілей підприємства.

Процеси глобалізації та інтеграції національних економік у єдине світове господарство, посилення конкурентної боротьби на ринку з усіх напрямів потребують проведення суб'єктами господарської діяльності постійного системного моніторингу і пошуку нових можливостей, щодо збереження та примноження своїх позицій на ринку. Такі ж особливості притаманні і підприємствам, що функціонують у сфері туризму, які потребують швидкого та адекватного реагування на зовнішні зміни, з урахуванням впливу внутрішніх факторів. Цим і зумовлено функціонування системи управління якістю в процесі операційної діяльності туристичного підприємства-оператора.

Ефективним інструментом для виявлення вимог споживачів і оцінки ступеня відповідності цим вимогам та методом регулювання якості туристичного продукту може бути бенчмаркінг. Як дієвий інструментарій бенчмаркінг з точки зору логістичного підходу вже тривалий час використовують у ЄС, США, Японії та Канаді, тоді як в Україні розвиток цього виду пошуку можливостей для підприємств активно розвивається та має значні перспективи.

Проблемам підвищення якості операційних процесів, а відповідно й якості обслуговування, з використанням логістичного підходу, на підприємствах туристичного бізнесу присвячені роботи багатьох авторів, у тому числі Є.В. Крикавського, Н.І. Чухрай, А.М. Гаджинської. Питання комплексного аналізу забезпечення якості обслуговування з допомогою бенчмаркінгу розглядають такі дослідники, як Грегорі Х. Ватсон, Жарлинська Р.Г. та Слободянюк М.Ю, зокрема, вони

аргументують, що якість товарів і послуг безпосередньо залежить від методів управління. Разом з цим, недостатньо дослідженими залишаються питання розробки комплексного підходу щодо створення єдиної системи управління якістю операційних процесів, яка проводиться на туристичних підприємствах-операторах, але дана обставина може бути пояснена складністю оцінювання сформованого туристичного пакету (переважно через індивідуальний підхід до кожного споживача), одночасно не визначені критерії та показники якості туристичного продукту.

Мета дослідження полягає в розкритті змісту та особливості використання бенчмаркінгу в операційному процесі туристичного підприємства-оператора.

Бенчмаркінг можна визначити як «порівняльний аналіз результатів якоїсь діяльності по відношенню до певного стандарту, який вважається оптимальним». Д. Кернс дає наступне визначення бенчмаркінгу: «постійний процес кількісної оцінки продуктів, послуг або процесів в порівнянні з показниками, досягнутими конкурентами і фірмами, які є лідерами в даному секторі» [5].

Класичним визначенням бенчмаркінгу є слова засновника цього методу вдосконалення Роберта Кемпа: – бенчмаркінг – це пошук кращих методів, які ведуть до покращення діяльності.

Більш розгорнуте визначення дає Григорі Ватсон: – бенчмаркінг – це процес систематичного і неперервного виміру: оцінка процесів підприємства і їх порівняння з процесами підприємств-лідерів з метою отримання інформації, корисної для покращення власної діяльності [1].

Н. Козак трактує поняття – бенчмаркінгу як безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до більш досконалої форми та механізм ідентифікації, копіювання та адаптації досягнень інших до своєї організації [2].

Б. Андерсен, професор Норвезького університету науки і технології вважає, що бенчмаркінг – це постійне вимірювання і порівняння окремо взятого бізнес-процесу з еталонним процесом провідної організації для збору інформації, яка допоможе даному підприємству визначити мету свого вдосконалення і провести заходи щодо поліпшення роботи [3, с. 327].

У Японії бенчмаркінг за змістом співставляється з терміном «dantotsu», що означає прагнення до кращого, досягнення ідеалу. У західному підприємстві він отримав широке розповсюдження і застосовується великою кількістю компаній з метою досягнення переваг

над іншими через пошук і адаптацію методів, що призводять до найвищих досягнень [4].

Ринок туристичних послуг сьогодні перебуває у стані перенасичення. Для того щоб потрапити і закріпитися на ринку новостворене підприємство повинно володіти беззаперечною конкурентною перевагою – наприклад, відповідність останнього критеріям якості або вигідним умовам цінової політики. До того ж, конкурентні переваги потрібні й вже діючим підприємствам, адже за допомогою їх туристичні підприємства-оператори можуть претендувати на більшу частку ринка.

Отже, окремо хочеться окреслити операційний бенчмаркінг, як певний метод управління бізнесом, що проводиться на основі детального аналізу конкурентних переваг інших підприємств. Загалом виділяють чотири способи щодо випередження конкурентів, тобто «...підприємств, що виробляють та реалізують товари чи послуги, які є майже аналогічними або заміниками): надати клієнту продукт з параметрами, що перевершують аналоги; надати виняткову якість продукту; запропонувати більш високий рівень обслуговування клієнтів та розробити бренд-імідж» [5].

Особливістю бенчмаркінгу є отримання інформації не лише про конкурентів, а й про погляди клієнтів на критерії вагомості впливу щодо придбання будь яких товарів чи послуг. При цьому бенчмаркінг може проводитися на двох рівнях.

Перший рівень або стратегічний бенчмаркінг передбачає забезпечення відповідності стратегії туристичного підприємства-оператора ключовим факторам успіху в галузі і стратегіям поведінки конкурентів. Це переважно інструмент управління туристичним бізнесом в цілому.

Другий рівень – операційний бенчмаркінг – більш детальний [7]. В даному випадку аналіз буде спрямований на те, щоб різні види господарської діяльності туристичного підприємства-оператора (собівартість виробництва, ефективність продажів, тощо), були достатніми для побудови конкурентної переваги.

Виходячи з цього, операційний бенчмаркінг спрямований на пошук шляхів збільшення ціни товару або послуги за допомогою їх широкої диференціації на ринку або шляхом зниження собівартості, або використовуючи вищезазначені підходи одночасно. Методи даного виду бенчмаркінгу передбачають певні кроки, що орієнтуються на надання послуг та досягнення позитивного результату в процесі господарської діяльності туристичного підприємства-оператора.

Операційний бенчмаркінг – це комплексна за своїм змістом управлінська процедура, у процесі здійснення якої буде здійснено

досконале вивчення і послідовний аналіз собівартості робіт чи послуг; аналіз виявлених відмінностей в операційному процесі від конкурентів; сукупний аналіз діяльності [4]. На рис. 1 наведено критерії проведення бенчмаркінгу в ланцюгу між туристичним оператором і туристичним агентством.

Необхідною частиною бенчмаркінгу буде порівняння собівартості власного продукту чи послуги із собівартістю продукту чи послуги підприємства-конкурента, при чому саме підприємств-лідерів в даній сфері господарювання.

Це можна пояснити тим, що зазвичай ціна відіграє вирішальну роль у виборі кінцевого середньостатистичного споживача.



*Рис. 1. Критерії проведення бенчмаркінгу в ланцюгу між туристичним оператором і туристичним агентством
Розроблено автором*

Аналіз собівартості є невід’ємним етапом з врегулювання ціни і якості продукції, товарів і послуг, що надаються. Спираючись на результати аналізу, можна зробити переоцінку продукції підприємства [4].

Проте при цьому бенчмаркінг передбачає не «беззаперечне слідування» за лідером на ринку, а використання отриманої інформації про конкурента з метою формування власної операційної стратегії.

Докладне вивчення відмінностей продукції власного виробництва від аналогічних товарів чи послуг конкурентів у подальшій діяльності підприємства дає можливість випускати більш якісний для споживача товар чи послугу. В умовах сучасної ринкової економіки ця перевага інколи є вирішальним фактором для завоювання прихильності у споживачів.

Існує багато різновидів бенчмаркінгу, що можуть бути використанні підприємствами [6]. Але, перед початком порівняльного аналізу необхідно визначитися, який вид бенчмаркінгу раціонально використовувати саме в даному випадку, оскільки кожен вид вимагає певного рівня фінансових витрат та має бути економічно обґрунтованим і, відповідно, результативним.

1. *Внутрішній бенчмаркінг* передбачає проведення підприємством дослідження роботи своїх підрозділів і визначення факторів, що впливають на успішність їх діяльності, а також порівняння результатів з ефективністю виконання подібних операцій у різних підрозділах. В даному випадку, підприємству необхідно, як можливо об'єктивніше, оцінити своє внутрішнє становище. Звичайно, внутрішні відомості про інше підприємство (для порівняння), отримати дуже складно, але можна провести такий порівняльний аналіз на підставі отриманої інформації стосовно трудової політики підприємства та її організаційної культури.

2. *Конкурентний бенчмаркінг* або пряме порівняння з кращими підприємствами конкурентів. При цьому зіставляються аналогічні операційні процеси з метою отримання позитивного досвіду. Прикладом для туристичних підприємств може бути порівняння процесу створення туристичного продукту в Таїланді двома різними туристичними операторами.

3. *Функціональний бенчмаркінг* означає вивчення техніки операційних процесів підприємства-лідера в галузі. Одночасно з цим проводиться аналіз діяльності власного туристичного підприємства-оператора, що спрямований на виявлення недоліків, які негативним чином впливають на отримання аналогічних (позитивних) результатів, а потім ведеться пошук методичного інструментарію, завдяки якому можна посилити відстаючі позиції.

4. *Інноваційний бенчмаркінг* спрямований на вивчення нових розробок на підприємствах окресленої галузі та ефекту від впровадження цих розробок.

Бенчмаркінг для всіх суб'єктів господарської діяльності буде проводитися за певними уніфікованими принципами та за певною технологією. Туристичне підприємство-оператор повинне здійснити ряд послідовних кроків, які приведуть його до очікуваного результату. А вже кількість кроків та їх змістовність буде залежати від поставлених цілей. Визначені етапи бенчмаркінгу на туристичному підприємстві-операторі представлено на рис. 2.

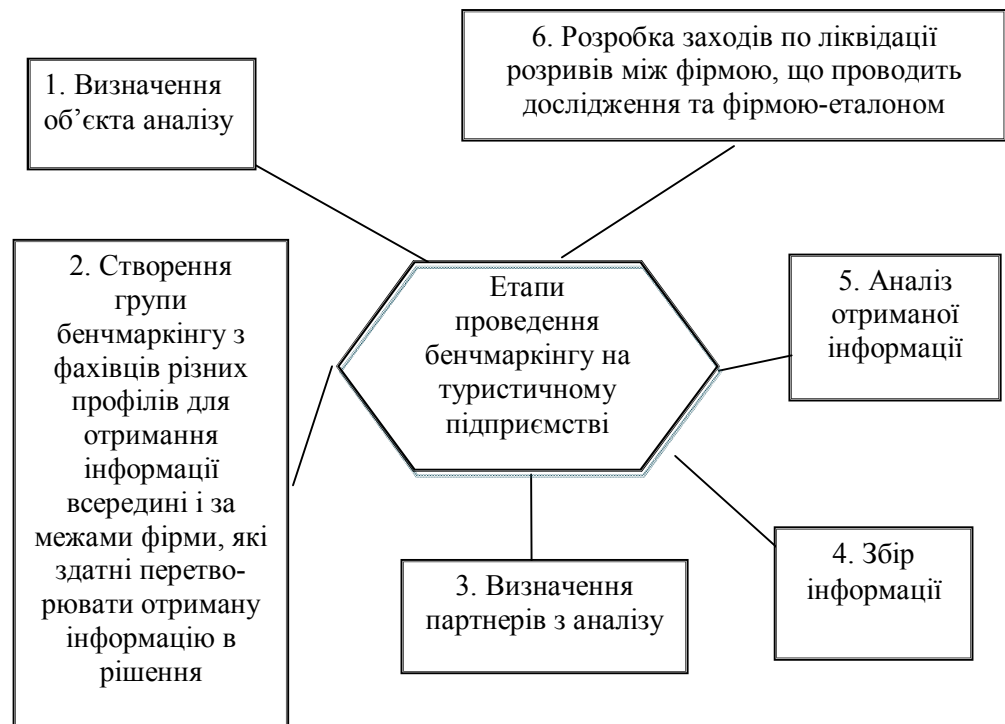


Рис. 2. Етапи проведення бенчмаркінгу на туристичному підприємстві-операторі

Розроблено автором

Виходячи з вищезазначених етапів проведення бенчмаркінгу, можна дійти висновку, що даний інструмент підвищення конкурентоспроможності доцільно використовувати підприємствам, що дотримуються логістичного підходу до ведення господарської діяльності. Особливість застосування саме цього підходу, полягає в тому, що кожен наступний стан досліджуваного об'єкту та його сукупність розглядаються у їхньому взаємозв'язку та розвитку. Складні об'єкти при цьому досліджуються як ієрархічно побудована єдність відкритих систем, причому

обґрунтовані рішення повинні враховувати їх вплив на суміжні елементи зв'язку [1]. Тому, будь-яке сучасне підприємство, як відкрита система, у своїй діяльності має використовувати даний підхід для проектування свого розвитку. Це дозволить вирішити такі важливі завдання як: визначення раціональних цілей розвитку; знаходження шляхів і засобів досягнення цих цілей через виявлення зв'язків і дослідження взаємодії множини факторів впливу; узгодження цілей та засобів їх досягнення з потребою в ресурсах (враховуючи обмеженість останніх).

Ще однією об'єктивною причиною – чому використання бенчмаркінгу має базуватися на логістичному підході є те, що основними інструментами логістичного підходу є аналіз і синтез досліджуваної системи [3]. Відповідно бенчмаркінг – це комплексний інструмент, який передбачає аналіз підприємства, в цілому, зокрема конкурентних переваг, та аналіз і порівняння окремих внутрішніх елементів його організації, зокрема операційних процесів. Саме такий аналіз системи дозволяє виявити її найбільш суттєві складові, надати їм характеристику, а також оцінку взаємодії дії один з одним [2].

Використання логістичного підходу є найбільш вдалим варіантом для впровадження ефективної системи управління якістю на туристичному підприємстві-операторі та управління обслуговуванням туристичних потоків.

Використання такого підходу на регіональному рівні дозволить досягти синергетичного ефекту у вигляді додаткового соціально-економічного ефекту за рахунок посилення взаємозв'язків туристичних підприємств-операторів.

Впровадження бенчмаркінгу, як методу управління в діяльність туристичного підприємства-оператора повинно суттєво підвищити його конкурентоспроможність та сприяти загальному поліпшенню рівня ефективності національної економіки.

Для використання концепції бенчмаркінгу з точки зору логістичного підходу до управління пропонується застосовувати наступний алгоритм, рис. 3, що адаптований для туристичного підприємства-оператора:

Таким чином, під бенчмаркінгом слід розуміти не сліпе копіювання чужого досвіду (бізнес-тактику). Суть цього методичного підходу полягає у тому, щоб розробити формалізовану систему показників ефективності, вивчити, як досягається кожен з них, який їхній безпосередній внесок у кінцевий результат, а вже потім усвідомлено приймати управлінське рішення для відтворення або впровадження необхідного набору бізнес-рішень.

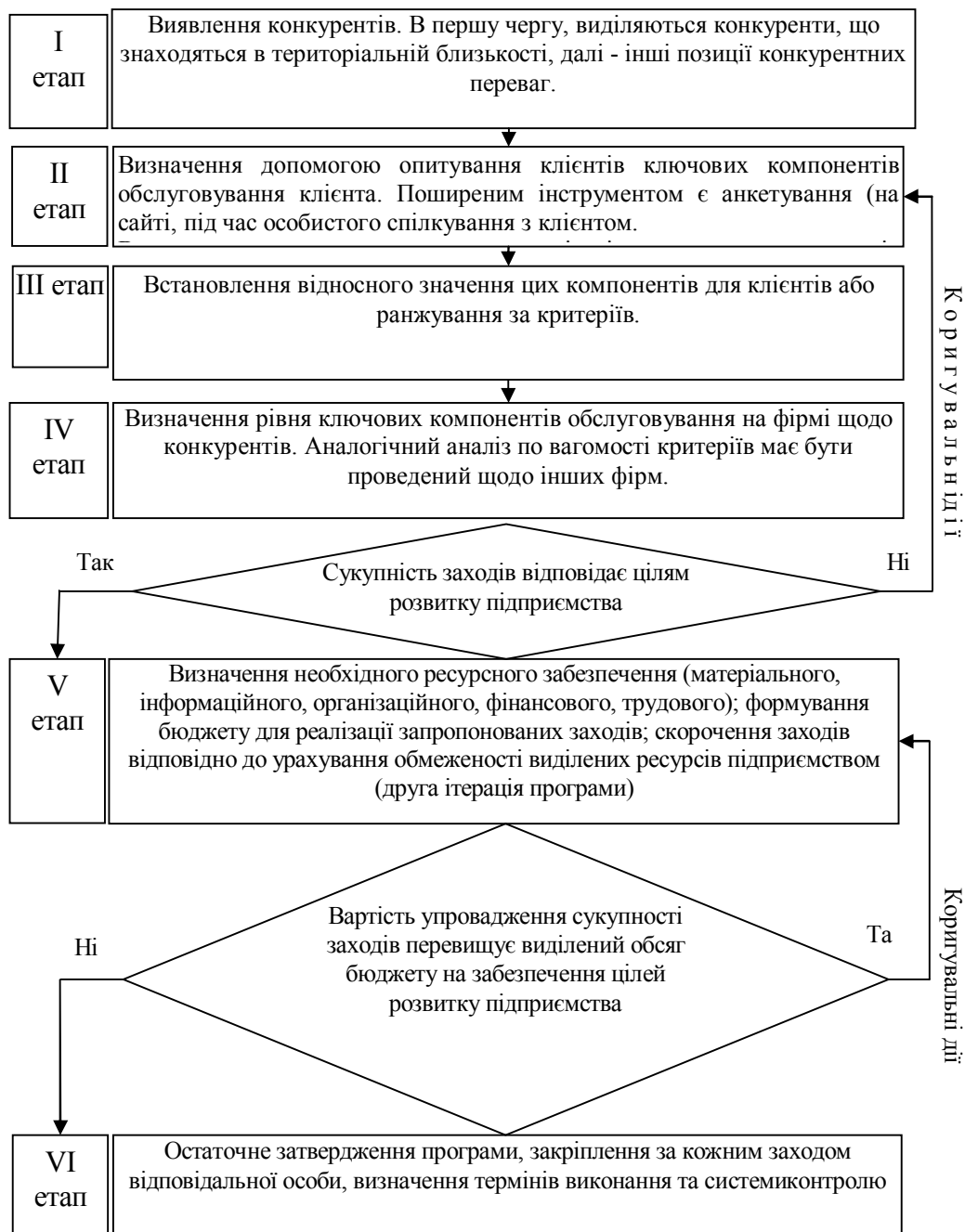


Рис. 3. Алгоритм використання концепції бенчмаркінгу в діяльності туристичного підприємства-оператора

Розроблено автором

Великий потенціал бенчмаркінгу у вдосконаленні операційних процесів на туристичному підприємстві-операторі обумовлений тим, що саме цей методичний підхід дозволяє отримати позитивний досвід. Порівняння діяльності підприємств-конкурентів дозволяє виявити помилки, що можуть трапитися в процесі господарської діяльності підприємства та визначити сильні сторони впливу на споживчий попит одночасно. Логістичний підхід при використанні бенчмаркінгу допомагає усвідомити потребу в змінах окремих елементів операційного процесу на туристичному підприємстві-операторі, показуючи як саме необхідно перетворювати операції та яким чином здійснюється розподіл ресурсів задля досягнення більшої ефективності.

Таким чином, бенчмаркінг можна вважати методом безперервного вдосконалення діяльності будь-якого виду, в тому числі й туристичної. Завдяки бенчмаркінгу туристичне підприємство-оператор може досягти високого рівня якості туристичних послуг шляхом еталонного порівняння. При цьому організація-еталон, як умовна планка має бути реально досяжною а не статистичною величиною, і повинна змінюватися відповідно до зміни зовнішніх умов і можливостей підприємства. В Україні інструмент бенчмаркінгу можуть дозволити собі використовувати лише стійкі туристичні підприємства, що ефективно працюють на ринку та мають великий досвід та матеріальну базу для проведення такого дослідження та порівняльного аналізу. Проте, малі та середні суб'єкти туристичного бізнесу також потребують використання бенчмаркінгу в процесі своєї операційної діяльності. На розгляд цього питання і мають бути направлені подальші дослідження. Використовуючи наприклад, внутрішній бенчмаркінг, туристичне підприємство-оператор має всі шанси на збільшення своєї частку на ринку та підвищення власної конкурентоспроможності.

Література

1. Григорьев М.Н. Логистика. Продвинутый курс : учеб. для магнетрон. / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров // 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Изд-во Юрайт, 2012. — 531 с.
Grigorev M.N. Logistika. *Prodvinutyiy kurs : ucheb. dlya magnetron.* / M.N. Grigorev, A.P. Dolgov, S.A. Uvarov // 3-E izd., pererab. i don. — M. : Izd-vo Yurayt, 2012. — 531 s.
2. Соколов И.А. Внедрение моделей инновационной логистики в деятельности туристских фирм в условиях устранения проблем их функционирования / И.А Соколов // Украинский туризм. – 2007. — № 4. – С. 41–47.

- Sokolov I.A. *Vnedrenie modeley innovatsionnoy logistiki v deyatelnosti turisticheskikh firm v usloviyakh ustraneniya problem ih funktsionirovaniya* / I.A. Sokolov // *Ukrainskiy turizm*. — 2007. — № 4. — S. 41–47.
3. Крикавський Е. Логістика. Основи теорії / Е. Крикавський. — Львів : «Інтелект-Запад», 2006. — 456 с.
Krikavskiy E. *Logistika. Osnovyi teorii* / E. Krikavskiy. — Lvov : «Intellect-Zapad», 2006. — 456 s.
 4. Воєводина Н.А. Бенчмаркінг – інструмент розвитку конкурентних переваг / А.В. Кулагіпа, Е.Ю. Логинова, В.Б. Толберг. — М. : ЛА «Научна Книга», 2009. — 117 с.
Voevodina N.A. *Benchmarking – instrument rozvitiya konkurentnykh preimuschestv* / A.V. Kulagipa, E.Yu. Loginova, V.B. Tolberg. — M. : LA «Nauchnaya Kniga», 2009. — 117 s.
 5. Реутов В. Операційний бенчмаркінг : аналіз і порівняння конкурентних переваг по продуктам, послугам і бренд-іміджу // — [Електронний ресурс] — Систем. Вимоги : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/ 2000/NT/XP. — Режим доступу : http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_640/
Reutov V. *Operatsionniy benchmarking : analiz i sravnenie konkurentnykh preimuschestv po produktam, uslugam i brend-imidzhu* // — [Elektronniy resurs] — Sistem. Vimogi : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/ 2000/NT/XP. — Rezhim dostupu : — http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_640/
 6. Грегорі Х. Ватсон. Бенчмаркінг в прикладах / Ватсон. Х. Грегорі // Делове совершенство. — 2006. — № 8 — С. 29–33.
Gregori X. Watson. *Benchmarking v primerah* / Watson. X. Gregori // *Delovoe sovershenstvo*. — 2006. — № 8 — S. 29–33.
 7. Жарлінська Р.Г., Слободянюк М.Ю. Бенчмаркінг як метод управління бізнесом : [матеріали конференції 2006 г.] // Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. — [Електронний ресурс] — Систем. Вимоги : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/ 2000/NT/XP. — Режим доступу : <http://intkonf.org/k-e-n-zharlinskaya-r-g-slobodyanyuk-m-yu-benchmarking-kak-metod-upravleniya-biznesom/>
Zharlinskaya R.G., Slobodyanyuk M.Yu. *Benchmarking kak metod upravleniya biznesom* : [materialyi konferentsii 2006 g.] // *Vinnitskiy trgovno-ekonomicheskiy institut KNTEU*. — [Elektronniy resurs] — Sistem. Vimogi : Pentium-266; 32 Mb RAM ; Windows 98/ 2000/NT/XP. — Rezhim dostupu : <http://intkonf.org/k-e-n-zharlinskaya-r-g-slobodyanyuk-m-yu-benchmarking-kak-metod-upravleniya-biznesom/>

Бойко М.Г., д.е.н., професор, з
авідувач кафедри готельно-ресторанного
бізнесу Київського національного
торговельно-економічного університету
Охріменко А.Г., к.е.н., доцент кафедри
готельно-ресторанного бізнесу Київського
національного торговельно-економічного
університету

КОМУНІКАТИВНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ТУРИСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ

Національна туристична система є складовою економічної системи, базується на міжгалузевій взаємодії суб'єктів господарювання щодо виробництва, реалізації та організації споживання туристичного продукту. Її структуру формують ресурсний потенціал, інфраструктура, суб'єкти туристичної діяльності, інституційні структури. Національна туристична система є гетерогенною та динамічною, характеризується вертикальними і горизонтальними зв'язками.

У розвинених країнах (Іспанія, Франція, Німеччина, США, Великобританія), де сформовані та імплементовані чіткі візія, умови, принципи розвитку, побудовано прозорий і ефективний механізм управління національною туристичною системою, забезпечуються високі позиції у світовому рейтингу економічних систем, зокрема у «Звіті про конкурентоспроможність туристичного сектору» [1] експертами Світового економічного форуму (WEF).

В Україні не сформовано концепції управління національною туристичною системою. При цьому у законодавчому полі є нормативні акти, які регулюють функціонування її складових, проте імплементація у національну економічну систему не є дієвою. З'ясовано, що це обумовлено систематичною реорганізацією органів державного управління, зміною пріоритетів, відсутністю державного фінансування. На регіональному та місцевому рівнях прийняті окремі програми, в яких спостерігається неузгодженість державних та регіональних інтересів різного змістового наповнення щодо розвитку національної туристичної системи. У Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [2], що є основним програмним документом країни, лише задекларовано серед 62 пріоритетів прийняття і реалізацію «Програми розвитку туризму». Відсутність єдиної науково-обґрунтованої основи розвитку національної

туристичної системи та узгодженості із національними пріоритетами, призводить до неефективного вирішення стратегічних проблем, не дозволяє інвесторам оцінити доцільність вкладень інвестицій. Зазначені фактори негативно впливають на практичну дієвість національної туристичної системи.

Таким чином, в Україні існує необхідність виявлення параметрів, закономірностей і трендів національної туристичної системи з урахуванням впливу екзо- та ендогенного середовища для розроблення прогресивного стратегічного вектору розвитку.

Це актуалізує вирішення наукового завдання щодо використання парадигм управління національною туристичною системою, які найбільш продуктивно відображатимуть цей процес у контексті набуття нею гнучкості та збалансованості для підвищення її соціально-економічної значимості як підсистеми національної економіки.

З огляду на викладене, важливим науковим завданням є дослідження парадигм управління, інструментарій яких спроможний активізувати компоненти національної туристичної системи та їх взаємозв'язки для ефективної інтеграції до європейського та світового співтовариства.

Передумовою формування парадигм управління національною туристичною системою є її дослідження як економічної системи. У науковому середовищі основними парадигмами вивчення економічних систем є: неокласична, інституційна, еволюційна, технологічна, постіндустріальна, сталого розвитку та інші.

Зазначені наукові парадигми підтверджують припущення про те, що національна туристична система є складовою національної та світової економіки, що свідчить про її дуалізм, оскільки:

- по-перше, ця система розглядається як об'єкт і суб'єкт впливу політичних, економічних, технологічних, культурних, ідеологічних, ментальних, психологічних, історичних, географічних та інших факторів;
- по-друге, національна туристична система є підсистемою національного соціально-економічного простору, в якому функціонують, взаємодіють інші підсистеми, спричиняючи асиметрію її розвитку.

В цьому ключі крім зазначених парадигм, закономірним є використання до процесу управління національної туристичної системи України також і комунікативної парадигми, положення якої в сучасному європейському співтоваристві формують основоположні принципи функціонування і розвитку, що підтверджується як працями провідних науковців, так і практичним втіленням ідей у роботі керівних органів Європейського Союзу (ЄС).

На основі комунікативного підходу розкривається вплив чинника випадковості (комунікація), що постає у дослідженні «зовнішньою» детермінантою інституювання владних відносин, передбачає альтернативу (деінституалізацію) в процесі розвитку такої інституції, розширення меж громадянської сфери. За допомогою інструментарію комунікативного підходу досліджується зміна функціональних параметрів інституту політичної влади на комунікативних засадах [3].

Проблематика комунікативної парадигми розвитку суспільних відносин обґрунтована у наукових працях Ю. Хабермаса, П. Бурд'є, Е.Гідденса, Х. Йонаса, Й. Когана, Н. Лумана, К. Поппера, П. Штомпки та інших. В яких обґрунтовується необхідність запровадження нових управлінських моделей макроекономічного рівня, здатних до підвищення ефективності співробітництва між державою і суспільством, і як наслідок – формування більш відкритого демократичного суспільства, а також підвищення добробуту громадян. Результати їх досліджень втілено у демократичних управлінських моделях «Governance», нового публічного менеджменту, нового регіоналізму, що використовується у ЄС.

Основні положення парадигми «Governance» як концепції застосовуються європейськими інституціями у трьох різних сферах:

- побудови внутрішньої європейської системи управління;
- співробітництва з державами-партнерами ЄС у сфері розвитку;
- відносин з організаціями громадянського суспільства [4].

На думку Ю. Хабермаса, одного із провідних теоретиків комунікативної парадигми «формування комунікативності сприяє пошукам індивідуальної та колективної ідентичності, підтримує відродження прихованих можливостей самовираження та спілкування» [6].

В Україні ідеї комунікативної парадигми управління на макроекономічному рівні також втілюються у наукових дослідженнях та у практичній діяльності. Як зазначається у дослідженнях В.Корженко, Л.Хашієвої «сьогодні ... на відміну від теоретико-пізнавальних і соціальних доктрин Нового часу, що осмислювали світ у межах пізнавального співвідношення суб'єкт–об'єкт, сучасна соціальна думка зміщує фокус дослідження на сферу інтерсуб'єктивності, а об'єктом її рефлексії стає комунікація» [7, с.12]. Тому, «на відміну від суб'єктно–об'єктної парадигми, в межах якої управління розглядається як цілеспрямований вплив суб'єкта управління на об'єкт управління з метою зміни стану або поведінки останнього (цілераціональна дія за М.Вебером), з точки зору комунікативної парадигми доцільно трактувати управління через призму поняття інтерсуб'єктивності: суб'єкт не лише здійснює вплив на об'єкт, але й узгоджує свої дії з приводу даного

впливу з іншими суб'єктами (співсуб'єктами) управління» [Мульти суб'єкт/!!!!!! ПРИКЛАД ДЕРЖ СИСТЕМА /NMKD/library_nadu/Navch_Posybniky/179ee7f8-85b2-4b5a-8c9a-94a685407920.pdf8, с. 16-17].

Незважаючи на значну кількість наукових доробок, присвячених тим чи іншим аспектам зазначеної проблеми, концепція комунікативної парадигми державного управління залишається у стадії формування та становлення. У сучасній науковій думці вона представлена лише у вигляді окремих ідей, принципів і теоретико-методологічних положень, що зумовлює необхідність подальших дослідницьких зусиль у цьому напрямі [9, с. 99]

До основних відмінностей комунікативної парадигми управління від традиційної суб'єктно-об'єктної слід віднести такі:

- за характером управлінської дії: остання є не лише цілераціональною (спрямованою на досягнення результату), але й, передусім, комунікативною (спрямованою на досягнення взаєморозуміння);
- за характером управлінських відносин: комунікативна парадигма будується переважно на логіці горизонтальних партнерських суб'єктно-суб'єктних відносин;
- за механізмом реалізації управлінського впливу: перехід від адміністративного примусу до соціального дискурсу (як вищої форми комунікації), що передбачає узгодження інтересів співсуб'єктів з метою зближення їх позицій шляхом аргументації та переконань [8, с.16].

Комунікативна парадигма не заперечує існування суб'єктно-об'єктного типу відносин. Однак в її межах відбувається якісна трансформація об'єкта управління з об'єкта впливу на мету взаємодії співсуб'єктів. Відповідно, суттєвими ознаками комунікативної парадигми управління є такі:

- мультисуб'єктність: існування декількох взаємозалежних центрів управлінського впливу, взаємодія яких формує мультицентричну структуру суб'єкта управління;
- мультирівневість: суб'єкт управління є системою, що складається з n-ї кількості рівнів різного ступеню складності, кожен з яких базується на взаємодії елементів відповідної підсистеми;
- інтерсуб'єктивність як спосіб існування суб'єкта управління: суб'єкт управління є відносинами, в рамках яких виникає взаємозалежність двох або декількох співсуб'єктів, і не існує поза цими відносинами;
- рівноправність співсуб'єктів управління: недотримання інтересів або домінування будь-якого із співсуб'єктів порушує баланс системи й унеможливує виконання суб'єктом управління покладених на нього функцій;

- гнучка, динамічна структура суб'єкта управління: кількісний і якісний склад співсуб'єктів може змінюватися залежно від характеру та масштабу вирішуваних завдань [8, с.17].

Управління національною туристичною системою в умовах інтеграції до європейського та світового простору має будуватися на відповідній філософії та принципах комунікативної парадигми.

Мультисуб'єктність національної туристичної системи означає необхідність наявності не лише єдиного органу державної влади, що здійснює її управління, а сукупності повноцінних центрів впливу, зокрема побудови механізму міжвідомчої, бізнесової та громадської координації процесів розробки політики щодо розвитку національної туристичної системи. Зокрема, В.Г. Герасименко, досліджуючи управління туризмом на макрорівні припускає, «що з розвитком демократії та становленням громадянського суспільства все більшу роль будуть грати неурядові організації в сфері туризму. Слід очікувати розширення їх впливу на процес прийняття рішень як в розробці, так і в реалізації національної туристичної політики» [10, с.15]. У цьому форматі особлива увага має приділятися залученню громадськості (громадських організацій, аналітиків, експертів, учених) до формування національних програм розвитку на засадах державно-приватного партнерства.

Мультисуб'єктність в управлінні національною туристичною системою не передбачає повної відмови від державного регулювання процесів, проте вбачає необхідність узгодження державного регулювання, ринкового саморегулювання та врахування інтересів суспільства. Функції державного регулювання стосуються встановлення та моніторингу дотримання загальних правил функціонування ринку через законодавство, державні замовлення, стимулювання розвитку, залучення інвестицій, раціонального використання природних та культурно-історичних ресурсів, а також дотримання екологічної безпеки, соціально-економічних прав особистості, перерозподіл доходів, розвиток міжнародної співпраці, формування позитивного іміджу країни. Відповідно, роль державних органів має бути мінімально необхідною.

Характерною ознакою національної туристичної системи є її мультирівневість, оскільки чітко виділяються національний, обласний (регіональний) та місцевий рівень³. Проте, в Україні існують проблеми щодо такої ієрархії, що пов'язано із районуванням територій. Саме тому

³У термінології Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) використовується Destination Management Organisations (DMOs) – організації, що відповідають за менеджмент і / або маркетинг туристичної дестинації, в яких виділяється три рівні: 1) національна туристична організація (НТО); 2) регіональна туристична організація (РТО); 3) місцева туристична адміністрація чи місцева туристична асоціація (МТА) [11].

межі регіональних туристичних систем не відображають їх реальний стан функціонування та не сприяють їх розвитку туристичних дестинацій за ознакою привабливості. Тому існує потреба у виділенні регіональних туристичних систем, які відобразатимуть просторове розміщення складових національної туристичної системи.

Щодо інтерсуб'єктивності, то в рамках національної туристичної системи виникають взаємозалежні відносини, які спонукають до прийняття рішень із врахуванням соціально-економічних інтересів стейкхолдерів. При цьому комунікаційна парадигма повинна стати базисом для обміну релевантною інформацією з використанням відповідних засобів.

Враховуючи важливість розвитку національної туристичної системи, вагоме значення мають механізми координації дій щодо формування позитивного іміджу дестинацій та активізації інвестиційної діяльності. В Україні центральним органом регулювання туризму є Департамент туризму та курортів при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України. Зважаючи на різноманітність складових національної туристичної системи (готельне господарство, транспорт, ресторанне господарство, інформаційно-комунікаційні технології, культурно-історичні та природні пам'ятки, страхове забезпечення тощо) існує необхідність формування комунікативної парадигми для консолідованого визначення вектора розвитку національної туристичної системи в умовах трансформаційних процесів для її інтеграції в європейський та світовий простір.

У цьому контексті необхідно також зазначити про заклики і заохочення Європейським Союзом країн, що стали на шлях демократичного розвитку і претендують в майбутньому приєднатися до ЄС, про необхідність широкого залучення недержавних суб'єктів до прийняття важливих рішень національного рівня.

Формування комунікативної парадигми управління національною туристичною системою ініціюються ЮНВТО. Цей висновок можна зробити з того, що експерти зазначають, зокрема, і про важливість застосування державно-приватного партнерства у системі управління туризмом різного рівня. В документах ЮНВТО зазначається, що «очевидним є те, що, як державний, так і приватний сектори можуть багато чого запропонувати. Державний сектор забезпечує цілісний розвиток та довгострокову стратегічну роль для забезпечення якості туризму, в той час як приватний сектор – гнучкість і тактичні дії у розвитку бізнесу. Ці сильні і слабкі сторони підкреслюють важливість партнерських відносин і формуванню синергетичного ефекту» [11].

Виділяються різні форми співпраці державного і приватного секторів щодо управління національною туристичною системою.

Можемо зазначити, що сутність комунікативної парадигми управління національною туристичною системою повинна розкривати [9, с. 104-105]:

- набуття статусу співсуб'єктів управління національною туристичною системою бізнесом і громадськістю («трикутник влади»), тобто системними суб'єктами суспільного розвитку, які мають достатні ресурси впливу на прийняття значущих рішень;
- розуміння державного управління національною туристичною системою як цілеспрямованого процесу узгодження інтересів влади та суспільства;
- регулювання взаємодії співсуб'єктів управління національною туристичною системою на основі комунікативної етики та комунікативної раціональності;
- виконання громадськістю ролі суб'єкта контролю й легітимізації владної системи в процесі соціального дискурсу щодо розвитку національної туристичної системи.

Одним із результатів практичного втілення комунікативної парадигми управління безпосередньо у туристичному бізнесі на регіональному рівні є формування інноваційних дестинацій як туристично-рекреаційних систем мережецентричного характеру (мережецентричні моделі дестинацій), в основі управління ресурсами яких знаходяться територіально розподілені мережі інфокомунікаційних вузлів. Тобто у цьому форматі комунікацію доцільно розглядати як простір мережевих відносин та багатовимірний параметральний комплекс взаємодії своєрідних характеристик: інформаційних, просторових, часових, ресурсних та силових» [3]. Як зазначається у дослідженні [12] головними характеристиками такої мережі є:

- високоефективна «інформаційна решітка», що забезпечує доступ до всієї необхідної інформації про дестинацію;
- дієва система управління туристичними ресурсами дестинації, для консолідації в єдину мережу з системою «агентів дестинації» і системою її управління.

Відповідно схема ефективної реалізації мережецентричної моделі дестинації включає [13, с.59]:

- освітні мережі;
- бізнес-мережі співробітництва малих і середніх підприємств;
- спеціалізовані соціальні мережі співробітництва.

Функціонування туристично-рекреаційних систем мережецентричного

характеру характеризується також мультирівневістю, що передбачає організацію чіткої взаємодії між туристично-рекреаційними системами різного рівня (місцевого, регіонального, національного) з метою виявлення нових трендів розвитку, превентивної ідентифікації потреб споживачів і ефективного управління цими процесами.

Формування в Україні таких мережецентричних дестинацій із використанням досвіду європейських країн сприятиме підвищенню їх економічної ефективності та стійкій конкурентоспроможності у довгостроковому періоді на національному та світовому ринку туристичних послуг.

Отже, для стимулювання розвитку національної економіки в країні повинна функціонувати така національна туристична система, в якій ефективно поєднуються механізми державного регулювання та ринкового саморегулювання, стимулюється співробітництво та кооперування між бізнесом, громадськістю, наукою, освітою та державою і здійснюється децентралізована система державної підтримки.

Отже, ідеї комунікативної парадигми в управлінні акцентують увагу на необхідність запровадження нових управлінських моделей макроекономічного рівня здатних до підвищення ефективності співробітництва між державою і суспільством, і як наслідок – формування дієвої системи управління національною туристичною системою.

Втілення ідей комунікативної парадигми у практику управління національною туристичною системою передбачає:

- формування мультисуб'єктної структури управління на взаємовигідній та рівноправній основі із залученням як окремих органів державної влади, партнерств органів державної влади (т.з. міжвідомчих органів), так і суб'єктів громадянського суспільства;
- передачу окремих функцій держави в аутсорсинг приватним організаціям;
- розширення сфери діяльності державно-приватного партнерства;
- формування мережецентричних дестинацій;
- швидке реагування зміни екзо- та ендогенного середовища;
- набуття громадськістю контролюючих функцій;
- сприяння розвитку поліцентричної системи господарювання, що стосується переміщення центрів господарювання в регіональні туристичні дестинації;
- соціальноорієнтацію підприємств збалансовану із комерційними інтересами;
- формування значного синергетичного ефекту на основі співпраці державних інституцій та громадянського суспільства.

Таким чином, можемо констатувати, що використання комунікативна парадигма управління національною туристичною системою є актуальною у контексті формування бази цивілізованої інтеграції до європейського та світового ринку туристичних послуг.

Література

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks. World Economic Forum. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
2. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12.01.2015 №5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
3. Макух О. Є. Громадянське суспільство VS інститути політичної влади: специфіка співіснування у світлі комунікативної парадигми // Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». – 2015. – № 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2574
4. Governance in the EU: A White Paper. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/governance/index_en.htm
5. Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. Bd 1-2. Frankfurt/Main, 1981.
6. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия / Ю. Хабермас // Вестн. Моск. у-та. – 1993. – № 4. – С. 43–63. – (Сер. 7. «Философия»)
7. Корженко В., Хашиєва Л. Становлення концепції Governance у процесі формування сучасного європейського адміністративного простору // Вісник Національної академії державного управління. – 2011. – №2 (4). – С.10–19.
8. Соціально-філософський аналіз публічного урядування : метод. рек. / уклад.: В.Б. Дзюндзюк, В.В. Корженко, Н.М. Мельтюхова та ін. – К. : НАДУ, 2013. – 52 с. 16–17
9. Хашиєва Л. В. Теоретичні основи модернізації системи державного управління на засадах комунікативної парадигми // Актуальні проблеми державного управління. – № 1 (41). – 2012. – С. 98–105
10. Герасименко В.Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма // Вестник Национальной академии туризма. – 2013. – №2 (26). – С. 11–15.
11. Гончарова Н.А. Организации по менеджменту дестинаций (DMOs) как система управления туризмом на национальном, региональном и

- локальном уровнях: зарубежный опыт // Управление экономическими системами. – 2013. – №11. – <http://uecs.ru/marketing/item/2569--dmos->].
12. Бедрицкий А.В. Информационная война: концепции и их реализация в США. М.: РИСИ, 2008. – 187 с.
 13. Минаев В.А. Сетевая модель дестинаций как новая парадигма развития туристической индустрии // Вестник РМАТ. – 2013. – №3(9). – С. 52–62.
 14. Макух О. Є. Громадянське суспільство VS інститути політичної влади: специфіка співіснування у світлі комунікативної парадигми // Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». – 2015. – № 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2574
 15. Good governance in the European Union // Tanja A. Börzel, Yasemin Pamuk, Andreas Stahn Januar 2008. - Berliner Arbeitspapier zur Europäischen Integration Nr. 7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.polsoz.fu-berlin.de/polwiss/forschung/international/europa/arbeitspapiere/2008-7-Boerzel_et_al_GoodGovernance.pdf

Бородинець А.Г.,
директор Асоціації ділового туризму України
Грабарчук В.С.,
президент Асоціації ділового туризму України
Дехтяр Н.А.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму
Харківського національного університету імені Семена Кузнеця

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ У ГАЛУЗІ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Діловий туризм є одним з найбільш прибуткових та диверсифікованих видів туризму; часто він виконує стимулюючу роль для інших секторів національної економіки. Обсяги міжнародного ринку подорожей з діловою метою сягають 1,1 млрд. дол. США [1].

Незважаючи на підвищений інтерес до даного сегменту ринку як організаторів подорожей, так і державних координуючих органів, і дотепер немає чіткого розуміння терміну «діловий туризм». У

публікаціях як закордонних, так і вітчизняних науковців проблематиці уточнення категоріального апарату даної галузі не приділяється достатньої уваги, натомість робляться спроби оцінити вплив ділових подорожей на функціонування національної економіки у цілому або окремих її сегментів із розширенням, за необхідності, переліку аналізованих показників. Дж. П. Пул [2], обґрунтовуючи математичну модель впливу ділових подорожей на інтенсифікацію зовнішньоекономічних зв'язків країни, вводить ряд змінних, що описують мережеві ділові контакти та подорожі з метою укладення угод як чинник подолання неформальних бар'єрів у міжнародній торгівлі. Одною із таких додаткових змінних виступають витрати на послуги телефонного зв'язку та Інтернет, таким чином розширюючи традиційну методику розрахунків витрат на ділові подорожі. Дж. Солт [3] вказує на доцільність окремого обстеження внутрішніх корпоративних подорожей у межах транснаціональних компаній, які включають, крім відряджень, ротацію персоналу між підрозділами у різних країнах. О. А. Коваль та І. І. Васьковська [4] під поняттям ділового туризму об'єднують корпоративні подорожі і індустрію зустрічей, водночас вказуючи на те, що обсяг перших на внутрішньому туристичному ринку України виділити практично неможливо, оскільки відрядження резидентів всередині країни не відслідковуються засобами статистики. І. В. Прохорчук [5] вказує, що часто буває важко відокремити корпоративні подорожі від МІСЕ, і пропонує розглядати їх у комплексі, включаючи до ділового туризму усю діяльність з обміну досвідом та забезпеченням ділових комунікацій. С. І. Нікітенко [6] до галузі ділових подорожей відносить поїздки офіційних делегацій, а також поїздки на спортивні змагання і гастролі. Н. В. Титова зауважує [7], що спектр ділових подорожей сфери МІСЕ включає відрядження співробітників та поїздок учасників заходів, що організовуються різноманітними неприбутковими організаціями (науковими, релігійними, політичними та ін.). В. Г. Жученко та К. Г. Діденко [8] пропонують у процесі оцінки ефективності галузі ділових подорожей враховувати чотири групи впливів на розвиток країни: економічний, соціальний, культурний та інноваційний.

З огляду на зазначене, метою статті є визначення основних проблемних аспектів уніфікації категоріального апарату галузі ділових подорожей з метою оцінки її впливу на формування міжнародних туристичних потоків та розвитку ділового середовища країни.

З попереднього аналізу тлумачень основних термінів галузі помітна двояка визначеність принципів положень обліку туристичних потоків – по-перше, до них включаються поїздки у рамках

некомерційної діяльності, по-друге, відсутня ієрархічна класифікація ділових послуг, по-третє, спірним є існуючий перелік показників для кількісної та вартісної оцінки обсягів витрат.

Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів (IARCO) опублікувала книгу під назвою «Термінологія індустрії зустрічей», яка поступово трансформувалася у багатомовний словник, що на сьогодні є чи не єдиним уніфікованим джерелом термінології ділового туризму. Проте, не до кінця зрозуміло, як це поняття корелюється з діловими подорожами («business travel»), корпоративними подорожами («corporate travel»), індустрією зустрічей («meeting industry») та ін.; звідки пішов термін-аббревіатура MICE (Meetings – зустрічі, Incentives – заохочувальні корпоративні тури, Conferences – конференції, Exhibitions – виставки) та його авторство, які сфери діяльності він охоплював спочатку і який зміст несе сьогодні. У світі діловий туризм визначається тепер і як окрема галузь, і як вид, форма, підвид туризму, або, навпаки, обмежується до мети подорожі (наприклад, під час заповнення реєстраційних форм при перетині державного кордону або анкетування).

Ця невизначеність на сьогодні створює проблеми як для уточнення статистичної інформації, так і розробки стратегії розвитку галузі ділового туризму і MICE. В Україні, наприклад, event-агентства (т. зв. агентства з організації заходів) всі послуги із забезпечення ділових зустрічей, семінарів, участі у міжнародних виставках, організації конференцій, конгресів, з'їздів, інсентив-турів і т.п. оголошують івентами (подіями) і здійснюють ту ж діяльність, що і туроператори. Тільки при цьому event-агентства, на відміну від туроператорів ділового туризму і MICE, не обмежені виключним видом діяльності і ліцензійними умовами, оскільки зареєстровані під зовсім іншими кодами відповідно до КВЕД.

На світовому рівні інформаційно-аналітичну діяльність у галузі ділового туризму здійснюють декілька спеціалізованих організацій (табл. 1), проте їхні офіційні джерела не містять уніфікованого вичерпного глосарію, який міг би стати у нагоді при побудові категоріального апарату для подальших наукових досліджень сфери ділових подорожей (а опубліковані ними методичні розробки не мають відсилань до словника IARCO – за виключенням ICSSA) [9-16].

Що стосується методології збору статистичної інформації, то, як правило, більшість показників є похідними від загальних обсягів туристичних потоків і розраховується на підставі коефіцієнтів питомої ваги, визначених за допомогою експертних методів.

Таблиця 1

**Спеціалізовані організації, що проводять дослідження
галузі ділового туризму**

Назва	Штаб-квартира	Основні напрямки діяльності
GBTA – Global Business Travel Association – Всесвітня асоціація ділового туризму	Александрія, штат Вірджинія (США)	Аналіз ринку послуг ділового туризму, допомога у організації бізнес-подорожей, забезпечення міжнародних заходів, освітня діяльність, підготовка фахівців для галузі ділового туризму, консалтинг
ACTE – Association of Corporate Travel Executives – Асоціація керівників відділу корпоративних подорожей		
ICCA – International Congress and Convention Association – Міжнародна асоціація конгресів і конференцій	Амстердам, Нідерланди	
World Travel & Tourism Council – Всесвітня рада з подорожей та туризму	Лондон (Велика Британія)	Проведення тематичних конференцій та нарад, збір статистичної інформації та підготовка аналітичних звітів за країнами та регіонами світу
UNWTO – UNWorldTourismOrganisation – Всесвітня туристична організація	Мадрид (Іспанія)	Проведення тематичних конференцій та нарад на вищому рівні (у т.ч. за участю дипломатичних представництв та державних діячів), збір статистичної інформації та розробка міжнародних стандартів (Комітет статистики – Committee on Statistics and the Tourism Satellite Account)
IAPCO – International Association of Professional Congress Organizers – Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів	Фрешуотер (Велика Британія)	Дослідження ринку ділових подорожей, освітня діяльність, консалтинг
IBTM – Global Incentive and Business Travel and Meetings Exhibition with Conferences – Міжнародний конгрес з ділового туризму	Барселона (Іспанія)	Проведення виставок та інших заходів, спрямованих на пошук партнерів та укладання угод між компаніями, що працюють в індустрії MICE

Назва	Штаб-квартира	Основні напрямки діяльності
IMEX – Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events – Міжнародна виставка ділового туризму	IMEX America (Лас-Вегас, США), IMEX in Frankfurt (Франкфурт-на-Майні, Німеччина)	
ITB Berlin Convention – Міжнародний туристичний конгрес	Берлін (Німеччина)	Проведення у рамках міжнародного туристичного конгресу ITB Business Travel Days – спеціальних заходів, що включають у тому числі освітні сесії та тренінги

Індустрія MICE є величезною різноманітною за своєю природою і, за визначенням ІВТМ, складається з організаторів і постачальників, що беруть участь в розробці і проведенні нарад, конференцій, виставок та інших пов'язаних з ними заходів, що проводяться для досягнення професійних, ділових, культурних і наукових цілей [12].

Словник, підготовлений ІАРСО, в основному містить терміни, що найчастіше використовуються під час організації ділових зустрічей (онлайн-версія на офіційному сайті Асоціації знаходиться за посиланням <http://www.iarco.org/publications/on-line-dictionary/dictionary/>) і охоплює усі аспекти організації різноманітних міжнародних заходів, включаючи фінансування, планування, оснащення, технічні питання, вимоги до місця проведення зустрічей, змісту програми, розміщення у готелях та пасажирські перевезення. Однак, він більше тяжіє до так званої галузі зустрічей («meetingindustry») і практично не охоплює сферу корпоративного туризму.

Останнім часом учасники ринку висловлюють ініціативу у відмовитися від терміну «MICE» і замість нього використовувати «meetingsindustry» (індустрія, або галузь, зустрічей), яка охоплює усі види діяльності MICE, які з плином часу та завдяки впровадженню інноваційних технологій суттєво розширилися [13].

Словник ІАРСО наводить наступні тлумачення:

Meeting / Зустріч – загальний термін, який вказує на зібрання певної кількості людей в одному місці з метою надання або здійснення певної діяльності. Час проведення зустрічей може обиратися спонтанно, або періодичність встановлюється заздалегідь, наприклад, для щорічних загальних зборів, нарад, комітетів і т.п.

Incentive/ Заохочувальний захід – зустріч або інший захід у рамках програми винагороди учасників за попередню роботу.

Conference / Конференція– зустріч із попереднім узгодженням кола учасників, призначена для обговорення спірних питань, встановлення фактів, вирішення проблем і надання консультацій. У порівнянні з конгресом, конференція, як правило, менша за масштабами і більш специфічна за своїм характером – як правило, основною метою є сприяння обміну інформацією. Термін «конференція» не несе ніякої спеціальної вказівки стосовно періодичності. Хоча конференція за своєю суттю не обмежена в часі, як правило, вона проводиться у обмежений термін з конкретними цілями.

Exhibition / Виставка– заходи, метою яких є показ товарів і послуг.

На думку авторів, слід розмежовувати сферу індустрії зустрічей та корпоративних подорожей, адже усі заходи, що були зараховані до сфери МІСЕ, носять ознаку виключності, доповнення щоденної рутинної діяльності учасників: по-перше, вони проводяться не так часто, не більше декількох разів на рік, що вже додає таким заходам значущості у очах відвідувачів; по-друге, спрямовані на вирішення виключних, стратегічних питань, а не координації операційної діяльності. Відповідно, відрізнятимуться і вимоги до організаторів стосовно забезпечення інфраструктури й інформаційного наповнення. Навпаки, корпоративні подорожі значно менші за кількістю учасників, не передбачають участі сторонніх осіб навіть у якості спостерігачів та проводяться часто. Для організаторів важливіше забезпечити не високу якість у кінцевому місці перебування, а своєчасність надання інформації та швидкість і зручність перевезень. Не виділяючи дану сферу окремо, ІАРСО надає такі тлумачення:

корпоративна зустріч – нарада, учасники якої представляють одну й ту ж саму компанію, корпоративну групу, спільне підприємство або клієнтів та постачальників компанії, спрямована на вирішення ділових питань з метою покращення діяльності підприємства, забезпечення конкурентних переваг у несприятливих умовах зовнішнього середовища;

корпоративні подорожі – сегмент ринку, що складається з груп або окремих осіб, які працюють на дану компанію і подорожують з ділових питань у за її рахунок.

Отже, галузь корпоративних подорожей відрізняється від галузі зустрічей як за змістом заходів, так і особливостями організації.

Також більшість джерел не відокремлює поняття «діловий туризм (business tourism)» та «ділові подорожі (business travel)». Постає питання, чи правильно взагалі вживати прикметник «діловий», адже, за визначенням ЮНВТО, туризм – це безоплатна діяльність, яка не передбачає

робочі відносини. Можливо, проводячи класифікацію туризму за видами, слід говорити саме «ділові подорожі», а не «діловий туризм». Поки що ці терміни традиційно вживаються як синоніми, а у вітчизняних наукових публікаціях використовується саме термін «діловий туризм», на що звертається увага і у роботі [5].

Щодо корпоративного туризму, ситуація неоднозначна. Якщо метою подорожі під час відрядження є вирішення ділових питань, то туристичні поїздки співробітників на відпочинок за рахунок компанії носять розважальний характер, метою є не робота, а відпочинок. Завдання статистичного обліку таких турів ускладнюється, адже, з одної сторони, має місце звичайна приватна подорож з метою відпочинку, з іншого – присутні корпоративні джерела фінансування, які не відображуються у звітності реалізаторів туру, якщо він придбаний працівником компанії самостійно за рахунок премії.

У останньому випадку інсентив взагалі не можна вважати діловою подорожжю. На сьогодні складним є питання, чи слід виключати заохочувальні тури у індустрію зустрічей, адже вони відрізняються від інших складових як вимогами щодо організації, так і кінцевою метою поїздки.

Під час аналізу онлайн-словників туристичних термінів виявилося, що не всі вони містять вичерпний перелік визначень, що використовуються організаторами ділових подорожей, а деякі взагалі не освітлюють поширених термінів (табл. 2).

Лише два словники містили визначення ділових подорожей і ще два – ділового туризму. До речі, останні є універсальними, а не спеціалізованими туристичними словниками, тому можна зробити припущення, що термін «ділові подорожі» частіше вживається професіональними учасниками ринку, а «діловий туризм» використовується просто як уточнення виду надаваних послуг. Тлумачення даного терміну кардинально відрізняються:

діловий туризм (9) – поїздки з діловою метою; у широкому розумінні – подорожі, які дозволяють скористатися економічною слабкістю регіону;

діловий туризм (10) – практика використання туристичних (рекреаційних) послуг під час ділової подорожі.

Таблиця 2

Наявність спеціальної термінології сфери ділових подорожей

№	Онлайн-словник	Ключові терміни						
		MICE (including separate elements)	індустрія зустрічей / meeting industry	діловий туризм / business tourism	ділові подорожі / business travel	корпоративний туризм / corporate tourism	корпоративні подорожі / corporate travel	конгрес-бюро / convention [and visitor] bureau
1	http://encyclopedia.thefreedictionary.com	+	-	-	+	-	-	+
2	http://www.iapco.org/publications/on-line-dictionary/dictionary	+	+	-	-	-	+	+
3	http://gilesbta.com/business-travel-glossary	+	-	-	-	-	-	-
4	https://www.onetravel.com/travel/glossary.asp	-	-	-	-	-	-	-
5	https://www.rezdy.com/resource/travel-tourism-glossary/	-	-	-	-	-	-	-
6	http://ctp-travel.com/travel-glossary/	-	-	-	-	-	-	-
7	http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/t-glossary.html	+	-	-	+	-	-	+
8	http://buyingbusinesstravel.com.ru/glossary/	+	-	-	-	-	-	-
9	http://www.dictionary.com/	-	-	+	-	-	-	-
10	https://en.oxforddictionaries.com/	-	-	+	-	-	-	-

Навпаки, визначення ділових подорожей у досліджуваних джерелах майже збігаються:

(1) подорожі з метою встановлення ділових зв'язків або під час відрядження, відмінні від щоденних поїздок від місця проживання до місця роботи. Причинами ділових подорожей є: відвідування клієнтів або постачальників; проведення заходів у віддалених підрозділах компанії; професійний розвиток і участь у конгресах.

(7.1) подорожі більше з діловою метою, ніж з метою відпочинку. «Діловаподорож» іноді використовується як узагальнююче поняття, що включає в себе ринок MICE – зустрічі, заохочувальні поїздки, конференції і виставки;

(7.2) подорож з метою і до місця призначення, визначених потребами підприємства, яке покриває усі витрати;

(7.3) подорож тривалістю від 1 до 365 днів з метою відвідування конференцій або з метою професійного навчання, що здійснюється офіційними / урядовими установами або представниками приватного сектору.

Невизначеність термінології ускладнює збір первинних статистичних даних і проведення подальших досліджень галузі на їх основі. Всесвітня рада з подорожей та туризму спирається на методологію сателітних рахунків у галузі туризму TSA: RMF (2008) під час підрахунку обсягів ділових подорожей, включаючи витрати і державного, і корпоративного сектору [1].

Витрати на подорожі та туризм державного сектору розраховуються як витрати на поїздки державних службовців, за винятком поїздок військового призначення.

У США федеральні державні витрати на подорожі і транспортні послуги відстежуються Бюджетним управлінням Конгресу (Congressional Budget Office) та іншими спеціалізованими підрозділами. Загальнодержавні та місцеві витрати обраховуються Бюро економічного аналізу.

У інших країнах державні витрати на подорожі службовців оцінюються за допомогою коефіцієнта співвідношення кількості поїздок зайнятих в урядових установах до кількості поїздок працівників приватного сектору, з поправкою на обсяги державних витрат (за виключенням оборонної та соціальної сфери).

Витрати на відрядження співробітників приватних підприємств складаються з наступних категорій: витрати на авіап перевезення, послуги розміщення, оренда автотранспорту, харчування, інші дорожні витрати, розваги та інші послуги. Ці категорії були обрані в першу чергу через наявність та доступність даних. Надостовірнішу інформацію можна отримати за категорією розміщення, дещо складніше – стосовно авіатранспорту (крім звітності безпосередніх продавців послуг, використовуються дані платіжного балансу та таблиць «витрати-випуск»), а от інші категорії потребують додаткових обстежень.

Методологія, описана вище, успішно використовується для оцінки міжнародних туристичних потоків і проведення порівнянь у межах національних економік, проте її не завжди можна використовувати на рівні регіонів країни, коли ділові поїздки здійснюються у межах однієї адміністративних одиниць та тривають менше доби. Одночасно із

статистичним обліком повинно застосовуватись анкетування, з урахуванням специфіки місцевого ділового середовища.

Зростання інтенсивності та якості ділових подорожей є чинником розвитку національної економіки. На нашу думку, в Україні занадто мало уваги приділяється пошуку й підтримці ділових зв'язків між підприємствами-резидентами сфери середнього і малого бізнесу, які не мають власних резервів для аналізу інформації і організації зустрічей навіть у межах власного регіону, у корпоративному туризмі вони взагалі не зацікавлені. А поки з усього комплексу індустрії подорожей більш-менш сталою є лише виставкова діяльність. Уточнення термінології ділового туризму, методології збору статистичної інформації дозволило б вирішити інший проблемний комплекс питань із стимулювання підприємництва та диверсифікації виробництва, підтримки національних компаній (рис. 1). Туристичну галузь не можна розглядати окремо від інших галузей. Для повноцінного функціонування сфери ділових подорожей необхідними є не тільки звітні дані про діяльність організаторів певної категорії заходів і їх учасників, а й ефективність роботи підприємств і потенціал перспективних ринків. Частину цих даних можуть надати торгово-промислові палати, об'єднання підприємців та спеціалізовані науково-дослідні інститути за галузями національної економіки.

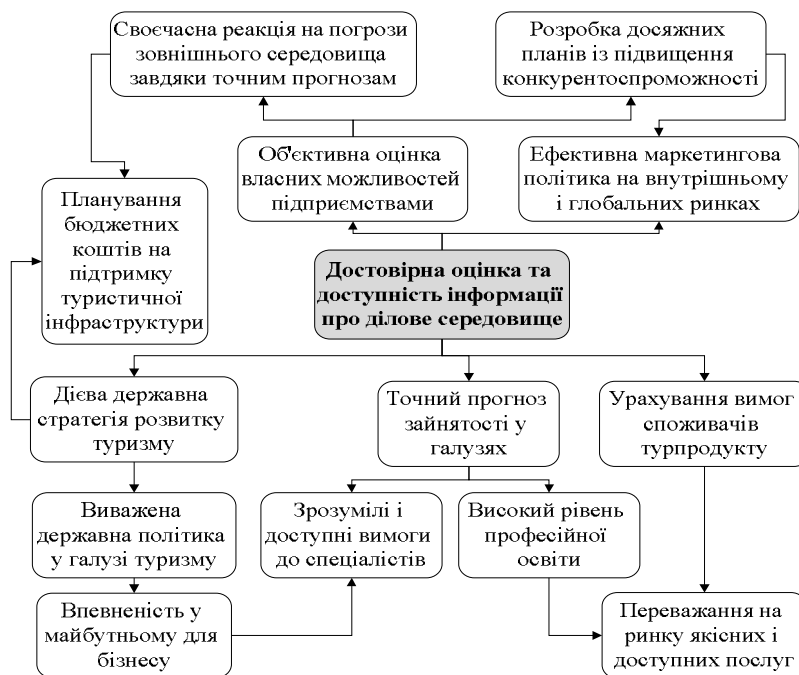


Рис. 1. Цілі дослідження ділового середовища у галузі туризму

Частка ділового туризму у загальному обсязі споживання туристичних послуг на внутрішньому ринку резидентами та нерезидентами у 70% досліджуваних країн не перевищувала 30% (рис. 2, [1]). В Україні цей показник у 2015 р. складав 6,8%, тоді як внесок туристичної і супутніх галузей у ВВП дорівнював 5,3%. У 20 зі 183 країн ця частка була вищою за 50% у 2015 р., і за виключенням Малайзії, Сінгапуру та Швеції, усі країни належали до Африканського макрорегіону і відрізнялися низьким рівнем доходу на душу населення. Також не було виявлено прямої залежності від частки ділових подорожей та вагомості сфери туризму у формуванні ВВП країни. Навпаки, ті національні економіки, де економіка туризму становила більше ніж 50% ВВП, частка ділового туризму не перевищувала 10%. Ймовірно, це пояснюється немасовим характером ділових подорожей, незважаючи на їх високу доходність у порівнянні з іншими видами туризму.

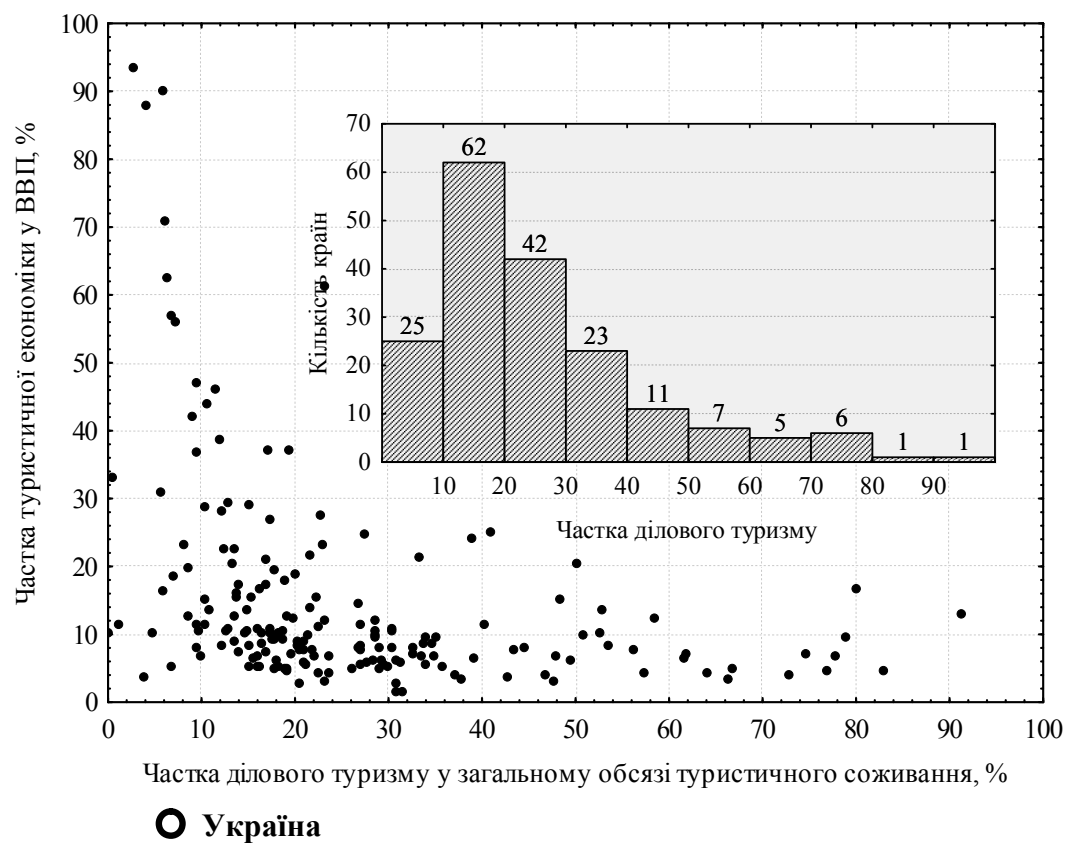


Рис. 2. Частка ринку ділових подорожей у порівнянні з внеском економіки туризму у ВВП

Таким чином, загальнопоширених методик визначення впливу діяльності у галузі ділових подорожей на зміну соціально-економічних показників країни недостатньо.

Як висновок, проблема використання єдиної термінології у галузі ділових подорожей є сьогодні надзвичайно актуальною. Без уточнення категоріального апарату неможливо узгодити методологію обстеження туристичних потоків та розрахунків доходів і витрат на рівні окремих національних економік та глобального ринку послуг. У вітчизняних наукових дослідженнях недостатньо уваги приділяється проблематиці оцінки впливу інфраструктури ділового середовища на функціонування галузей національного господарства і роль ділових комунікацій, незважаючи на наявний світовий досвід досліджень у цій сфері. Вирішення хоча б частини даних питань дозволило б стимулювати розвиток економіки країни, запроваджуючи обґрунтовані регуляторні механізми, у тому числі і в сфері ліцензування та сертифікації.

Ключові слова: діловий туризм, світовий ринок ділових подорожей, класифікація термінів, методологія обліку турпотоків

Література

1. Офіційний сайт WTTC (Всесвітня рада з подорожей та туризму) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org>
2. Poole J. P. Business Travel as an Input to International Trade / J. P. Poole // GUCSantaCruzworkingpaper. – 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.aeaweb.org/conference/2010/retrieve.php?pdfid=431>
3. Salt J. Business Travel and Portfolios of Mobility within Global Companies / J. Salt // International business travel in the global economy [Eds. J. V. Beaverstock, B. Derudder, J. Faulconbridge, F. Witlox]. – Farnham Surrey (UK), Burlington (USA) : Ashgate Publishing Company, 2010. – 242 p. – Pp. 107-124.
4. Коваль О.А. Системний аналіз ділових послуг в Україні та аргументація створення бізнес- готелей в столиці / О.А. Коваль та І.І. Васьковська // Інтелектуальний потенціал XXI ст. (матеріали конфер., 10-22.11.2015 р.). – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf>
5. Прохорчук І.В. Теоретичні аспекти розвитку міжнародного ділового туризму в Україні / І.В. Прохорчук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 110. – Частина II. – С. 116–123.

6. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С. І. Нікітенко // Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. – 2006. – Том 52. – Вип. 39. – С. 139-143.
7. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення / Н. В. Титова // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – № 1. – С. 67–74.
8. Жученко В.Г. Особливості організації ділового туризму в Україні та сучасний стан його розвитку / В. Г. Жученко, К. Г. Діденко // Економіка. Фінанси. Право. – 2012. – № 12/2. – С. 13–15.
9. Офіційний сайт АСТЕ (Асоціація керівників відділу корпоративних подорожей) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.acte.org>
10. Офіційний сайт GBTA (Всесвітня асоціація ділового туризму) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gbta.org>
11. Офіційний сайт ІАРСО (Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
12. Офіційний сайт ІВТМ (Міжнародний конгрес з ділового туризму) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ibtmworld.com
13. Офіційний сайт ІССА (Міжнародна асоціація конгресів і конференцій) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iccaworld.com>
14. Офіційний сайт ІМЕХ (Міжнародна виставка ділового туризму) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imexamerica.com>; <http://www.imex-frankfurt.com>
15. Офіційний сайт ІТВ Berlin Convention (Міжнародний туристичний конгрес) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.itb-berlin.de/en>
16. Офіційний сайт UNWTO (Всесвітня туристична організація) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org/en>

Босовська М. В.,

доцент, д.е.н.,
професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Київський
національний торговельно-економічний університет

Ведмідь Н.І.,

доцент, д.е.н.,
декан факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет

Науменко М.В.,

директор компанії «Robot Coupe», Україна

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КЛАСТЕРНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність проблеми. Сучасна практика ведення підприємницької діяльності свідчить про те, що економічні та соціальні вигоди отримують підприємства, які максимально швидко вміють адаптувати форми і методи господарювання до змін зовнішнього середовища.

Серед багатьох актуальних підходів щодо підвищення ефективності формування підприємницького потенціалу отримали пріоритет різні форми інтеграційних процесів. У контексті сучасних економічних перетворень, які обумовлені формуванням економіки знань та інформації, одним з найбільш ефективних інструментів соціально-економічного розвитку підприємництва на регіональному виступає кластерний підхід. У зв'язку з цим, постає завдання методологічних і праксеологічних досліджень процесів формування та розвитку кластерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Кластерна модель організації бізнесу була закладена А. Маршаллом в кінці XIX ст. [1], а термін «кластер» впроваджено в науковий обіг М. Портером в середині 80-х роках минулого століття як найбільш досконалу форму досягнення конкурентних переваг компаній, галузей і регіонів за рахунок об'єднання взаємопов'язаних компаній та пов'язаних з ними організацій, які спільно функціонують і характеризуються спільністю напрямків діяльності та взаємодоповнюють один одного [2].

Сучасній кластерної проблематикою займаються як зарубіжні вчені: Т. Андерсон, Д. Сорвік, Е. Ганссон (Швеція); К. Кетельс (Німеччина), М. Портер, В. Прайс. А. Бранденбургер, Б. Налбефф (США) А. Маршалл, С. Розенфельд (Англія); Т. Роеландт, П. Хертог (Франція);

С. Девінг, Н. Семенова, І. Потапова, Ю. Владіміров, В. Третьяк (Росія), так і дослідники України: М. Войнаренко, С. Соколенко, Л. Янг, Л. Федулова, Б. Вашура, Р. Кузьменко, В. Захарченко та ін. Разом з тим, треба визнати, що для української наукової думки поки не характерне включення проблем розвитку кластерних відносин у число пріоритетних напрямків досліджень. Перш за все, це пов'язано з тим, що зазначені форми організації підприємницької діяльності є принципово новим явищем як для сфери туризму, так і для української економіки в цілому. При цьому кластерні відносини визначається не як самостійний об'єкт дослідження, а як складова певної проблеми (правової, фінансової тощо). Вимагають подальшої розробки науково-методичні аспекти розвитку процесів формування кластерів, розробки організаційно-економічних механізмів їх діяльності як на рівні підприємств, так і регіонів, країн у сучасних умовах, що обумовлює актуальність наукових досліджень в задекларованому напрямі.

Метою статті є обґрунтування теоретичних засад формування та функціонування туристичних кластерів, систематизація методологічних підходів до дослідження кластеру, розроблення методології кластерного розвитку суб'єктів туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу.

Кластери виступають об'єктом досліджень в наукових розробках українських та зарубіжних авторів. Кожен із дослідників залежно від об'єкта і предмета наукового дослідження, та, від його кінцевої мети виробляє свій «кут зору» на проблему методологічного обґрунтування та методичного забезпечення кластерного розвитку суб'єктів господарської діяльності. Такий плюралізм обумовлюється складністю та багатогранністю кластера як соціоекономічного феномена та відбиває відсутність досвіду реалізації механізмів кластерного розвитку в практиці діяльності вітчизняних суб'єктів. Це призвело до існування значної кількості підходів (табл. 1), що визначають методичні засади створення кластерів та є свідченням методологічної неусталеності теорії кластерного розвитку.

Таблиця 1

Підходи до структуризації методологічних засад кластерного розвитку підприємства

Дослідники	Фази
нормативні документи України [3]	Розгляд доречності впровадження кластерної концепції; Виявлення потенційних кластерів; Початковий аналіз передумов кластерного розвитку; Створення ініціативної групи; Визначення пріоритетів розвитку;

Дослідники	Фази
	<p>Співставлення ініціатив та пріоритетів; Формування плану дій; Початок роботи кластера; Формалізація кластера; Коректування стратегії; Оцінка результатів; Розширення цілей.</p>
<p>С.Nauwelaers (2003) [4]; О.Похильченко (2008) [5]</p>	<p>Створення простору знань (налагодження співпраці, концентрація діяльності); Створення простору згоди (формування на реалізація кластерної стратегії); Створення інноваційного простору (впровадження інновацій).</p>
<p>М. Портер (2005) [6]</p>	<p>Виявлення підприємств - потенційних учасників кластера; Встановлення діючих вертикальних зв'язків між підприємствами (за ланцюгом створення вартості); Становлення горизонтальних зв'язків між учасниками в напрямі постачальників та факторів спеціалізації; Визначення інфраструктурних суб'єктів та інших установ як потенційних учасників кластеру (з метою отримання знань, технологій, капіталу, інформації); Інституційний етап – формування лояльності та пошук механізмів взаємодії влади з учасниками кластеру.</p>
<p>Д.Воробйов (2005), [7, с. 22]</p>	<p>Комплексний аналіз зміни рівня соціально-економічного розвитку регіону (типологія регіонів, визначення переваг для створення кластерів); Проектування кластерів на регіональну, місцеву площину; Розробка заходів щодо розвитку економічних кластерів на території регіону, міста та вибір методів та інструментів державного регулювання розвитку; Реалізація заходів з розвитку економічних кластерів; Зниження асиметрії, диференціації, неоднорідності соціально – економічного розвитку регіонів, міст</p>
<p>Н.Каніщенко (2009) [8, с. 12]</p>	<p>Перший етап (формування основних напрямів діяльності майбутнього кластера); Другий етап (підготовка програми формування й розвитку кластера); Третій етап (затвердження програми формування й розвитку кластерів на державному рівні); Четвертий етап (створення кластера на рівні регіону); П'ятий етап (заходи з практичної підтримки розвитку кластера)</p>
<p>Ю.Ковальова (2009), [9, с.11]</p>	<p>Підготовчий (розповсюдження інформації про ініціативу, залучення учасників обґрунтування потенціалу створення кластера, узгодження інтересів потенційних учасників); Дослідження ринкових умов формування кластера і ухвалення інституційно-організаційних засад партнерства; Оцінка намірів та конкретизація стратегії співробітництва та кластерної взаємодії; Формування критеріїв ефективності функціонування кластера та підходів до контролю результативності кластерної взаємодії.</p>
<p>В.Агафонов (2010), [10]</p>	<p>Визначення передумов(embrionic); Підготовка та виникнення (established); Забезпечення зростання (mature); Подальше зростання або зникнення (declining).</p>

Дослідники	Фази
С. Грищенко, А.Таранич (2010) [11, с.160-170]	Становлення кластера (розгортання відносин, формування єдиного інформаційного простору); Проходження етапу зрілості (структурна перебудова і локалізація внутрішніх конфліктів); Стабілізація діяльності учасників (збалансування ресурсних потоків); Реорганізація кластерної діяльності (пошук альтернатив подальшого розвитку; перетворення та модифікація; становлення іншого типу відносин).
І.Денисова (2011) [12]	Попередній етап (розробка моделі кластера; формування робочої групи; формування місії, цілей та завдань); Аналітичний етап (аналіз зовнішнього середовища та перспектив розвитку; оцінка потенціалу; виявлення кластероорієнтованих сфер та галузей); Організаційно-економічний етап (формування організаційної ради; розробка документації та критеріїв оцінки ефективності); Етап розвитку (підписання контрактів; реалізація пілотного проекту; внесення коректив)
В.Дібров (2011) [13]	Підготовчий етап (визначається актуальність, загальна економічна доцільність, формуються механізми реалізації кластерів і приймається рішення про впровадження проекту проектом); Основний етап (визначення складу учасників; можливостей перерозподілу ресурсів; організаційно-правових засад створення кластеру; розробка техніко-економічного проекту кластера та розподіл організаційних обов'язків між учасниками); Завершальний етап (моніторинг результатів функціонування; коригування «портфеля» пріоритетних кластерів, форм і методів державної підтримки; документування проекту).
С. Назаренко (2011) [14]	Етап децентралізації (формування якості кластеру на основі формування критичної маси учасників); приватизаційний (забезпечення якості кластеру на основі розроблення стратегії); соціальний (контроль якості кластеру, відпрацювання технологій взаємодії); інституційно-програмний (програмно-цільове управління якістю кластеру на основі підготовки пілотних проектів, їх реалізації та виходу на певний рівень самостійності)
Т.В. Ібрагімхалілова (2012) [15, с.11]	Логістичний аудит передумов формування (визначення потенціалу, організаційних та економічних можливостей; обґрунтування переваг); Розробка стратегічної програми формування кластеру (визначення стратегічних орієнтирів, цілей та завдань; аналіз конкурентних і споживчих переваг підприємств – потенційних учасників; визначення перспективних напрямків розвитку; техніко-економічне обґрунтування діяльності; визначення етапів і термінів створення кластеру, відповідальних осіб та основних виконавців; розрахунок доцільності створення кластера та прогнозу очікуваних результатів; визначення міри участі і відповідальності кожного учасника кластеру; документування); Формування механізму управління (розробка стратегічного плану дій, затвердження програми державного та приватного фінансування процесу кластеризації).

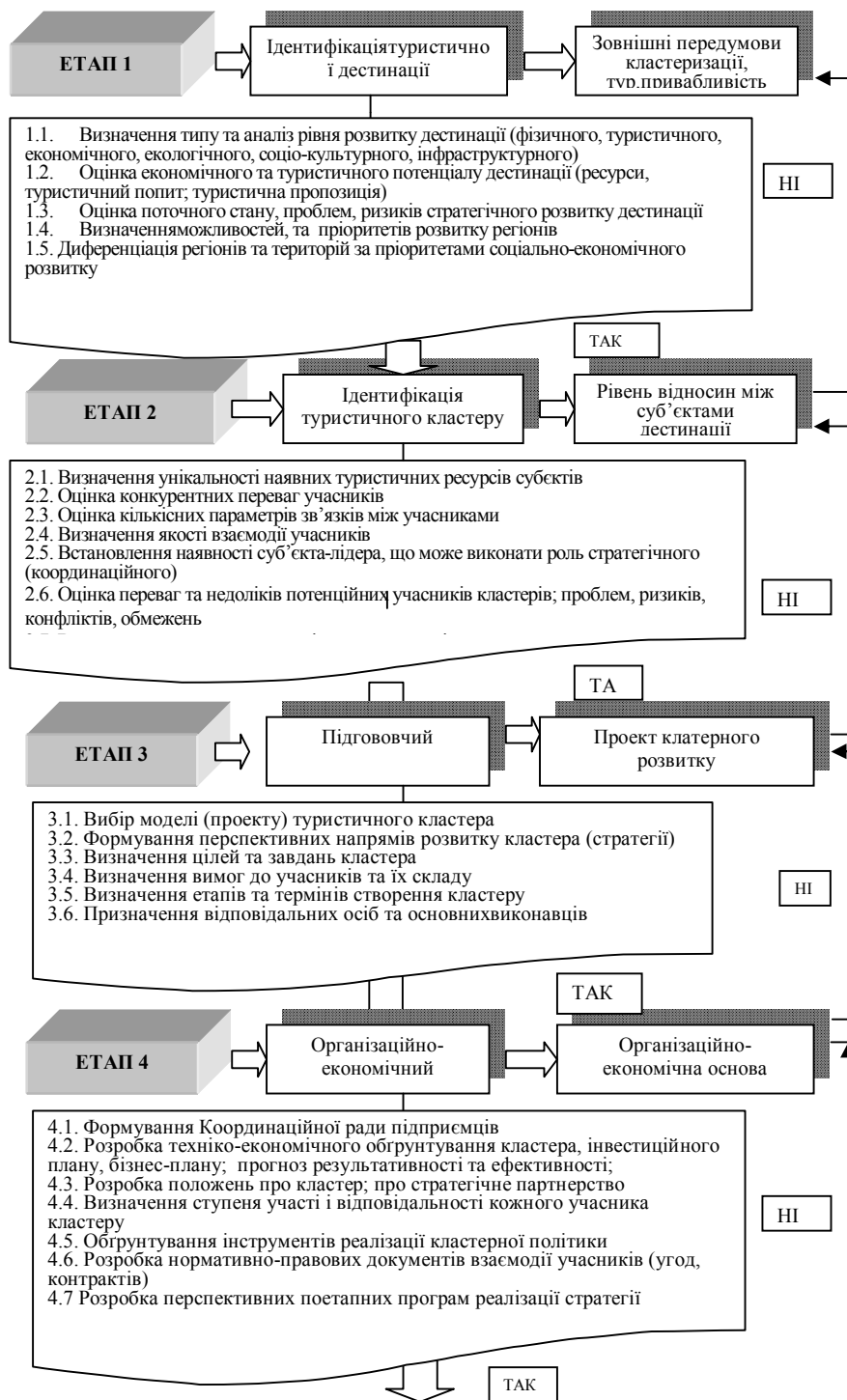


Рис. 1. Методологія кластерного розвитку

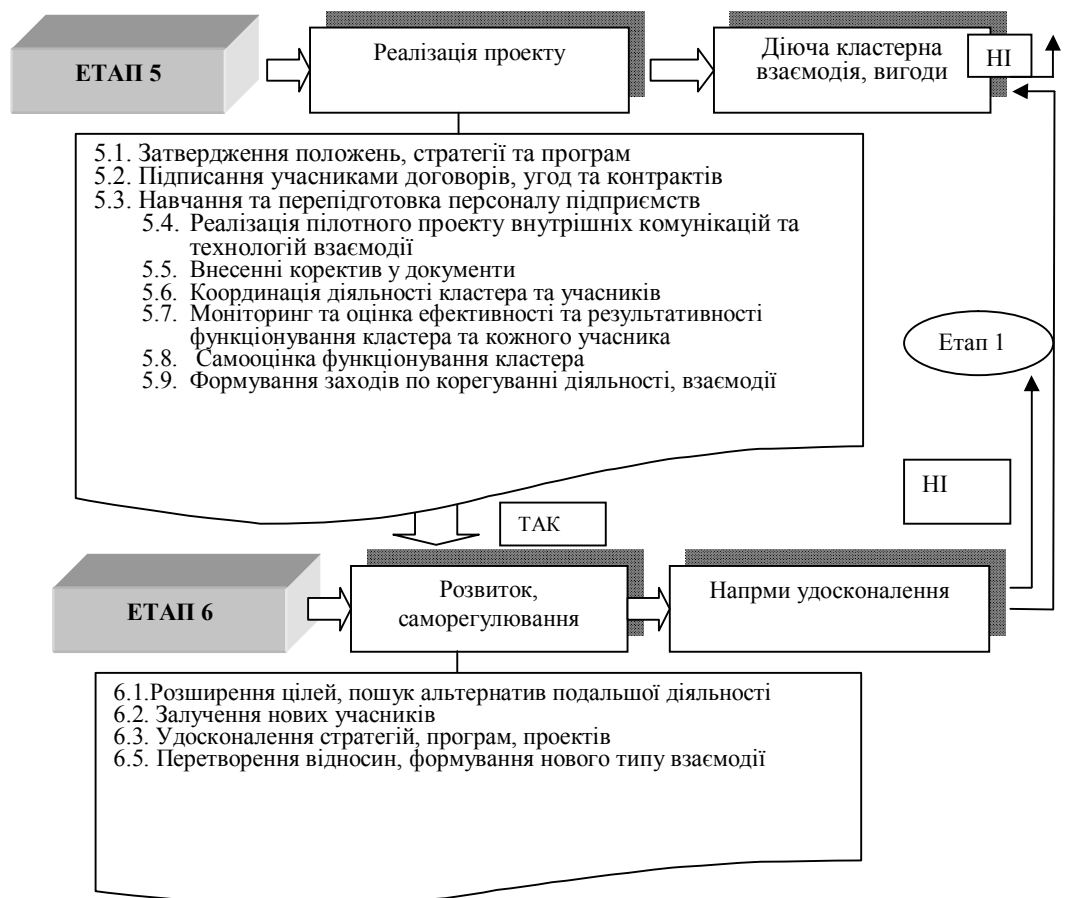


Рис. 1. Методологія кластерного розвитку
 Розроблено самостійно

Методологія кластерного розвитку (рис. 1) - це взаємозалежний комплекс процедур і завдань щодо формування, реалізації, розвитку та саморегулювання інтегрованого господарюючого суб'єкта за територіально-функціональною ознакою, що функціонує на основі відповідної внутрішньої структури, відносин та зв'язків між його учасниками учасників і системи управління. Методологія представляє собою послідовність логічно пов'язаних методологічних етапів:

- перший етап «Ідентифікація туристичної дестнації» базується на методиці визначення рівня розвитку та ресурсних можливостей туристичної дестнації як передумови формування туристичного кластеру. На нашу думку метою ідентифікації дестнації має бути визначення її туристичної привабливості, яка складається з таких етапів:

- визначення привабливості окремого виду туризму для ринку:

$$CT_{pri} = KR_{mni} * K \quad (1)$$

де, CT_{pri} – сукупна туристична привабливість і-го виду туризму для ринку (міжнародного, національного та регіонального);

KR_{mni} – комплексний рівень туристичного інтересу для і-го виду туризму;

K - коефіцієнт віддаленості дестинації для туристичного ринку

- визначення туристичної привабливості дестинації:

$$CT_{np} = \sum_{i=1}^i CT_{pri} \quad (2)$$

де, CT_{np} - сукупна привабливість туристичної дестинації (за всіма видами туризму) для ринку (міжнародного, національного та регіонального);

CT_{pri} – сукупна туристична привабливість і-го виду туризму для ринку (міжнародного, національного та регіонального);

I – кількість видів туризму, що характерні для туристичної дестинації.

Крім того, на даному етапі важливо визначити ресурсний потенціал туристичної дестинації на засадах використання методів та підходів стратегічного аналізу, можливостей та проблем його використання.

Серед проблем функціонування і формування кластерів у регіонах України можна зазначити недостатню налагодженість механізмів узгодження інтересів учасників кластера та реалізацію їх через комплексні національні програми; відсутність інформованості представників органів виконавчої влади і бізнесу щодо актуальності впровадження кластерів; відсутність державної, організаційної та фінансової підтримки кластерних ініціатив; відсутність ефективної теоретико-методологічної бази формування та впровадження кластерних технологій; відсутність знань і позитивної практики із здійснення субконтракту та аутсорсингу; корупція та недобросовісна конкуренція; не розробленість регіональних продуктів; низька якість надання послуг; недостатній рівень розвитку інфраструктури тощо.

Перевагами кластерів визначено можливості консолідованого використання туристичних ресурсів дестинації; активізація інноваційної діяльності учасників; посилення конкурентних переваг кластеру в цілому та учасників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках (вихід на міжнародні ринки); пошук додаткових джерел інвестування розвитку регіону, створення інфраструктури; удосконалення якості туристичного продукту; стимулювання підприємницької діяльності

суб'єктів туристичної діяльності та інших економічних сфер (синергетичний, мультиплікативний ефект); диверсифікація діяльності тощо.

Другий етап пов'язаний з ідентифікацією розвитку туристичного клатеру. Тобто дослідження його меж, географічного каркасу, структури та інших відмінних характеристик. Це сприятиме визначенню рівня сформованих відносин між суб'єктами дестинації, сили їх взаємодії, конкурентних переваг, встановленню суб'єкта-лідера (навколо якого зможуть групуватись інші учасники), а також економічного обґрунтування переваг та недоліків потенційної співпраці організацій за кластерним типом.

Третій етап пов'язано з підготовкою кластерної ініціативи та визначення формату відносин між учасниками

Формування туристичного кластера може відбуватися за такими трьома сценаріями:

- *«зверху вниз»*, тобто з першочерговим створенням органів координації й моніторингу, визначенням стратегії кластера в цілому і його ресурсів;
- *«знизу нагору»* – вибудовування окремих проектів і програм, які згодом інтегрують потенційних учасників кластера;
- *змішаний варіант*, коли одночасно застосовуються обидва сценарії.

Кластерна політика формується на одному із перелічених сценаріїв або на їх комбінації. При цьому, вона уже має певні національні особливості та робить акцент на певні переваги, серед яких є: розвиток інформаційних центрів (Данія, Нідерланди); формування програм розвитку кластерних структур (Фінляндія, Нідерланди, Німеччина, Великобританія); створення спільних промислово-дослідних центрів (Бельгія, Данія, Фінляндія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Нідерланди); здійснення взаємодії і взаємозв'язку кластерних структур з державним сектором (Австрія, Данія, Нідерланди); розвиток інституціональних структур у промисловості (Фінляндія, Канада); інноваційний розвиток (Чехія, Угорщина, Польща).

На нашу думку, актуальною є модель формування кластерних утворень на *основі ресурсно-інтеграційного механізму*. Ресурсна складова механізму базується на залученні додаткових знань, ресурсів та формування унікальних кластерних компетенцій, а інтеграційна має на увазі підприємницьке міжорганізаційне, регіональне, міжрегіональне і міжнародне об'єднання організаційних, управлінських та правових чинників для створення конкурентноздатної економіки туристичної дестинації на основі кластерних утворень. Крім того зазначений етап пов'язаний із формуванням перспективних напрямів розвитку кластера

(стратегії); визначенням цілей та завдань кластера; розробкою вимог до учасників та їх складу; формування етапів та термінів створення кластеру; призначення відповідальних осіб та основних виконавців у межах координаційного центру.

Організаційно-економічний етап пов'язано із розробкою комплексних механізмів взаємодії учасників, документуванням та формалізацією організаційної структури кластеру, визначені положень взаємодії учасників, їх ступеня участі і відповідальності, розподілом функцій; створенням вертикалі управління, що є основою для реалізації кластерної ініціативи.

Реалізаційний етап пов'язано з визначенням механізмів реалізації спільних дій, затвердженням договорів та контрактів та реалізацією пілотного проекту внутрішніх комунікацій та технологій взаємодії на основі координації, моніторингу та оцінка ефективності та результативності функціонування кластера та кожного учасника. На основі контролю та оцінки діяльності та самооцінки функціонування кластера відбувається несенні коректив у документи.

Структура системи управління кластером у розрізі функціональної структуризації представлена у табл. 2

Таблиця 2

Функціональна структуризація системи управління розвитком туристичного кластера

Назва функції	Зміст функції
Проектна	Техніко-економічне обґрунтування кластеру Розробка вимог до учасників Формування планів реалізації проекту Підготовка економічної та юридичної документації
Організаційна	Створення профілю та моделі кластера Пошук та вибір партнерів Створення координаційної ради Розподіл обов'язків, повноважень та відповідальності між учасниками Організація зустрічей
Дослідницька	Формування проблем розвитку Проектування організаційної структури Розробка структури управління Моніторинг діяльності Створення спільного інформаційного простору
Креативна	Обґрунтування стратегії розвитку кластера Розроблення програм реалізації стратегії Проектування організаційних зв'язків
Управлінська	Вибір методів та інструментарію управління Управління знаннями, ресурсами, поведінкою, бізнес-процесами Реалізація єдиної кластерної політики

Назва функції	Зміст функції
Проектна	Техніко-економічне обґрунтування кластеру Розробка вимог до учасників Формування планів реалізації проекту Підготовка економічної та юридичної документації
Мотиваційна / Комунікаційна	Система мотивації співпраці в кластері Процедури та положення співпраці Формування іміджу
Адміністративно- правова	Документування та формалізація співпраці Візуальна ідентифікація кластера
Координаційна	Координація оперативної господарської діяльності учасників Програми навчання, семінари Програми співпраці учасників кластеру Програми утримання контактів з споживачами Програми взаємодії з владою
Контролююча	Оцінка результатів діяльності; Аналіз забезпечення зворотного зв'язку; Контроль успішності реалізації стратегій та програм
Консалтинова	Надання консалтингових послуг учасникам кластера
Освітньо- промоційна	Підбір персоналу Навчання керівництва та персоналу Організація конференцій Взаємодія з науковими та освітніми закладами

Реалізація зазначених функцій надасть можливість структурувати дії, відповідальність та обов'язки учасників.

Останній етап методології базується на створення умов для перспективного розвитку кластера шляхом розширення цілей, пошуку альтернатив подальшої діяльності, залучення нових учасників, розширення сфер діяльності, ринків (диверсифікації), удосконалення стратегій, програм, проектів. Даний етап може передбачати перетворення відносин між учасниками та формування нового типу взаємодії.

Важливою проблемою методологічного характеру формування кластерних систем є відсутність алгоритмізації процесів входження підприємства до туристичного кластера. Зазначену методику нами сформувано та подано на рис.2.

З метою реалізації кластерної політики важливою проблемою є визначення інтенсивності взаємодії учасників на основі використання ресурсного потенціалу та визначення на цій основі привабливості участі в туристичному кластері для підприємства. З метою виявлення тенденцій взаємодії учасників рекомендовано розглянути потоки вхідних та вихідних ресурсів для кожного підприємства-учасника. Виходячи з цього, позиціонування підприємства в кластерному розвитку представлено на рис. 3

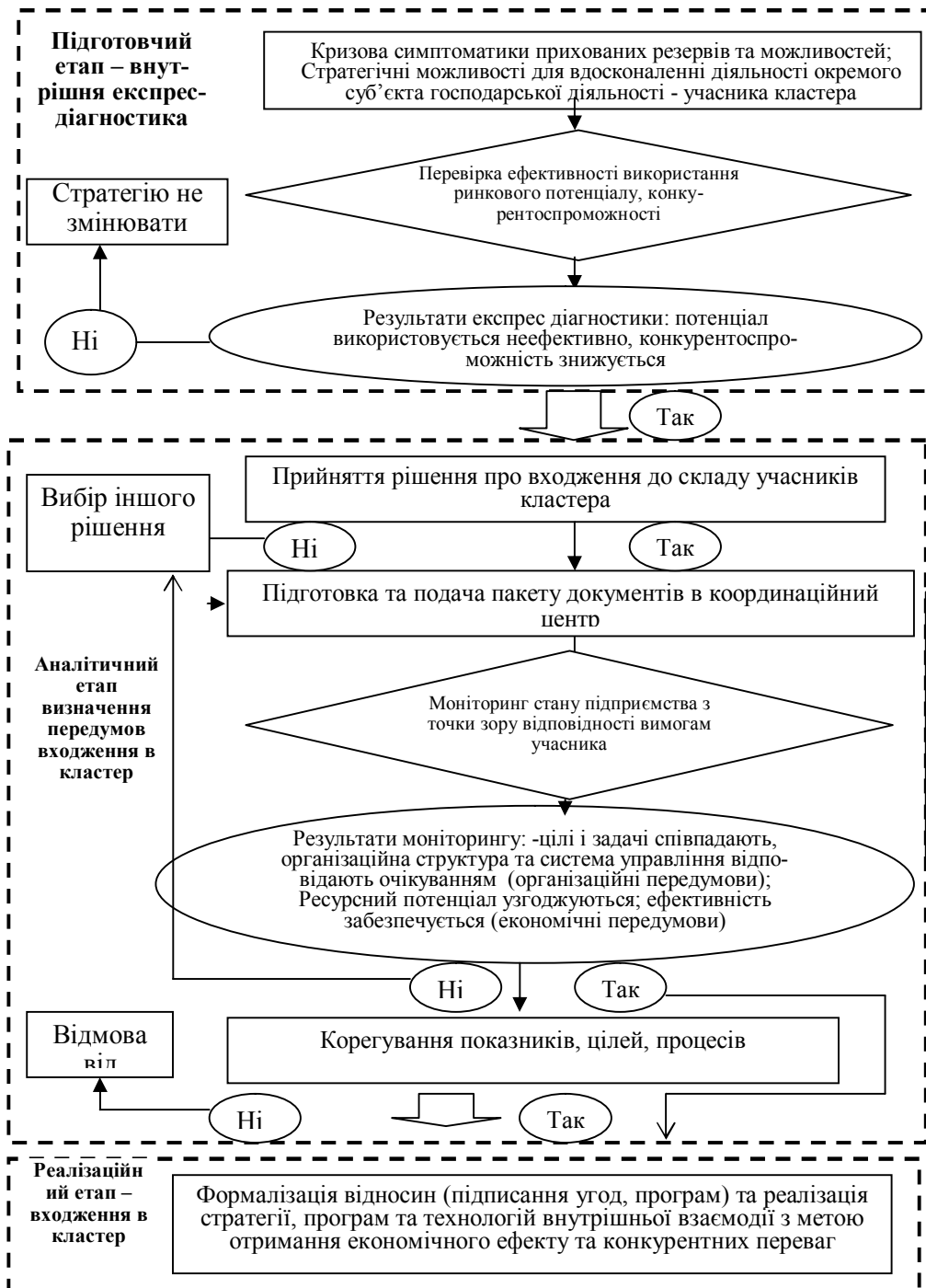


Рис. 2. Алгоритм входження в кластер підприємства

Розроблено самостійно



Рис. 3. Алгоритм позиціонування туристичного підприємства кластері удосконалено на основі [16]

Проведемо апробацію зазначеного алгоритму на основі туристичного кластеру «Гоголівські місця» (міжгалузевий кластер, Полтавська область). На основі виявлення кола партнерів туристичного підприємства «Тур-дім» в межах формування кластерної взаємодії та експертної оцінки його вхідних та вихідних потоків було здійснено оцінку показників інтенсивності взаємодії (табл. 3).

Таблиця 3

Показники інтенсивності взаємодії туристичного підприємства в межах участі в туристичному кластері «Гоголівські місця»

Показники ресурсного потенціалу	Оцінка інтенсивності ресурсних потоків (в коефіцієнтах)		
	2011	2012	2013
Вхідний потік, в.т.ч.	0,64	0,64	0,68
фінансовий	0,2	0,19	0,21
матеріальний	0,14	0,15	0,14
кадровий	0,01	0,02	0,03

Показники ресурсного потенціалу	Оцінка інтенсивності ресурсних потоків (в коефіцієнтах)		
	2011	2012	2013
інформаційний	0,17	0,15	0,17
нематеріальний	0,12	0,12	0,13
<i>Вихідний потік, в.т.ч.</i>	<i>0,63</i>	<i>0,58</i>	<i>0,64</i>
фінансовий	0,03	0,04	0,04
матеріальний	0	0	0
кадровий	0,02	0,02	0,02
інформаційний	0,45	0,40	0,49
нематеріальний	0,13	0,1	0,09
<i>Баланс вхідного та вихідного потоку</i>	<i>0,01</i>	<i>0,06</i>	<i>0,04</i>

На основі отриманих даних, використовуючи матричні підходи до позиціонування організації пропонуємо визначити позицію туристичного підприємства в туристичному кластері на основі двох показників «привабливості кластеру» (визначається за результатами оцінки інтенсивності вхідного ресурсного потоку) та «підприємницьких можливостей» (визначається на основі балансу вхідного та вихідного потоку) (рис. 4)

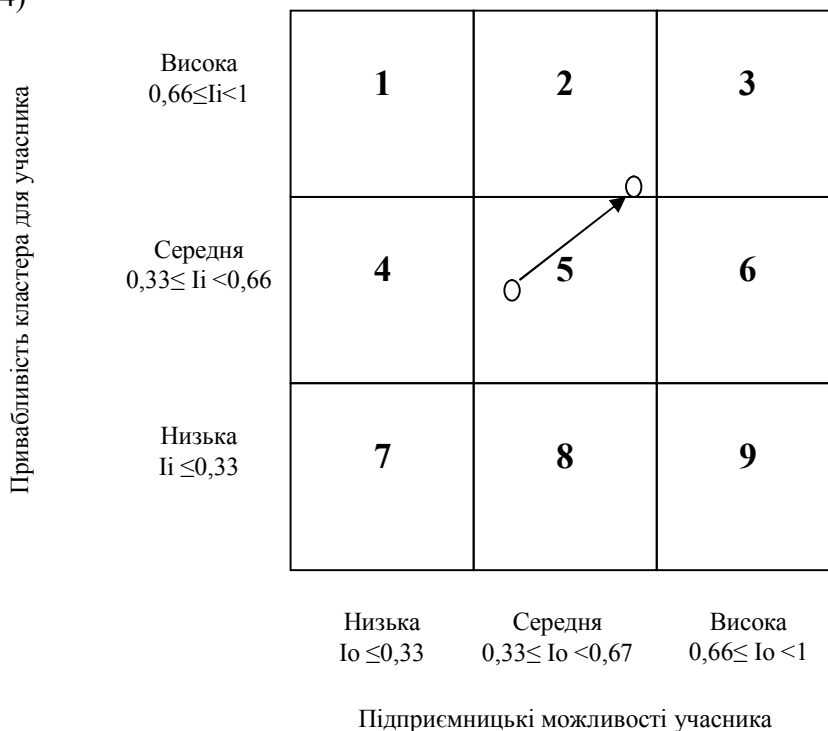


Рис. 4. Матриця інтенсивності взаємодії суб'єктів кластеру «підприємницькі можливості – привабливість кластера»
Розроблено самостійно

На матриці видно, що за досліджуваний період підприємство перемістилось з квадранту 5 (помірна привабливість та середній рівень підприємницьких можливостей) у 2 (який визначається більш сприятливим співвідношенням привабливості та підприємницьких можливостей, тобто підприємству доцільно здійснювати кластерну взаємодію

З метою прогнозування очікуваних змін інтенсивності взаємодії учасника з іншими суб'єктами кластеру рекомендуємо використання трендових моделей. Для цього слід побудувати моделі залежностей між показниками «привабливості кластеру» та «підприємницьких можливостей». Для побудови залежності були використані такі моделі прогнозування: лінійна, поліноміальна, експоненціальна, степенева та логарифмічна. Вибір зазначених моделей обумовлений тим, що вони дозволяють з високою точністю спрогнозувати динаміку розвитку інтенсивності взаємодії учасників кластера, що було підтверджено розрахунком коефіцієнта детермінації. (табл. 4).

Таблиця 4

Трендові моделі прогнозування взаємодії учасника кластеру з іншими учасниками

Тип залежності	Функція	Коефіцієнт детермінації
За вхідними потоками		
Лінійна	$Y=0,03*x+0,44$	$R^2=0,885$
Поліноміальна	$Y=0*x^2+0,03*x+0,44$	$R^2=0,885$
Експоненційна	$Y=0,45*e^{0,06*x}$	$R^2=0,876$
Степенева	$Y=0,46*x^{0,18}$	$R^2=0,783$
Логарифмічна	$Y=0,10\ln(x)+0,45$	$R^2=0,783$
За вхідними потоками		
Лінійна	$Y=0,04*x+0,29$	$R^2=0,778$
Поліноміальна	$Y=0,01*x^2+0,01*x+0,35$	$R^2=0,801$
Експоненційна	$Y=0,32*e^{0,01*x}$	$R^2=0,787$
Степенева	$Y=0,34*x^{0,29}$	$R^2=0,652$
Логарифмічна	$Y=0,14\ln(x)+0,32$	$R^2=0,637$

*Складено автором

Значення показників дозволяють зробити висновок про привабливість участі для учасника в кластері з позиції створення умов для реалізації підприємницьких можливостей. Значення коефіцієнта детермінації на рівні 0,6–0,8 свідчить про високу залежність обраних параметрів для моделювання; при цьому рекомендоване використання лінійної залежності, так як інші практично повторюють залежність між показниками. Значення показників можуть бути інтерпретовані як

трендові. При цьому, зростання привабливості кластера для учасників дозволяє їм більш повно реалізувати свої можливості.

Не дивлячись на значну кількість методологічних розробок щодо управління кластерними системами, в науці до цього часу констатують відсутність завершених методологічних підходів до визначення результативності кластерної взаємодії. На це звернув увагу вперше А. Маршал та запропонував при оцінці ефектів взаємодії учасників кластеру враховувати наявність синергії [1, с. 209]; про методологічну узгодженість та невизначеність методик оцінки кластерних ініціатив зазначали Н. Кулагіна та І. Кулагін [17].

Наявні підходи до оцінки позитивного ефекту від діяльності кластерних структур передбачають, що вона складається із декількох складових, що визначається цільовими орієнтирами учасників, зацікавлених в результативності управлінських впливів (координації діяльності кластера) з метою забезпечення ефективності використання наявного ресурсного потенціалу та отримання конкурентних переваг; соціальних відносин міжкоординаційним центром, учасниками кластеру та персоналом, що сприятиме удосконаленню міжфірмових комунікацій. В той же час, сукупний ефект управління кластером, крім забезпечення можливості виміру результатів діяльності, має враховувати специфіку діяльності в туризмі. Виходячи із зазначеного, вважаємо обґрунтованим, визначати результативність управління кластером на основі сукупності взаємопов'язаних критеріїв, що визначають ефекти кластерної взаємодії у контексті:

- економічних ефектів – максимізація прибутку шляхом раціонального поєднання та використання усіх видів ресурсів та зниження витрат на основі виокремлення синергетичного та мультиплікативного ефектів, виникаючих при консолідованому здійсненні діяльності учасниками кластеру;
- соціальних ефектів – забезпечення цінності туристичного продукту кластеру для споживачів; соціальної орієнтації функціонування кластера по відношенню до персоналу та населення регіону; налагодження соціальних зв'язків між учасниками та засадах довіри, партнерства ;
- екологічних – забезпечення стійкого стану туристично-рекреаційних ресурсів та зростання використання ресурсозберігаючих технологій в діяльності підприємств-учасників кластеру

У світлі активізації створення кластерів та підтримки функціонування існуючих кластерних формувань органи державної влади та місцевого самоврядування мають формувати програми публічно-

приватного партнерства. Важелями державної кластерної політики мають стати: усунення бар'єрів для інновацій, створення сприятливих інвестиційних умов, надання податкових пільг; інвестування інфраструктури кластера, створення бізнес-інкубаторів, координаційних центрів, страхування ризиків, організація системнавчання і перепідготовки кадрів, розвиток зв'язків з наукою; організація виставок, ярмарків, конференцій; підтримка географічної концентрації підприємств; сприяння експорту.

Напрямами подальшого перспективного ефективного розвитку кластерних утворень мають стати такі:

1. Розроблення національної стратегії економічного розвитку України на основі формування кластерних моделей.
2. Удосконалення законодавства щодо підтримки розвитку підприємництва і створення сприятливого ділового клімату у сфері юридичного, інвестиційного, інноваційного, фінансового, митного, анти-монопольного, податкового, страхового та іншого регулювання.
3. Формування регіональних програм розвитку кластерів з урахуванням ринкових можливостей, специфіки потреб і перспектив розвитку регіонів.
4. Удосконалення системи підготовки та перепідготовки фахівців, задіяних в управлінні кластерними формуваннями та здатних працювати на підприємствах укластерних системах.
5. Створення національної інформаційної системи сприяння розвитку кластерів у регіонах.
6. Запровадження системи консультаційної підтримки кластерів, моніторингу та обміну досвідом, інформацією і технологіями.
7. Залучення іноземних інвестицій до кластерних утворень.
8. Надання державних інвестицій на розвиток інфраструктури регіону (підтримка державних цільових програм, мобілізація регіональних і місцевих фінансових ресурсів, активізація розвитку банків і кредитних установ).
9. Розвиток механізмів підтримки наукових досліджень, проектів приватно-державного партнерства у сфері інновацій, освіти та науки, що створить передумови реалізації кластерних програм на конкурсних основах.

Висновки. В умовах зростаючої глобалізації і конкуренції, проблеми формування та сприяння ефективного розвитку кластерних об'єднань набувають для України особливої актуальності. Застосування кластерного підходу є необхідною умовою для відродження вітчизняного виробництва та сфери сервісу, підвищення ефективності

інноваційного розвитку регіонів, досягнення високого рівня економічного розвитку та конкурентоспроможності. Розвиток туристичних кластерів створить нові можливості та перспективи діяльності на ринку з точки зору формування мультиплікативного і синергетичного ефектів, посилення конкурентних переваг, забезпечення динамічного і сталого функціонування суб'єктів господарювання - учасників кластера.

Література

1. Маршалл А. Принципы экономической науки [Текст] 8-е изд. Т.1 / Альфред Маршалл. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 408с.
2. Портер М. Конкуренция [Текст] / М. Портер. – К.: Вильямс, 2006. – 258 с.
3. Державний Комітет України з регуляторної політики та підприємництва в рамках проекту Європейського Союзу «Послуги з підтримки малих та середніх підприємств в пріоритетних регіонах». Посібник з кластерного розвитку - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.sme.ukraine-inform.org.ua.
4. Nauwelaers С. Background Paper on Cluster Policies for the Trend Chart Policy Workshop «Innovative Hot Sports in Europe: Policies to promote trans-border clusters of creative activity». – Luxemburg, 2003. – 46 p.
5. Похильченко О.А. Кластерний підхід як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки / О.А. Похильченко // Вісник національного університету водного господарства та природокористування. – Рівне, 2008. - № 4(44). – Ч.5. – С. 425 – 433.
6. Портер М. Конкуренция.: пер. с англ. - М.: Вильяме, 2005. – 608 с.
7. Воробьев Д.Н. Регулирование асимметрии социально-экономического развития муниципальных образований региона: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: региональная экономика» / Д.Н. Воробьев. - Екатеринбург, 2005. – 25 с.
8. Канищенко Н.Г. Кластеризація як чинник конкурентоспроможності національної економіки: автореферат на здобуття вченого ступеня к.е.н. спец. 08.00.01. К.: КНУ ім. Тараса Шевченка, К., 2009, 22с.
9. Ковальова Ю.М. Управління розвитком регіональної економіки на онові формування кластерів Страт. Автореферат дис. на здобуття наукового ступеня к.е.н. за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.. - Донецький державний

- університет управління Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.. - Донецьк, 2009., 22 с.
10. Агафонов В. А. Кластерная стратегия: системный подход / В.А. Агафонов // Экон. наука современной России. – 2010. - №3. – С. 77 – 91.
 11. Гриценко С. І. Стратегія міжнародної економічної діяльності кластерних утворень в інформаційній економіці: монографія / С. І. Гриценко, А.В. Таранич. – Донецьк: ДонНУ, 2010. – 297 с.
 12. Денисова И.Н. Методология построения бизнес-кластера на основе организаций потребительской кооперации /И.Н. Денисова // Научно-теоретический журнал. -2011. — №1. -С.52-57
 13. Дібров В.В. Модель регіонального інноваційного кластера / В.В. Дібров // Збірник праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – №29. Частина II. – С.
 14. Назаренко С. А. Наукові засади формування та управління якістю кластеру життєзабезпечення : монографія. / С. А. Назаренко. – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2011. – 330 с.
 15. Ібрагімхалілова Т.В. Стратегія формування транспортно-логістичних кластерів інноваційного типу. Автореферат дис. на здобуття наукового ступеня к.ен. за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.. - Донецький державний університет управління Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.. - Донецьк, 2012., 21 с.
 16. Яковлева-Чернышева А.Ю. Управление развитием предпринимательских структур в рекреационном кластере: монография. – СПб.: Астерион, 2010.
 17. Кулагина Н.А. Экономическая сущность интеграции и оценка эффективности интегрированности интегрированных структур/ Н.А.Кулагина, И.В. Кулагин. Режим доступа: <http://conf.bstu.ru/conf/docs/0044/0831.doc>

Гопкало Л. М.,
старший викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний торговельно-економічний університет

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІ ГОТЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ПЕРЕХРЕСТНО-СОТОВИМ МЕТОДОМ

В сучасних економічних та політичних умовах соціально-орієнтовані готельні підприємства стикаються з безліччю проблем на шляху до досягнення певного рівня ефективного функціонування. Високий ступінь невизначеності зовнішнього середовища, складність формування споживчого середовища, недосконалість системи державного регулювання та інші проблеми спонукають до детального аналізу факторів, що впливають на розвиток соціально-орієнтованих готельних підприємств. Це дослідження необхідне для використання інформації у формуванні стратегій майбутнього їх зростання.

Розглянуті нами наукові праці, в основному, пов'язані із комерційними готельними підприємствами, головною ціллю яких є – отримання прибутку. Специфіка соціально-орієнтованих підприємств полягає, перед усім, у їх соціальній місії – максимальному забезпеченні умов для оздоровлення та відпочинку соціальних туристів. Стосовно цих підприємств, подібних публікацій украї недостатньо.

Всебічне дослідження ситуації, що склалася, для соціально-орієнтованих готельних підприємств, розробка пропозицій щодо їх розвитку неможлива без застосування класичних методик та інструментарію.

За даними Державної служби статистики України (2008-2015рр.), які характеризують наявність готельних підприємств, що мають ресурсний потенціал для обслуговування соціальних туристів констатуємо стійку тенденцію до зменшення пропозиції в останні роки. Це проявляється у зниженні показників кількості підприємств деяких типів у два рази. Так, за період 2008-2015 рр. загальна кількість підприємств зменшилась на 1178 об'єктів (61%). Зникла більша половина санаторіїв, у 2007/2008 р. їх налічувалось 460 об'єктів, а у 2015 р. функціональними залишилось 295 підприємств. Майже така ж ситуація і з дитячими санаторіями: 2007/2008 р. – 171 об'єкт, 2015 р. – на 60 об'єкти менше (рис. 1) [1].

Для виявлення та аналізу сильних і слабких сторін досліджуваних підприємств, ринкових загроз та можливостей ми використали метод

SWOT-аналізу. Узагальнення виконаних теоретичних досліджень праць зарубіжних і вітчизняних авторів [2-4] показало, що SWOT-аналіз бізнес-середовища ринкових суб'єктів здійснюється за якісними та кількісними методиками, які характеризуються певними перевагами й недоліками. В працях цих вчених зазначається, що SWOT-аналіз дає основу для оцінки ефективних сторін діяльності і можливостей коректування її слабких сторін, тобто визначає як зовнішні, так і внутрішні фактори [3].

В процесі SWOT-аналізу здійснюється аналіз сильних та слабких сторін досліджуваних підприємств як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Внутрішнє середовище підприємств являє собою сукупність всіх внутрішніх змінних організацій, які визначають процеси їх життєдіяльності. Такий підхід дає можливість дослідити взаємозв'язки між структурними елементами системи факторів і виявити її загальні тенденції розвитку як галузей так окремих суб'єктів підприємницької діяльності. Результатом оцінки впливу факторів, загроз та можливостей є визначення напрямів ділової стратегії розвитку соціально-орієнтованих готельних підприємств [].

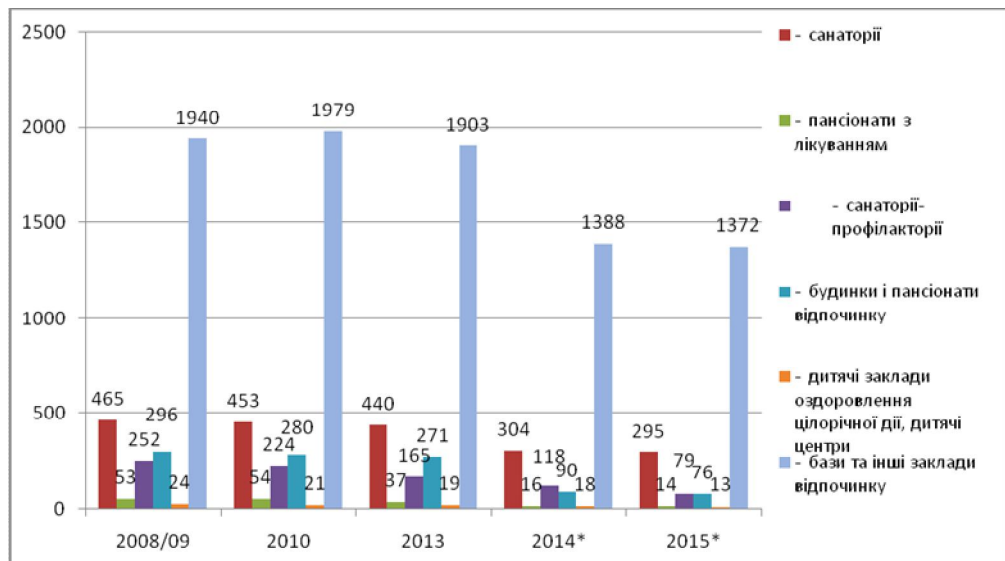


Рис. 1. Динаміка кількості готельних підприємств України, що обслуговують соціальних туристів, 2008/09-2015 рр.

*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: Складено автором за даними Державного комітету статистики України [2].

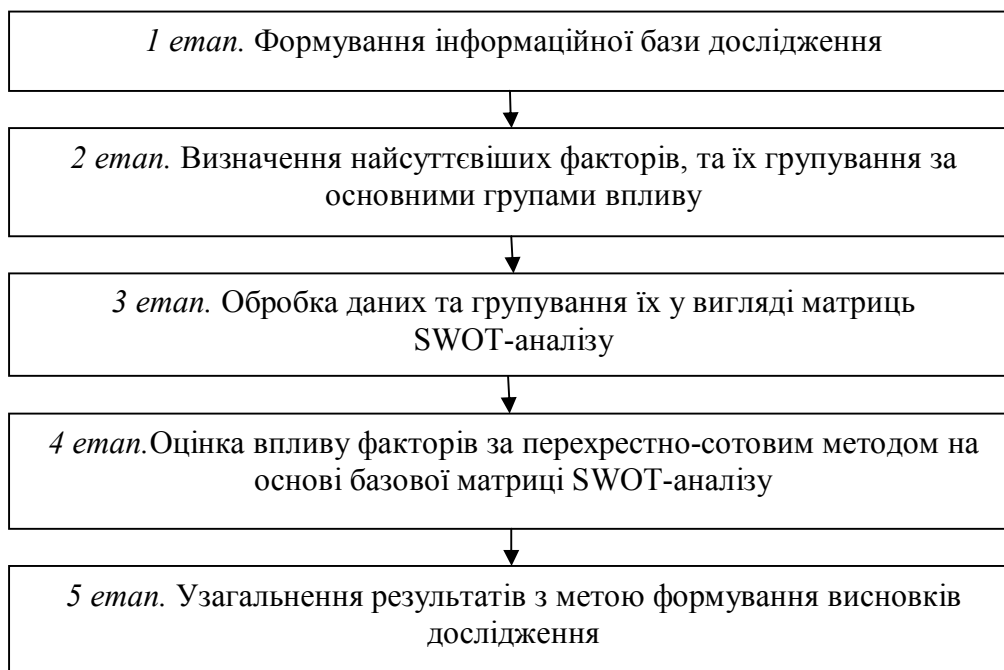


Рис. 2. Структурно-логічна схема проведення дослідження мікро- макрооточення соціально-орієнтованих готельних підприємств

Джерело: розроблено автором

Керуючись цілями і завданнями, виходячи із запропонованого підходу, нами розроблена послідовна схема етапів дослідження (див. рис. 2.).

1 етап. Формування інформаційної бази дослідження. Інформаційна база дослідження сформована нами на основі теоретичних та практичних даних щодо зовнішнього середовища групи досліджуваних підприємств.

2 етап. Визначення найсуттєвіших факторів, та їх групування за політичним, правовим, економічним, соціальним факторами впливу.

Під час дослідження нами визначено сильні і слабкі сторони соціально-орієнтованих готельних підприємств та основні групи факторів, що впливають на їх розвиток (табл. 1, табл. 2). У практичному дослідженні саме ці групи візьмемо за основу та синтезуємо специфічні фактори впливу.

3 етап. Обробка даних та групування їх у вигляді матриць SWOT-аналізу. За допомогою матриць проведемо оцінку взаємовпливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Сильні і слабкі сторони соціально-орієнтованих готельних підприємств, так само як загрози й можливості в зовнішньому середовищі, визначають умови їх успішного функціонування. Для вибору стратегічних напрямів подальшого розвитку підприємств визначимо зовнішні фактори (можливості і загрози) (табл. 1.) та внутрішні фактори (сильні і слабкі сторони) (табл. 2.) за визначеними групами. Формування переліку факторів здійснено шляхом вивчення макроекономічної статистики, даних кон'юнктурних оглядів щодо розвитку вибраних об'єктів, експертних оцінок спеціалістів-практиків визначених типів соціально-орієнтованих готельних підприємств, в результаті проведення соціологічних опитувань.

Таблиця 1

Перелік сильних і слабких сторін соціально-орієнтованих готельних підприємств

Сильні сторони	Слабкі сторони
<i>Маркетинг</i>	
Завантаженість підприємств (S1) Профільність підприємств (S2)	Маркетингова діяльність (W1) Забезпеченість контингентом (W2)
<i>Виробництво</i>	
Асортимент послуг (S3)	Контроль якості обслуговування (W3)
<i>Фінанси</i>	
Інвестиційна активність у підприємствах (S4) Фінансова підтримка з боку держави, соціальних/професійних фондів та організацій(S5)	Високі витрати (W4) Низька рентабельність (W5)
<i>Організація</i>	
Раціональна організаційна структура підприємств (S6)	Неефективний менеджмент (W6)
<i>Кадри</i>	
Віковий склад персоналу (S7) Висока кваліфікація обслуговуючого персоналу (S8)	Неадекватна система оплати і стимулювання праці (W7) Відсутність кар'єрного росту (W8)

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Перелік зовнішніх можливостей і загроз для соціально-орієнтованих готельних підприємств

Можливості	Загрози
<i>Економіка/Фінанси</i>	
Економічне зростання країни (O1) Ріст активності фінансових фондів на підтримку соціально-орієнтованих готельних підприємств (O2)	Економічна нестабільність (T1) Нераціональне використання фінансових фондів, направлених на туризм і оздоровлення населення (T2)
<i>Політика/Законодавство</i>	
Політичний стан країни (O3) Законодавча стабільність (O4)	Слабка міжнародна політика у галузі (T3) Розмитість і мінливість законодавчої бази (T4)
<i>Ринок</i>	
Підвищення споживчої зацікавленості з боку іноземних соціальних туристів (O5)	Зниження активності соціальних туристів (T5)
<i>Науково-технічний прогрес</i>	
Впровадження інноваційних технологій обслуговування (O6)	Зростання залежності від інновацій (T6)
<i>Природне середовище</i>	
Рациональне використання рекреаційних ресурсів (O7)	Негативна екологічна ситуація (T7)
<i>Соціальна сфера</i>	
Соціальна підтримка соціально-орієнтованих готельних підприємств (O8)	Низький рівень культурних цінностей суспільства (T8)

Джерело: розроблено автором

На основі складеної матриці – SWOT в кожному полі матриці встановимо й проаналізуємо всі парні комбінації сильних, слабких сторін підприємств з можливостями й загрозами в зовнішньому середовищі, орієнтуючись на оцінку значимості в балах даних факторів. Встановлення зв'язків між найбільш впливовими слабкими і сильними сторонами підприємств, загрозами і можливостями зовнішнього середовища – заключний етап процесу SWOT-аналізу.

	Можливості:	Загрози:
Сильні сторони:	Поле СіМ	 Поле СіЗ
Слабкі сторони:	Поле СлМ	Поле СлЗ

Рис. 2. Місце соціально-орієнтованих готельних підприємств на класичній матриці SWOT-аналізу

«С» – соціально-орієнтовані готельні підприємства
Джерело: розроблено автором

Порівнянням експертних оцінок на класичній матриці SWOT-аналізу ми визначили місце досліджених підприємств («С»), які знаходяться в полі СіЗ, що характеризує підприємства як гравців на ринку, що не ефективно використовують свої сильні сторони та підвергаються впливу загроз зовнішнього середовища (див. рис. 2.).

Поле СіЗ рекомендує стратегії розвитку для підприємств в яких переважають сильні сторони, але функціонують у несприятливих умовах. Зокрема, ефективними будуть стратегії, що передбачають пом'якшення зовнішніх загроз на ринку шляхом диверсифікації та інтеграції бізнесу.

4 етап. Оцінка впливу факторів за перехресно-сотовим методом на основі базової матриці SWOT-аналізу.

Для деталізації даних, результати експертної оцінки відображаються в профілі діяльності досліджуваної групи підприємств за системою балів у визначеному діапазоні. Оцінка фактору внутрішнього середовища за шкалою експертних оцінок визначена від 1 до 3 балів.

Для визначення вагомості впливу будь якого фактору, сильної або слабкої сторони підприємства експертним шляхом встановлено за шкалою експертних оцінок від -3 до 3 балів (-3 –сильний негативний вплив, -2 – середній негативний вплив, -1 – слабкий негативний вплив, 1 бал – слабкий позитивний вплив, 2 бали – середній позитивний вплив, 3 бали – сильний позитивний вплив).

Запропонований нами метод, допомагає визначити фактори, які у перехресному сенсі мають найбільший і найменший позитивний вплив або найбільший і найменший негативний вплив. Метод заснований на методі попарного порівняння єдиних показників оцінювання. Для встановлення взаємозв'язків збудуємо матрицю SWOT-аналізу (табл. 2.).

Сотова матриця дала можливість визначити парні комбінації сильних сторін і можливостей соціально-орієнтованих готельних підприємств, а також найслабші сторони та загрози. При визначенні можливих напрямів розвитку підприємства необхідно орієнтуватися на максимальну значимість можливостей у зовнішньому середовищі й мінімальній оцінці слабких сторін підприємства.

Таблиця

Матриця SWOT- аналізу сформована за перехресно-сотовим методом

	Можливості								Загрози							
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
Сильні сторони																
S1	2/1	2/3	2/2	2/3	2/3	2/3	2/2	2/3	2/-3	2/-3	2/-1	2/-3	2/-3	2/-1	2/-2	2/-2
S2	3/1	3/3	3/2	3/3	3/3	3/3	3/2	3/3	3/-3	3/-3	3/-1	3/-3	3/-3	3/-1	3/-2	3/-2
S3	2/1	2/3	2/2	2/3	2/3	2/3	2/2	2/3	2/-3	2/-3	2/-1	2/-3	2/-3	2/-1	2/-2	2/-2
S4	1/1	1/3	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2	1/3	1/-3	1/-3	1/-1	1/-3	1/-3	1/-1	1/-2	1/-2
S5	2/1	2/3	2/2	2/3	2/3	2/3	2/2	2/3	2/-3	2/-3	2/-1	2/-3	2/-3	2/-1	2/-2	2/-2
S6	3/1	3/3	3/2	3/3	3/3	3/3	3/2	3/3	3/-3	3/-3	3/-1	3/-3	3/-3	3/-1	3/-2	3/-2
S7	1/1	1/3	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2	1/3	1/-3	1/-3	1/-1	1/-3	1/-3	1/-1	1/-2	1/-2
S7	2/1	2/3	2/2	2/3	2/3	2/3	2/2	2/3	2/-3	2/-3	2/-1	2/-3	2/-3	2/-1	2/-2	2/-2
S8	1/1	1/3	1/2	1/3	1/3	1/3	1/2	1/3	1/-3	1/-3	1/-3	1/-3	1/-3	1/-1	1/-2	1/-2
Слабкі сторони																
W1	-3/1	-3/3	-3/2	-3/3	-3/3	-3/3	-3/2	-3/3	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-2	-3/-2
W2	-2/1	-2/3	-2/2	-2/3	-2/3	-2/3	-2/2	-2/3	-2/-3	-2/-3	-2/-1	-2/-3	-2/-3	-2/-1	-2/-2	-2/-2
W3	-1/1	-1/3	-1/2	-1/3	-1/3	-1/3	-1/2	-1/3	-1/-3	-1/-3	-1/-1	-1/-3	-1/-3	-1/-1	-1/-2	-1/-2
W4	-3/1	-3/3	-3/2	-3/3	-3/3	-3/3	-3/2	-3/3	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-2	-3/-2
W5	-3/1	-3/3	-3/2	-3/3	-3/3	-3/3	-3/2	-3/3	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-2	-3/-2
W6	-3/1	-3/3	-3/2	-3/3	-3/3	-3/3	-3/2	-3/3	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-3	-3/-3	-3/-1	-3/-2	-3/-2
W7	-1/1	-1/3	-1/2	-1/3	-1/3	-1/3	-1/2	-1/3	-1/-3	-1/-3	-1/-1	-1/-3	-1/-3	-1/-1	-1/-2	-1/-2
W8	-1/1	-1/3	-1/2	-1/3	-1/3	-1/3	-1/2	-1/3	-1/-3	-1/-3	-1/-1	-1/-3	-1/-3	-1/-1	-1/-2	-1/-2

Джерело: розроблено автором

Для визначення акцентних пунктів удосконалення розвитку соціально-орієнтованих готельних підприємств пропонуємо використати метод аналітичної ієрархії (MAI) розроблений Т. Сааті, адаптований нами до аналізу парних поєднань факторів між собою та корнем ієрархії. Метод аналізу ієрархії (*Analytic Hierarchy Process*) є систематизованою математичною процедурою для ієрархічного подання елементів, які визначають сутність певної економічної проблеми. Метод полягає у

декомпозиції проблеми на більш прості складові частини та подальшій обробці послідовності суджень суб'єкту прийняття рішень (СПР), що подаються у вигляді попарних порівнянь. Ці судження далі відображаються у кількісній формі. В результаті може бути виражений відносний ступінь (інтенсивність) взаємодії елементів в ієрархії. У нашому випадку корінь ієрархії - це пошук еталонної комбінації у кожному з сегментів матриці та визначення вектору його досягнення.

Так, у сегменті SO – коренем ієрархії є максимальна кількість пар з сильними сторонами підприємств та максимальною оцінкою можливостей, які надає зовнішнє середовище (3/3), у сегменті ST – максимальна кількість пар з мінімальними загрозами та сильними сторонами підприємств (3/-1), у сегменті WO – максимальна кількість пар мінімальним показником оцінки слабких сторін підприємств та максимальною оцінкою можливостей, з сильними сторонами підприємств (-1/3), у сегменті WT - максимальна кількість пар з мінімальним показником оцінки слабких сторін підприємств та мінімальною оцінкою загроз (-1/-1).

У ідеальних умовах функціонування, враховуючи фактори, визначені для дослідження соціально-орієнтованих готельних підприємств корінь ієрархії складав би 64 пари (ідеальна ситуація). (рис. 2.)

	О	Т
S	so1/1..... 64son/n	st1/1..... 64stn/n
W	wo1/1..... 64won/n	wt1/1..... 64wtn/n

Рис. 2. матриця ідеального функціонування соціально-орієнтованих готельних підприємств

Джерело: розроблено автором

Метод аналітичної ієрархії ґрунтується на ієрархічному представленні елементів складної проблеми та використовує жорсткі оцінки в шкалі відношень. Крім цього ціллю розвитку соціально-орієнтованих готельних підприємств, це володіння максимумом сильних сторін при максимальному використанні можливостей, які надає зовнішнє середовище. Отже, вершиною розвитку для досліджуваних підприємств є потрапляння у поле «СiМ».

$$\begin{array}{c}
\text{S} \\
\text{O} \\
\text{T} \\
\text{W}
\end{array}
\begin{array}{c}
\left[\begin{array}{ccc}
\sum SO_{\frac{3}{1}} & \sum SO_{\frac{2}{2}} & \sum SO_{\frac{1}{3}} \\
\sum SO_{\frac{2}{1}} & \sum SO_{\frac{2}{2}} & \sum SO_{\frac{2}{3}} \\
\sum SO_{\frac{3}{1}} & \sum SO_{\frac{2}{2}} & \sum SO_{\frac{3}{3}}
\end{array} \right] \\
\left[\begin{array}{ccc}
\sum st_{\frac{1}{-1}} & \sum st_{\frac{1}{-2}} & \sum st_{\frac{1}{-3}} \\
\sum st_{\frac{2}{-1}} & \sum st_{\frac{2}{-2}} & \sum st_{\frac{2}{-3}} \\
\sum st_{\frac{3}{-1}} & \sum st_{\frac{3}{-2}} & \sum st_{\frac{3}{-3}}
\end{array} \right] \\
\left[\begin{array}{ccc}
\sum wo_{-\frac{1}{1}} & \sum wo_{-\frac{1}{2}} & \sum wo_{-\frac{1}{3}} \\
\sum wo_{-\frac{2}{1}} & \sum wo_{-\frac{2}{2}} & \sum wo_{-\frac{2}{3}} \\
\sum wo_{-\frac{3}{1}} & \sum wo_{-\frac{3}{2}} & \sum wo_{-\frac{3}{3}}
\end{array} \right] \\
\left[\begin{array}{ccc}
\sum wt_{-\frac{1}{-1}} & \sum wt_{-\frac{1}{-2}} & \sum wt_{-\frac{1}{-3}} \\
\sum wt_{-\frac{2}{-1}} & \sum wt_{-\frac{2}{-2}} & \sum wt_{-\frac{2}{-3}} \\
\sum wt_{-\frac{3}{-1}} & \sum wt_{-\frac{3}{-2}} & \sum wt_{-\frac{3}{-3}}
\end{array} \right]
\end{array}$$

Джерело: розроблено автором

Рис. Сумарне параметричне представлення попарних поєднань критеріїв факторної оцінки

Елементи кожного сегмента порівнюються попарно відносно інтенсивності їх впливу на спільну для них характеристику. Попарні порівняння реалізуються в термінах домінування одного елемента над іншим. У нашому випадку це кількість критеріальних поєднань від найвищих/крайніх (3/3) та до найнижчих/крайніх (-3/-3) за принципом «чим вище-тим краще».

Сумарне параметричне представлення попарних поєднань критеріїв представимо у альтернативному вигляді матриці (рис. 2.)

Подальше дослідження проводиться шляхом обчислення індексів пар з визначенням пріоритетних показників за прийнятим нами принципом «чим вище – тим краще» та побудова векторної матриці досягнення цілі. Так, еталонними індексами у сегментах є:

- індекс пар з значенням 3/3 у сегменті SO;
- індекс пар з значенням 1/3 у сегменті WO;
- індекс пар із значенням 3/-1 у сегменті ST;
- індекс пар із значенням -1/-1 у сегменті WT (рис. 4).

$$\sum_{i=1}^n SO_{11} \rightarrow \dots \rightarrow \sum_{i=3}^n SO_{33}$$

$$\sum_{i=1}^n st_{\frac{1}{-3}} \rightarrow \dots \rightarrow \sum_{i=3}^n st_{\frac{3}{-1}}$$

$$\sum_{i=1}^n WO_{\frac{3}{-1}} \rightarrow \dots \rightarrow \sum_{i=3}^n WO_{\frac{1}{-3}}$$

$$\sum_{i=1}^n wt_{\frac{-3}{-3}} \rightarrow \dots \rightarrow \sum_{i=3}^n wt_{\frac{-1}{-1}}$$

		O			T		
		1	2	3	-1	-2	-3
S	1	2	6	15	64		
	2	4	8	20	56	13	
	3	2	4	10	8	8	15
				64	4	4	8
		1	2	3	-1	-2	
W	-1	26	12		6	6	12
	-2	1	2	5	2	2	4
	-3	4	8	16	8	8	16

Сегмент успішності

Джерело: розроблено автором

Рис. 4. Векторна матриця обчислених показників сегментів матриці SWOT-аналізу

5 етап. Узагальнення результатів з метою формування напрямів розвитку вибраних соціально-орієнтованих готельних підприємств.

Вектор обчислених показників вказує на необхідність їх наближення до позиції корня ієрархії, яка забезпечує передумови переходу соціально-орієнтованого підприємства у більш комфортний сегмент, або його максимально комфортне (ідеальне) перебування у сегменті «SO», коли надзвичайно сприятливі можливості і низькі загрози, здатність підприємств скористатися умовами зовнішнього середовища; сильні сторони істотні, слабкі - відсутні або незначні. У практичній діяльності досягнення ідеальних умов функціонування, звичайно, не можливе, але стратегічні напрями майбутнього розвитку підприємства повинні бути направлені на досягнення максимального підприємницького комфорту.

За попередніми дослідженнями було визначено що вибрана група соціально-орієнтованих готельних підприємств знаходиться у сегменті СІЗ матриці SWOT-аналізу. Науковці рекомендують підприємствам обирати стратегію «Міні-Максі», яка полягає у заходах направлених на збільшення своєї частки, диверсифікації продукції, виведення на ринок нових пропозицій. [3, 4, 7]

Визначення еталонної комбінації у кожному з сегментів матриці та вектору його досягнення допоможе точніше знайти позицію вибраної групи соціально-орієнтованих готельних підприємств в середині сегменту, та обрати стратегічні напрями подальшого їх розвитку і переходу до сегменту успішності.

Література

1. Статистичний бюлетень «Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні» // Державний комітет статистики України. – 2016. – 112 с.
2. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2008.- 214 с.
3. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент.– К.: Знання, 2006.–366 с.
4. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій / За ред. Л.В. Балабанової. – К.: Знання, 2005. – 301 с
5. Ведмідь Н.І. Санаторно-курортний комплекс: сервісне управління : монографія / Н.І. Ведмідь. – К. : Київ. 671рн... торг.-екон. ун-т, 2013. – 536 с.
6. Опанащук Ю.Я. Індустрія гостинності суть, зміст і характерні особливості // Економіст. – 2008. – №10. – с. 74.
7. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Курс : Инфра-М, 2013. – 392 с.

Гніцевич В.А.
докт.техн.наук, проф.
Юдіна Т.І.
канд.техн.наук, доц.
кафедра технології і організації
ресторанного господарства, Київський національний торговельно-
економічний університет

АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БІЛКОВО- ВУГЛЕВОДНОЇ МОЛОЧНОЇ СИРОВИНИ В УКРАЇНІ

Здоров'я сучасної людини значною мірою визначається характером та структурою харчування. На сьогоднішній день у щоденному раціоні населення спостерігається істотний дефіцит білкових речовин, вітамінів, мінеральних речовин та харчових волокон, що призводить до зниження резистентності організму до захворювань та несприятливих екологічних факторів довкілля. Тому, особливої актуальності сьогодні набуває необхідність удосконалення технології виробництва традиційних продуктів харчування та створення продуктів нового покоління із збалансованим складом, зниженої енергетичної та підвищеної біологічної цінності.

Традиційна технологія промислової переробки молока у такі харчові продукти, як вершкове масло, твердий сир, кисломолочний сир та казеїн (рис. 1), неминуче пов'язана з отриманням побічних продуктів – знежиреного молока, склотин і молочної сироватки [1], які відносять до білково-вуглеводної молочної сировини (БВМС). В умовах існуючого білкового дефіциту склотини, сироватка та знежирене молоко, що містять білки зі збалансованим набором незамінних амінокислот та володіють певними функціонально-технологічними властивостями, стають потенційним джерелом білкових речовин в харчуванні людини. Однак, існуючі технології переробки БВМС далеко не в повній мірі реалізують її харчовий потенціал, зокрема, білковий комплекс сировини використовується не в повному обсязі.

За промислової переробки незбираного молока в БВМС залишається значна кількість цінних в біологічному та харчовому значенні речовин. Так, у процесі переробки молока в жирові (вершки, сметана, вершкове масло), білкові (казеїн, твердий сир, кислий сир) продукти до БВМС переходить від 50 до 72,8 % сухих речовин молока [2-5].

Вміст окремих компонентів сухих речовин у БВМС у порівнянні з незбираним молоком (середньостатистичні дані) наведений в табл. 1.

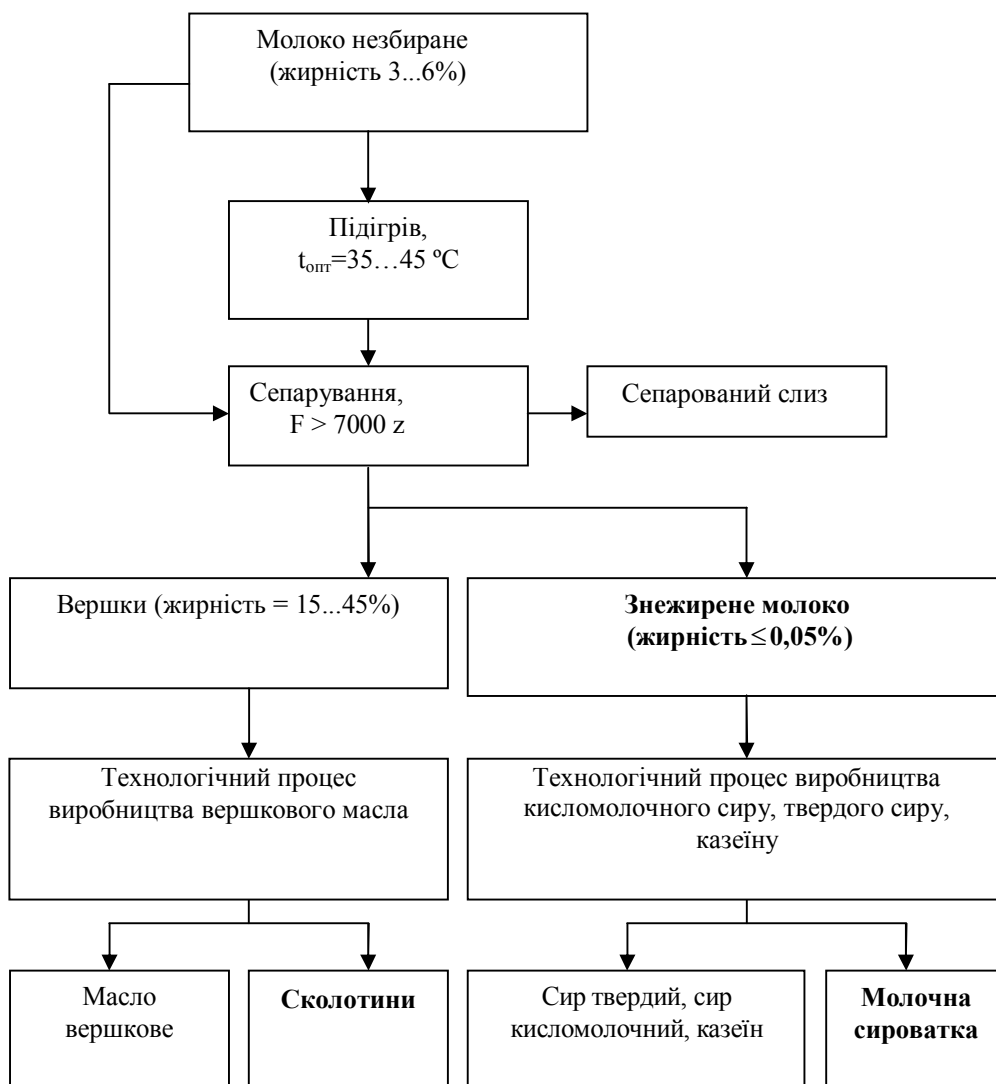


Рис. 1. Блок-схема алгоритму технологічного процесу одержання БВМС

Таблиця 1

**Вміст сухих речовин у білково-вуглеводній
молочній сировині, %**

Компоненти	Незбиране молоко	Знежирене молоко	Сколотини	Молочна сироватка
Сухі речовини	12,5	8,8	9,1	6,5
у т.ч. молочний жир	3,7	0,05	0,5	0,2
білки	3,3	3,3	3,3	0,9
лактоза	4,8	4,8	4,7	4,8
мінеральні солі	0,7	0,7	0,7	0,6

Аналіз даних табл. 1 доводить, що знежирене молоко і сколотини відрізняються від незбираного молока практично тільки зниженим вмістом жиру. Але БВМС є джерелом унікальної білкової системи, що представлена харчовими білками високої біологічної цінності, які за своїми властивостями наближаються до «ідеального» білка. Тому БВМС при достатньому рівні споживання зможе відігравати провідну роль у покритті потреб організму людини в білкових речовинах [6].

БВМС є джерелом фосфоліпідів, які багаті на арахідонову кислоту, що містить простагландини – фізіологічно активні речовини важливого функціонального і лікувального значення для обміну речовин і профілактики захворювань серцево-судинної системи [6].

Носієм функціональних властивостей фосфоліпідів БВМС є лецитин, що знаходиться у вигляді білково-лецитинового комплексу в оболонці жирової кульки. Він приймає участь у створенні складних біотехнологічних структур ядра клітини та нормалізує рівень холестерину в плазмі крові людини.

В усіх видах БВМС міститься значна кількість вуглеводів, що представлені в основному у вигляді дисахариду – лактози. Проведені дослідження [7-9] підтверджують, що її похідні (лактітол, лактулоза, продукти гідролізу) мають більш високу солодкість та використовуються при виробництві низькокалорійного та лікувально-дієтичного морозива, глазурі, хлібобулочних та кондитерських виробів.

Мінеральний склад БВМС містить повний комплекс мінеральних речовин, у тому числі всі мікроелементи незбираного молока. В ролі макроелементів виступають катіони Na^+ , K^+ , Ca^{2+} , Mg^{2+} та інші, а також аніони фосфатів, цитратів, хлоридів, сульфатів, карбонатів. Ці елементи не тільки беруть участь в багатьох обмінних процесах, а й підтримують сольову рівновагу знежиреного молока та сколотин, стабілізуючи їх колоїдний стан.

В сколотинах та знежиреному молоці основна частина вітамінів, яка перейшла з незбираного молока, – це водорозчинні вітаміни. До них відносяться вітаміни групи В, аскорбінова кислота та біотин.

Таким чином, аналіз приведених вище даних свідчить, що БВМС містить всі необхідні для життєдіяльності людини харчові речовини.

Функціональні та технологічні властивості білково-вуглеводної молочної сировини є похідною кількісного та якісного складу компонентів продукту. Тому питання функціональних властивостей БВМС науковцями розглядається в залежності від функціональних і технологічних властивостей складових компонентів сировини та їх взаємного впливу один на одного.

Наведені дані щодо хімічного складу БВМС (табл. 1.) дозволяють зробити висновок, що функціональні властивості сировини обумовлені високим рівнем вмісту в ній білкових речовин, які виступають «носіями функціональних властивостей» і можуть бути певною мірою скореговані параметрами технологічного процесу (значеннями рН, температурою тощо), фізичною дією (тиск, перемішування, емульгування, піноутворення), хімічним впливом та модифікацією [10].

Ряд проведених досліджень [10-15] показує, що молочні білки поряд з високою харчовою цінністю мають властивості, які дозволяють використовувати їх в натуральному та концентрованому вигляді при виробництві комбінованих харчових продуктів. Молочні білки мають і специфічні властивості, які грають певну роль у здійсненні технологічних процесів при виробництві продуктів із БВМС, до яких належать: термостабільність, коагуляційна здатність, гідратація, протеолітичне розщеплення, емульгування, піноутворення тощо.

Особлива увага науковців приділяється аналізу піноутворювальної та емульгувальної здатності БВМС – властивостям, що лежать в основі розробки технологічного процесу виробництва збитої та емульсійної продукції. Аналіз літературних джерел доводить, що в технологіях збитих та емульсійних молочних продуктів широко використовується так звані «функціональні білки» – натрієві та калієві казеїнати, що мають високу в'язкість, відмінну гелеутворювальну здатність.

У зв'язку з цим розробка способів і режимів виділення та концентрування білків БВМС, технологій одержання з цієї сировини молочно-білкових концентратів із комплексом прогнозованих властивостей для подальшого використання у технологіях кулінарної продукції є актуальним завданням для науковців галузі харчових технологій.

Проведений аналіз існуючих технологій перероблення БВМС показав, що найбільш перспективним є виробництво білкових

концентратів. Завдяки високій харчовій і біологічній цінності молочно-білкових концентратів, функціональним властивостям їх основного компонента – білка, що має гарну розчинність, піноутворювальну емульгуювальну здатність, можливість виступати в ролі стабілізатора, гелеутворювача, вони знаходять широке застосування в технології харчових продуктів. За останні роки в нашій країні та за кордоном накопичений великий досвід по використанню БВМС та її похідних у технологіях харчових продуктів з метою покращення реологічних та органолептичних характеристик, підвищення біологічної цінності. Відбувається активний процес включення певного асортименту концентратів БВМС до традиційних продуктів харчування, зокрема емульсійних соусів, комбінованих фаршів, збитої десертної продукції, напоїв тощо.

Висока функціональна активність основних складових БВМС визначає напрямки подальших досліджень науковців щодо напрямів залучення сировини у харчові технології. І першим при цьому визначається необхідність удосконалення способів концентрування білкових речовин сировини.

В основі більшості технологічних процесів виробництва молочно-білкових концентратів лежить їх здатність до денатурації, у результаті якої відбувається зміна структури білка в порівнянні з нативним станом. Механізм одержання концентратів молочних білків включає кілька стадій: денатурація, агрегація й коагуляція білка.

Методи виділення, концентрування та технологічної обробки білків БВМС поділяють на методи виділення основного білка – казеїну (кислотний, сичужний, сичужно-кислотний, фільтрацією) і комплексного виділення казеїну та сироваткових білків (термокальцієвий і термокислотний). Вибір способу коагуляції визначається у відповідності зі способом одержання конкретного молочно-білкового концентрату.

Кислотна коагуляція є найбільш розповсюдженим способом виділення білків молока. У виробництві молочно-білкових продуктів коагуляція здійснюється за рахунок молочної кислоти, що накопичується в процесі молочнокислого бродіння або внесеної ззовні. У деяких випадках можуть застосовуватися й інші кислоти. Недоліком цього способу є те, що у процесі кислотної коагуляції сироваткові білки не коагулюють, тому що не піддаються денатурації. Одним зі способів коагуляції казеїнів є згортання молока за допомогою сичужових ферментів. Кислотна та сичужова коагуляції є традиційними при виробленні молочно-білкових продуктів і дозволяють виділити лише казеїнову фракцію білків молока.

Спільне й одночасне виділення казеїну і сироваткових білків з молочної сировини може бути здійснене в результаті їх високо-температурної коагуляції та комплексного осадження. Як коагулянт традиційно використовують кислоту чи хлористий кальцій.

Відомий процес фракціонування компонентів молочної сировини полісахаридами з утворенням молочно-білкових концентратів з певним складом і функціональними властивостями. Процес передбачає змішування молочної сировини із розчином полісахариду і отримання в результаті мимовільного чи спрямованого розділення суміші на дві фази – концентрат натурального казеїну і безказеїнову фазу. Заслуговує на увагу безвідхідна технологія одержання білково-ліпідного концентрату ізБВМС із застосуванням пектину, кислотоутримуючої сировини тощо.

Особливості молочно-білкових концентратів при різних способах коагуляції білка, технологія одержання і використання готових продуктів показані в табл. 2.

Таблиця 2

Характеристика концентратів

Концентрат	Спосіб коагуляції	Особливості технології	Область застосування
Казеїн харчовий	Кислотний	Коагуляція білків з пастеризованого знежиреного молока	Виробництво харчових казеїнатів
Казеїн для харчових казеїнатів	Кислотний	Коагуляція білків із сирого знежиреного молока з тепловою обробкою білкової маси	Те ж
Казеїн технічний	Кислотний і сичугувий	Коагуляція білків з сирого знежиреного молока	Виробництво харчових казеїнатів (вищий і перший сорт); клею або паперу, фарб, та ін. (другий сорт)
Казеїнат натрію	-	Розчинення казеїну кислого в гідроокисі або бікарбонаті натрію	М'ясна, молочна, хлібобулочна, кондитерська, харчоконцентратна промисловість
Казеїнат харчовий звичайний	-	Розчинення свіжо-осадженого кислотного казеїну в суміші солей натрію, калію лимонно-кислих і натрію бікарбонату	Дитяче і лікувальне харчування

Концентрат	Спосіб коагуляції	Особливості технології	Область застосування
Копреципітат харчовий розчинний	Термокальцієва коагуляція казеїну і сироваткових білків із знежиреного молока	Білковий комплекс із казеїну і сироваткових білків (копреципітат) розчиняють у суміші триполіфосфата і гідроксиду натрію	М'ясна, молочна, харчоконцентратна промисловість
Концентрат молочно-білковий харчовий	Те ж	Білковий комплекс із казеїну і сироваткових білків (копреципітат) розчиняють у суміші триполіфосфата і бікарбонату натрію	М'ясна, молочна, харчова промисловість
Концентрат натурального казеїну	Осадження білків полісахаридами (пектином)	Пастеризоване та охолоджене до 6...10°C знежирене молоко змішують із розчином пектину, витримують 1...5 год і відділяють осаджений казеїн	Молочна промисловість
Біопротейн, біопротектор	Те ж	Пастеризоване та охолоджене до 6...10°C знежирене молоко змішують з розчином пектину, витримують 10...14 год і відділяють осаджений казеїн	Те ж

Приведений аналіз способів виділення білків і властивостей одержуваних при цьому коагулятів показав, що найбільш доцільним при виробництві молочно-білкових концентратів із БВМС є термокислотний спосіб, який забезпечує майже миттєву коагуляцію білків, не потребує дефіцитних реактивів і складного технологічного устаткування, що забезпечує комплексне виділення казеїну і сироваткових білків.

Українськими вченими розроблено ряд термокислотних способів одержання молочно-білкових концентратів зі сколотин, знежиреного молока шляхом використання у якості коагулянтасирної сироватки з титрованою кислотністю 135...140°Т, соків та пюре кизилу, терену, обліпихи, калини[16-18].

Як показали дослідження, у складі білків молочно-білкових концентратів рівень усіх незамінних амінокислот перевищує стандарт ФАО/ВООЗ, що свідчить про високу біологічну цінність продукту. В цілому МБК є продуктом з природним набором життєво важливих мінеральних речовин, вітамінів.

Разом з тим визначено, що МБК містить велику кількість вологи та належить до швидкопсувних продуктів. Під час зберігання в МБК можуть розвиватися бактерії, патогенні мікроорганізми, що викликають харчові отруєння, погіршення смаку. Отже, враховуючи невеликий строк зберігання МБК, визначено доцільним одержання сухих молочно-білкових концентратів для подальшого їх використання у технологіях кулінарної продукції, або використання методу низькотемпературного заморожування.

Також великі можливості отримання молочних продуктів підвищеної біологічної та харчової цінності дає концентрування сколотин мембранними методами, зокрема ультрафільтрацією, що дозволяє виключити втрату нативних властивостей їх термолабільних компонентів з одержанням із них двох продуктів, які істотно відрізняються від сколотин: білкового концентрату і лактозного розчину (пермеату), що з успіхом можуть бути використані в різних галузях харчової промисловості. До переваг процесу УФ також можна віднести порівняно низьку енергоємність процесу та його високу економічність, процес не потребує використання хімічних реагентів, що сприяє отриманню споживчо цінних продуктів, одночасно із концентрацією харчового продукту здійснюється його очищення від низькомолекулярних фракцій і бактерій, зберігається постійне значення рН розчину.

Ультрафільтраційний концентрат дає міцні піни, стійкі дисперсії з жиром, добре зв'язує вологу, тому використовується як сировина у виробництві кисломолочних напоїв, сметани, сиру, пастоподібних та желюваних продуктів із різними добавками, кондитерських та хлібобулочних виробів тощо.

Завдяки високій харчовій і біологічній цінності молочно-білкових концентратів, функціональним властивостям їх основного компонента – білка, що має гарну розчинність, піноутворювальну емульгуювальну здатність, можливість виступати в ролі стабілізатора, гелеутворювача, вони знаходять широке застосування в технології продуктів харчування.

Молочно-білкові концентрати виробляють у двох формах: нерозчинні та розчинні. Класифікація МБК із виділенням підгруп за вмістом сухих речовин надана на рис.2.



Рис. 2. Класифікація молочно-білкових концентратів

Сухі МБК нерозчинної форми у вигляді гранул використовують: у м'ясній промисловості при виробництві ковбас з сирого фаршу, у хлібобулочних виробках, у сільському господарстві для харчування риби та птиці. Більш широкого застосування нерозчинні МБК в харчовій промисловості не знайшли, але вони є сировиною для отримання розчинної форми молочно-білкових концентратів.

Серед концентратів молочних білків розчинної форми найбільшим попитом користуються казеїнати та копреципітати. Вони широко використовуються у виробництві майонезів, соусів, швидкозаморожених готових кулінарних виробів, у виробництві сухих сумішей для коктейлів, дитячого харчування тощо.

Збагачення хлібобулочних і макаронних виробів є одним з раціональних і перспективних шляхів використання молочно-білкових концентратів, тому що білкові речовини борошна бідні валіном, треоніном, лізином, а білки МБК містять ці амінокислоти у великій кількості. Молочно-білкові концентрати знайшли широке застосування в м'ясній промисловості. Найбільш ефективно та перспективно застосування казеїната натрію в якості добавки при виробництві сосисок, ковбасного хліба, сардельок, ковбаси, консервів тощо. Крім високої

харчової значущості, казеїнат натрію має ряд цінних функціональних властивостей: здатність емульгувати жир, зв'язувати воду, поліпшувати структуру виробів. Ці фактори відіграють важливу роль при виготовленні ковбасної продукції. У літературі наявні чисельні відомості щодо використання казеїнату натрію та інших сухих МБК при виробництві емульсійних соусів, у тому числі майонезів.

В Україні науковими школами протягом останніх років розроблено багато технологій напівфабрикатів та кулінарних виробів на основі або з використанням МБК зі скотин, знежиреного молока, сироватки, призначених для закладів ресторанного господарства. Запропоновано технологію напівфабрикату для сирників, молочно-білкових фаршів з використанням йодовмісної добавки цистозіри, молочно-білкових запіканок з йодвміщуючими добавками – еламіном, зостерою, цистозірою, структурованих молочних десертів, збитих кисломолочних десертних напоїв, сухих концентратів для десертів та напоїв з екстрактами лікарських рослин, тощо. У закладах ресторанного господарства також знайшли використання напівфабрикати, що мають рідку консистенцію. Для приготування м'якого морозива також використовують відновлені суміші, які виготовляють із сухих сумішей для морозива, а також рідинні суміші – напівфабрикати, які готові до фрезерування.

Таким чином, аналіз літературних джерел доводить, що перспективність використання БВМС для харчових цілей зумовлена їх високою біологічною цінністю, сприятливими функціонально-технологічними властивостями, значними ресурсами і відносною дешевизною. Аналіз існуючих технологій виробництва молочних продуктів для закладів ресторанного господарства доводить, що їх асортимент є вузьким і основними виробниками є підприємства молочної промисловості.

Тому, враховуючи стабільну динаміку зростання попиту на означені види кулінарної продукції в закладах ресторанного господарства, роботу в даному напрямку можна вважати доцільною, перспективність яких полягає в збагаченні продуктів есенціальними інгредієнтами, створенні продуктів збалансованого складу цільових різновидів, підвищенні їх харчової і біологічної цінності та впровадженні ресурсозберігаючих технологій у молокопереробній промисловості.

Література

1. Экспертиза вторичного молочного сырья и получаемых из него продуктов / [А. Г. Храпцов, И. А. Евдокимов, С.А. Рябцева и др.]. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2003. – 130 с.

2. Козлов В. Н. Технология молочно-белковых продуктов / В. Н. Козлов, А. Ф. Затирка. – К. : Урожай, 1988. – 162 с.
3. Горбатова К. К. Биохимия молока и молочных продуктов / К. К. Горбатова. – М. : Гиорд, 2003. – 320 с.
4. Сенкевич Т. Молочная сыворотка: переработка и использование в агропромышленном комплексе / Т. Сенкевич, К.-Л. Ридель. – М. : Агропромиздат, 1989. – 270 с.
5. Тёпел А. Химия и физика молока / А. Тёпел; [пер. с нем. С.А. Фильчаковой]. – СПб. : Профессия, 2012. – 832 с.
6. Храмцов А. Г. Феномен молочной сыворотки: монография / А. Г. Храмцов. – СПб. : Профессия, 2011. – 804 с.
7. Технология продуктов из вторичного молочного сырья / А. Г. Храмцов, С. В. Василюк, С. А. Рябцева, Т. С. Воротникова. – СПб. : ГИОРД, 2011. – 424 с.
8. Вышемирский Ф. А. Пахта: минимум калорий - максимум биологической ценности / Ф. А. Вышемирский, Н. Н. Ожгихина // Молочная промышленность. – 2011. – № 8. – С. 43–45.
9. Липатов Н.Н. Предпосылки компьютерного проектирования продуктов и рационов питания с задаваемой пищевой ценностью / Н.Н. Липатов // Вопросы питания. – 1991. – № 5. – С. 4–9.
10. Гроностайская Н.А. Создание молочно-белковых концентратов / Н.А. Гроностайская, С.П. Петрова, Т.И. Минева // Молочная промышленность. – 1999. – № 12. – С. 32–34.
11. Дейниченко Г.В. Научное обоснование и разработка технологий продуктов питания повышенной пищевой ценности на основе нежирного молочного сырья : дис. ... доктора техн. наук : 05.18.16 / Дейниченко Григорий Викторович. – Х. , 1997. – 327 с.
12. Jamauchi K. Effect of buttermilk and fat globule membrane on serum and liver lipid levels of fate / Jamauchi K. , Shimizu M. // Milchwissenschaft. – 1985. – Vol. 40. – № 5. – P. 273–275.
13. Muir D. The shelf-life of dairy products. Factors influencing raw milk and fresh products / Muir D. // J. Dairy Technol. – 1996. – Vol. 49. – № 1. – P. 24–32.
14. Дьяченко П. Ф. Разработка технологии производства растворимых форм молочного белка / П.Ф. Дьяченко, Н.К. Ростроса, Е.А. Жданова, Е.А. Избаш // Молочная промышленность. – 1971. – № 1. – С. 11–15.
15. Дідух Н. А. Наукові основи розробки технологій молочних продуктів функціонального призначення: дис. ... доктора техн. наук: 05.18.16. / Дідух Наталія Андріївна. – Одеса, 2008. – 429 с.

16. Анацкая А. Г. Создание новых молочных продуктов / А. Г. Анацкая // Молочная промышленность. – 2000. – № 2. – С. 29–31.
17. Дейниченко Г.В. Нові види копреципітатів та їх використання в харчових технологіях : монографія / Г.В. Дейниченко, Т.І. Юдіна, В.М. Ветров. – Донецьк : Донеччина, 2010. – 176 с.
18. Коршунова Г.Ф. Обґрунтування технологічних режимів осадження білкових речовин знежиреного молока з використанням ягідних пюре / Г.Ф. Коршунова, В.А. Гніцевич, Р.П. Никифоров // Обладнання та технології харчових виробництв : темат. зб. наук. праць. – Д.: ДонНУЕТ. – 2007. – Вип. 17, т. 1. – С. 113-119.

Дупляк Т.П.,
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та рекреації,
Київський національний торговельно-
економічний університет

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ: НАЦІОНАЛЬНІ РЕАЛІЇ ТА ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ

Діловий туризм – один із найбільших сегментів світової туристичної галузі, так як 60% місць у готелях по всьому світу заповнюється за рахунок ділових поїздок. Він вважається одним із прибуткових і перспективних видів туризму, який стимулює розвиток інших видів господарської діяльності національної економіки. Цей вид туризму характеризується особливими вимогами до організації подорожей, сформованим профілем споживачів, підвищеними вимогами до наявних ресурсів, інфраструктури та транспорту.

В англійській мові, термін «Tourism» не застосовується в сфері ділового туризму, для нього використовують спеціальний термін «Business Travel». Фахівці замість поняття «Business travel» часто використовують англійський термін-аббревіатуру MICE, що точно відображає структуру цього виду туризму: Meetings (ділові зустрічі); Incentives (інсентив-туризм); Conferences (конференції); Exhibitions (виставки).

Поняття «діловий туризм», за сформованою у міжнародному туризмі практикою, охоплює широкі коло поїздок:

- ділові поїздки співробітників підприємств для переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутова діяльність та ін.;
- поїздки на конгреси, конференції, виставки, ярмарки, біржі;
- інсентив-тури (поїздки, що організуються компаніями з метою нагородження та преміювання своїх співробітників за високі показники в роботі);
- поїздки на спортивні змагання команд, гастролі;
- поїздки офіційних делегацій та ін.

Основними цілями ділових подорожей є:

- проведення переговорів і ділових зустрічей з партнерами по бізнесу;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- проведення нарад з керівництвом і колегами з філій і дочірніх структур;
- відвідування професійних заходів (конференцій, виставок);
- контроль роботи представництв і філій;
- навчання співробітників;
- звернення в держструктури інших країн для отримання ліцензій, сертифікатів, дозволів та ін.

Про діловий туризм як самостійний вид туризму заговорили в 70-80-х роках ХХ ст. в Європі та США. На вітчизняному ринку цей сектор туристичного бізнесу почав розвиватися лише на початку 90-х. Хоча прототип сучасного ділового туризму зародився з моменту появи шляхів сполучення та розвитку торгівлі між країнами.

На початку ХХІ ст. діловий туризм в багатьох країнах вважається сектором економіки, який найшвидше розвивається та забезпечує приплив іноземної валюти і створення робочих місць, підвищення попиту на різні сектори індустрії туризму, розвиток галузей економіки, науки, освіти, культури та охорони здоров'я.

За даними Всесвітньої ради подорожей та туризму WTTC (World Travel & Tourism Council) в 2015 році обсяг світового ринку ділового туризму склав 1,107 трлн. дол. США. До 2026 року прогнозується його зростання до 1,65 трлн. дол. США із середнім щорічним темпом приросту – 3,7 % [3, с. 6].

За даними Світової асоціації ділового туризму GBTA (Global Business Travel Association) країнами з найбільшими витратами на діловий туризм є Китай та США (табл. 1).

Таблиця 1

Країни з найбільшими витратами на діловий туризм у 2015 р.*

Місце у рейтингу	Країна	Витрати (млрд. дол. США)
1	Китай	291
2	США	290
3	Німеччина	64
4	Японія	62
5	Великобританія	47
6	Франція	37
7	Південна Корея	32
8	Італія	31
9	Бразилія	31
10	Індія	30

* Складено на основі джерела [2]

Найбільший темп зростання витрат на діловий туризм за останні 5 років спостерігається у Китаї та Індії (рис. 1).

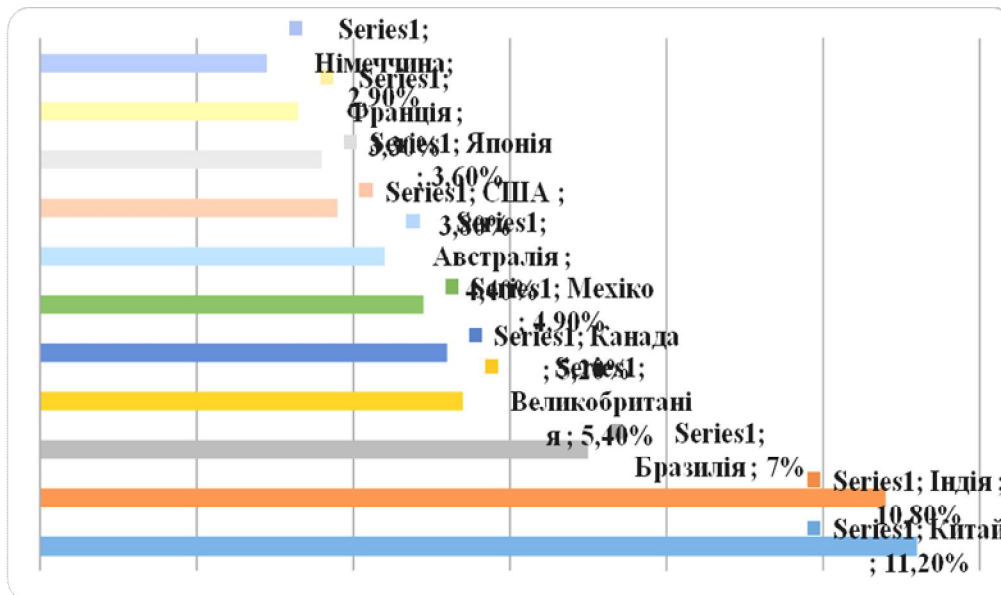


Рис. 1. Країни з найбільшим річним темпом зростання витратами на діловий туризм за 2011–2015 рр.*

* Складено на основі джерела [2]

У структурі світового ділового туризму переважають індивідуальні ділові поїздки (70,8 %). Приблизно в рівних частках – поїздки на конференції та семінари (12,6 %) і відвідування виставок (10,9 %), конгресні тури займають 3,3 %, а інсентив-туризм – 2,4 % (рис. 2).

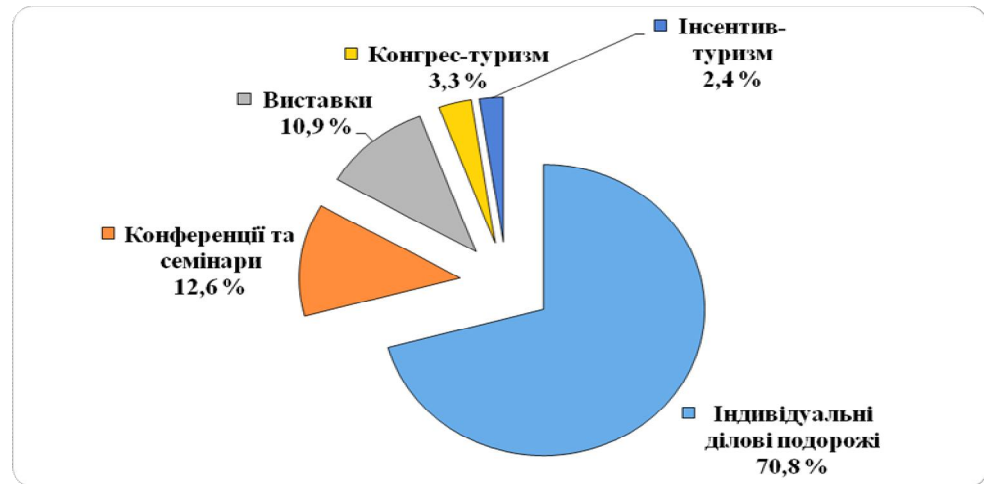


Рис. 2. Структура світового ділового туризму [1, с. 15]

Експерти виділяють наступні світові тенденції розвитку ділового туризму:

- підвищуватиметься попит на відвідування спеціалізованих виставок;
- розвиватиметься конгресний туризм, при цьому великим попитом будуть користуватися послуги з організації міні-виставок, презентацій, а також семінарів і тренінгів під час проведення конференцій;
- значними темпами розвиватиметься сектор інсентив-туризму;
- зберігатиметься тенденція до скорочення тривалості ділових заходів (2-3 дні) та середньої кількості їх учасників.

Обсяг українського ринку ділових подорожей за оцінкою Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC) в 2015 році склав 6,5 млрд. грн. До 2026 року прогнозується його зростання до 14,8 млрд. грн., в середньому щорічно темп приросту становитиме 8,4 % на рік. З урахуванням коректування на інфляцію в Україні до 2026 року обсяг ділових поїздок збільшиться більше ніж у два рази [4, с. 6].

Незважаючи на те, що прогноз розвитку ділового туризму в Україні в цілому позитивний, залишається ряд невирішених проблем, що стримують його розвиток:

1. Відсутність необхідної статистичної інформації про розвиток ділового туризму та послідовно і державної політики в сфері ділового туризму в Україні.
2. Необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів в переважній більшості міст України.
3. Невідповідність високої вартості номерів якості послуг, що надаються.
4. Нерівномірний розподіл ділових туристів по території України. В основному діловий туризм розвивається у великих містах, таких як: Київ, Харків, Одеса, Львів та Дніпро.
5. Відсутність ефективної державної маркетингової політики для просування ділового туризму України на міжнародному ринку.
6. Недостатньо розвинена система професійної підготовки та перепідготовки кадрів для індустрії ділового туризму.

З метою узгодження діяльності суб'єктів національного ринку ділового туризму у 2007 р. було створено Асоціацію ділового туризму України. Пріоритетними завданнями цієї асоціації є:

- привернення уваги українського та іноземного туриста до можливостей ділового туризму в Україні;
- розвиток міжнародної концепції ділового туризму в Україні;
- розвиток потужної сучасної ділової інфраструктури в Україні;
- надання консалтингової, маркетингової та юридичної допомоги;
- створення мережі регіональних центрів ділового туризму;
- сприяння залученню інвестицій для розвитку інфраструктури туристичного бізнесу в українських регіонах;
- встановлення ділових контактів зі спорідненими закордонними організаціями;
- розробка нових програм і проведення заходів, спрямованих на вдосконалення середовища для ведення бізнесу в Україні, взаємну підтримку суб'єктів ринку ділових поїздок і послуг, розвиток в'їзного ділового туризму.

Головна відмінність ділового туризму від масового – це ухвалення рішення про відрядження, джерела і розміри фінансування, орієнтуючись на ділову необхідність. У більшості випадків рішення приймають керівник або власник компанії, начальник відділу, а не самі бізнес-туристи.

Організація бізнес-турів – це необхідність знайти найкоротше стикування авіарейсів, найзручніший трансфер, найближчий до виставки готель та ін. Як правило, бізнесмени планують діловий відпочинок за декілька місяців.

Бізнес-тур складається з певної програми ретельно спланованих і насичених ділових зустрічей і заходів. Організація ділової поїздки включає культурну і екскурсійну програму. Стандартна програма для бізнес-туру: проживання, сніданки, трансфери, оформлення візи. Додаткові послуги при організації ділового відпочинку: акредитація на виставку, вхідні квитки, послуги гідів, перекладачів, оренда автомобіля та ін.

Бізнес-тури включають спеціальні тарифи на перельоти у бізнес-класі, організацію VIP обслуговування в аеропортах та ін. Як правило, бізнес-тури організують професійні агентства ділового туризму. Бізнес-агентство реалізує для корпоративних клієнтів авіаквитки на регулярні рейси, трансфери і корпоративні заходи, оформляє візи та бронює готелі.

Однією з тенденцій у діловому туризмі є формування спеціалізованих туристичних компаній на різних видах туризму, і, зокрема, поява підприємств, що займаються винятково бізнес-поїздками і проведенням виставок, семінарів і конференцій за кордоном, а також підприємств, що спеціалізуються на інтенсив-програмах.

Згідно результатів дослідження 72% ділових туристів – це чоловіки. Середній вік ділового туриста складає 45 років. Вони здійснюють всередньому 3,8 закордонних ділових поїздок за рік. 63 % ділових туристів подорожують наодинці. Тобто, типовий діловий турист – це чоловік середнього віку з вищою освітою, кваліфікований спеціаліст чи керівник, власник бізнесу.

Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але, вирушаючи в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції – вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу. Ділові люди, що працюють у різних сферах, зокрема і в науці, очікують від ділових поїздок не лише укладення нових вигідних контрактів, а й підвищення творчої активності в результаті зміни обстановки і набуття нових незабутніх вражень про країну перебування, які можуть бути забезпечені лише національною специфікою. Окрім проживання, конференц-залів, екскурсій, замовники хочуть бачити ексклюзивні пропозиції.

У структурі витрат ділових туристів, витрати на розміщення (24 %) займають друге місце після авіаквитків (рис. 3).

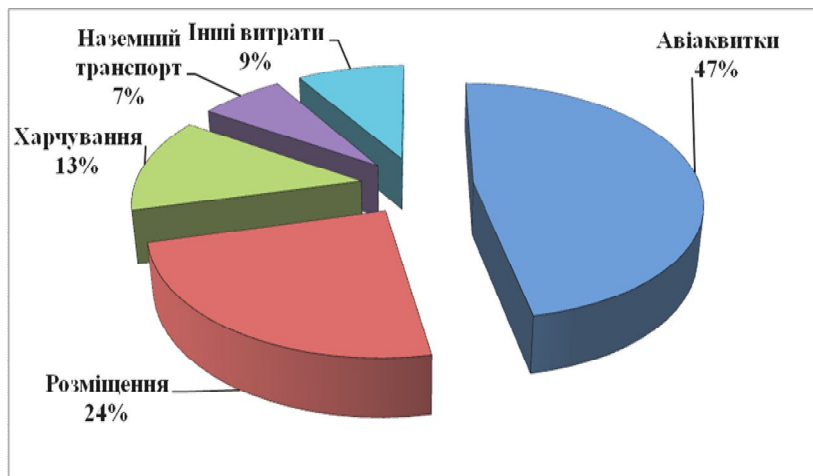


Рис. 3. Структура витрат ділових туристів, % [1, с. 72]

Сучасний діловий туризм включає в себе не тільки формування туристичних пакетів для бізнесменів, а також цілий спектр послуг з організації корпоративних заходів. Практично всі успішні агентства ділового туризму пропонують ряд консалтингових та організаційних послуг з удосконалення процесу оформлення відряджень та підготовки заходів, а також з оптимізації бюджету своїх клієнтів. В контексті корпоративного обслуговування агентства ділового туризму набувають статусу не тільки туристичних агентів, але і бізнес-партнерів корпорацій.

У сфері ділового туризму, партнерами, здатними вирішити перераховані вище завдання, є спеціалізовані професійні агентства. Основні виробничі функції агентств корпоративного ділового туризму доцільно розділяти на дві групи. До першої групи необхідно віднести туристські функції агентства, а саме: бронювання та виписка авіаквитків, залізничних квитків, організація розміщення в готелях, організація трансферів, харчування, культурно-розважальної програми, паспортно-візова підтримка.

Друга група функцій пов'язана із здійсненням концепції аутсорсингу. Насамперед, мова йде про консалтинг, розробки тревел-політики клієнта, виходячи з структури персоналу компанії, класу послуг та бюджету відряджень для кожного співробітника. На даному етапі необхідно виділити пріоритетні авіакомпанії, квитки на рейси яких будуть автоматично розглядатися в першу чергу при обробці заявок клієнта. Агентство визначає пріоритетні засоби розміщення, виходячи з бюджету на проживання, вимог до класу обслуговування, розташування готелю та додаткових послуг; аннуляційну політику. На підставі

обраних партнерів, при забезпеченні максимальних обсягів можливе укладення тристоронніх угод між клієнтом і агентством і партнерами (безпосередніми постачальниками турпослуг), що дозволяє забезпечувати додаткові знижки, пріоритетний лист очікування для всіх замовлень, більш гнучкі умови партнерства. Правильно розроблена тревел-політика, при її дотриманні в плануванні відряджень, позитивно впливає на зниження витрат, економію робочого часу адміністративного та фінансового відділів клієнта, зменшення фінансових та організаційних ризиків, а також помилок, пов'язаних з людським фактором.

Один із класичних різновидів ділового туризму є інсентив-тури. Поняття «incentive» перекладається з англійської мови як «спонукальний, що заохочує». Під цим видом туризму мають на увазі поїздки, якими комерційні компанії нагороджують своїх співробітників за високі показники в роботі або стимулюють їх більш продуктивну працю в майбутньому.

Не дивлячись на те, що частка інсентив-туризму в секторі ділового туризму невисока, його обсяг у доході багатьох країн значний, що пояснюється більш високою вартістю заохочувальних програм у порівнянні зі звичайними турами.

Мотив замовлення інсентива – стимулювання продуктивності праці співробітників, збільшення обсягів продаж за допомогою туристичних подорожей. Звичайно, стимулом може виступати і грошова премія, але як показує практика не грошовий стимул – подарунок, медична страховка і, особливо, туристична поїздка є набагато більш сильним мотиватором до кращої роботи. Таке стимулювання праці добре зарекомендувало себе й особливо практикується в страхових, банківських компаніях, у торговельних підприємствах із широкою дилерською мережею.

На відміну від масових інсентив-тури розробляються винятково індивідуально під конкретного замовника і, як правило, передбачають комфортне розміщення й обслуговування на маршруті. В усьому світі існують особливі оператори, що спеціалізуються на цьому виді туризму. Однак перед організаторами виникає ряд проблем при роботі з ринком інсентив-туризму. Наприклад, через те, що ці тури мають груповий характер, організатори повинні враховувати питання заздощів між туристами однієї і тієї ж групи. Тому необхідно вибирати готельні номери однакових розмірів, навіть з однаковими меблями, щоб учасники не почували нехтування своїх прав.

У найпростішому випадку інсентив-тур – це звичайний тур із проживанням у 4-5-зіркових готелях з насиченою екскурсійною

програмою або відпочинком на морі, проведений на високому рівні. Існують й інші різновиди інсентива, де програма поїздки побудована відповідно до якої-небудь головної ідеї. Закордонні інсентив-оператори пропонують, як правило, вибір з більш 30 різних програм. Наприклад, винний і гастрономічний тури, музичний круїз, політ на повітряній кулі, пікнік на альпійській вершині, рафтинг та ін.

Інсентив-тури відрізняють особлива піднесена атмосфера свята, постійне почуття колективізму й обслуговування за VIP-класом. Часто тур будується таким чином, щоб була присутня змагальна програма. Таким чином, інсентив-програми, що розробляють оператори, як правило, не складаються тільки з однієї заохочувальної поїздки, а передбачають більш складні схеми. Програми можуть бути різної тривалості та завжди припускають регулярне підведення проміжних підсумків, заохочення переможців етапів невеликими подарунками. Середня тривалість європейських інсентив-турів складає 3-7 діб. Як правило, програма припускає повний пансіон, транспортне обслуговування і включає привітальний коктейль, широку екскурсійну програму і прощальну гала-вечерю.

Нерідко в програму туру включаються заходи, спрямовані на професійний інтерес членів групи – семінари, зустрічі з колегами, відвідування підприємств, спеціалізованих виставок та ін.

Комплектуватися інсентив-групи можуть як з виконавської ланки комерційних компаній (менеджери з продажу, агенти з продажу, рекламні, страхові менеджери), так і зі співробітників середнього і адміністративного рівнів (начальники підрозділів, керівники), а також з рядових споживачів – наприклад, постійних клієнтів. Склад інсентив-груп: менеджери з продажу (29 %), агенти, дистриб'ютори (14 %), адміністративний персонал (31 %), споживачі (26 %).

Кількість туристів у інсентив-групі може варіюватися від декількох до ста і більше людей. Однак переважають групи чисельністю до 10 туристів.

Близько 61 % бюджету інсентив-туру припадає на транспортне обслуговування і проживання, 18 % – на харчування, 7 % – на витрати з організації поїздки і 14 % – на екскурсії, розваги і додаткові витрати, яких у цьому виді туризму звичайно не вдається уникнути.

Міжнародні експерти відзначають, що інсентив-туризм чекає велике майбутнє. За їх прогнозами, у XXI ст. він стане головною формою заохочення працівників у провідних галузях світового господарства і його частка в системі мотивації праці збільшиться.

Перший інсентив-тур був проведений в 1910 р. в США компанією «National Cash Register Company of Danton». Агенти і дилери компанії

були нагороджені безкоштовною поїздкою в Нью-Йорк за відмінні результати в роботі. Початок регулярного використання поїздок у вигляді заохочення було покладено в 60 рр. ХХ ст. завдяки початку польотів цивільних реактивних літаків.

В інсентив-туризмі близько 80 % поїздок припадає на Європу, 10% – на США, 6 % – на країни Південно-Східної Азії, 4 % – на інші напрямки. Рейтинг інсентив-напрямків в європейських туристів очолюють Франція, Іспанія, Швейцарія, Австрія, Кіпр, США, а також острови Карибського басейну.

Винагорода поїздкою отримує все більшого поширення в Європі. Практика показує, що інсентив-тури є найкращим стимулятором до праці порівняно з будь-яким споживчим товаром. У Великобританії на них припадає 2/5 загальної суми витрат підприємств на винагороду своїх співробітників, у Франції та Німеччині – майже половина. Вартість інсентив-турів варіюється від 500 до 1500 дол. США і вище на особу, а тривалість – від двох до семи днів.

Серед основних країн-постачальників заохочуваних туристів лідирують США, Великобританія і Німеччина. За останні роки зросла кількість інсентив-відвідувачів з Японії. Що стосується українських інсентив-груп, то їх у Європі незначна кількість. Проте цей вид ділового туризму має великі перспективи розвитку в Україні.

Отже, результати досліджень перспектив та проблем розвитку ділового туризму в Україні свідчать про необхідність розробки на національному рівні програми розвитку ділового туризму, реалізація якої спричинить збільшення частки прибутку від туристичної діяльності в позасезонний період та забезпечить додаткову зайнятість населення.

Література

1. Діловий туризм: навч. посібник / І.Б. Андренко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ, 2014. – 165 с.
2. Global Business Travel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.gbta.org/2016/04/21/china-overtakes-the-united-states-as-worlds-largest-business-travel-market/>
3. Travel & Tourism Economic Impact 2016. World. – London, World Travel & Tourism Council, 2016. – 20 pages
4. Travel & Tourism Economic Impact 2016. Ukraine. – London, World Travel & Tourism Council, 2016. – 24 pages

Іваніщева О.А.

асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

АНАЛІЗ ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ЛІКУВАЛЬНО- ПРОФІЛАКТИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Сьогодні однією з найголовніших проблеми, що стоять перед людством, є продовольча проблема, адже виробництво харчової сировини харчових продуктів за своїми масштабами чи не найбільше у світі. Основним завданням продовольчої проблеми є забезпечення людства харчовими продуктами, які є визначальним чинником здоров'я кожного.

Харчування – одна з важливих фізіологічних потреб людини і одним із його компонентів у наш час є широкий асортимент кондитерських виробів.

Борошняні кондитерські вироби посідають важливе місце у раціоні сучасної людини, оскільки сировина, з якої їх готують, є основним джерелом енергії, пластичний матеріал для побудови клітин тканини. До складу борошняних кондитерських виробів входять жири тваринного і рослинного походження, які беруть участь у жировому обміні і сприяють нормальній діяльності центральної нервової системи. Білки, які сприяють побудові клітин, вуглеводи, які служать енергетичним матеріалом м'язової роботи [8].

Хоча кондитерські вироби не є продуктами першої необхідності, проте користуються значним попитом в усіх груп населення і, відповідно, впливають на стан здоров'я людини. Тому з метою підтримання на належному рівні здоров'я населення України доцільно розробляти кондитерські вироби з оздоровчими властивостями. На 57-й сесії асамблеї ВООЗ було розроблено стратегію розвитку харчової індустрії світу та визначено наступні напрями роботи:

- розроблення продуктів зі зменшеною кількістю цукру та без цукру;
- розроблення харчових продуктів без жиру та з зменшеною кількістю жиру;
- розроблення харчових продуктів функціонального призначення [5].

У розробці функціональних кондитерських виробів повинні приймати участь вчені технологи, фізіологи, нутриціологи, лікарі, працівники промисловості, оскільки це процес, що потребує наукового обґрунтування та кропіткої спільної роботи фахівців різних галузей.

В Національному університеті харчових технологій та Київському національному торговельно-економічному університеті науковці

займаються розробкою різних груп кондитерських виробів функціонального призначення (борошняні, цукристі, пастило-мармеладні, шоколадні вироби), увага спрямована на розроблення нових борошняних кондитерських виробів для людей, що хворіють на цукровий діабет, целиацію, фенілкетонурію, діарею, хворобу Кешена, залізодефіцитну анемію[4].

Сьогодні важлива активна державна підтримка в розробці нових перспективних екологічних і науково обґрунтованих технологій та розробці функціональних кондитерських виробів. Виробництво таких продуктів буде сприяти поліпшенню здоров'я, працездатності і активному довголіттю нації, що є метою реалізації загальнодержавної програми «Здоров'я - 2020: український вимір»

У багатьох країнах світу діють програми постворенню функціональних харчових продуктів. Одним із перших став проект по створенню функціональних продуктіву Японіїв 1984 році, який знайшовширо кудержавнупідтримку.В 1991 роців Японіїбуларозробленаконцепція «Foshu»-»FoodsforSpecifiedHealthUse» - продукти дляс пеціального оздоровчого харчування.

Дофункціональнихпродуктіввідносятьсяпродукти,якіроблятьпозитивнудіюназдоров'ялюдиниприїхрегулярномувживаннів ефективнихдозах. Крімпоживнихінгредієнтіввони містятьфункціональніінгредієнти,якіпозитивно впливаютьна організмлюдини,щодопомагаєадаптуватисядо впливузовнішнього середовища,запобігативиникненнюзахворюваньі попереджати передчаснестаріння[4].

Функціональніпродуктирозглядаютьсяне тількиякджерело пластичних речовині енергії,алеі якскладнийне медикаментозний комплекс,щозабезпечує достовірнийлікувально-профілактичний ефект. Місцефункціональнихпродуктівхарчуваннявизначаєтьсяякпроміжнеміжпродуктамізагальноговживанняіпродуктамілікувального харчування. Функціональніпродуктивідрізняютьсявідтрадиційнихпродуктівупершучергувідсутністюантинутрієнтіві збалансованою кількістю макроі мікронутрієнтів.

Розробка продуктівфункціональногопризначеннямає відповідати таким вимогам:

- збагачення продуктів харчування біологічноактивними речовинами, тобто вітамінами, мінеральними речовинами, незамінними амінокислотами, поліненасиченими жирними кислотами, ферментами, антиоксидантами, пробіотичними бактеріями, харчовими волокнами;

- введення до складу рецептурних компонентів нової сировини, що має функціональні властивості, які повинні бути науково обґрунтовані мисхваленими фахівцями;

- замінамакронутрієнтів, які можуть зробитинегативнудіонаорганізмлюдини (часткова або повна), накомпоненти, що роблять корисний ефект;
- збільшення засвоюваності харчових компонентівзпозитивнимвпливомна організм людини;
- збагачення продуктів харчування БАД, при цьому необхідно враховувати для яких груп населення розробляється функціональний продукт, тобто враховувати вік, фізичнінавантаження, стан здоров'я;
- наявністьнауковоо бґрунтованих фізико-хімічних характеристик функціональних інгредієнтіві методикїхкількісного визначення;
- відсутність здатності до зменшення харчової, біологічноїїцінності, органолептичних показників [4].

Дофункціональнихінгредієнтів кондитерських виробів відносяться наступні групи:

1. Вітаміни (особливо С, Е, Д, групи В, А);
2. Мінеральні речовини (особливокалій, залізо, йод, селен);
3. Глікозидитаїзопреноїди;
4. Поліненасиченіжирнікислоти, есенціальніамінокислоти;
5. Незасвоювані олігосахариди; стійкікрохмалі; ферменти; антиоксиданти природного походження - каротин, β (токоферол, фенольніз'єднаннятаін.);
6. Пробіотичнібактерії;
7. Харчовіволокна.

Проблема йододефіциту сьогодніє однією із серйозних чинників погіршення ситуації щодо фізичного і психічного здоров'я населення в усьому світі. Зокрема, нестача цього мікроелемента в організмі людини спричинює підвищення захворюваності на зоб, збільшує кількість випадків вродженого кретинізму та інші серйозні проблеми, які супроводжуютьсярізноманітними функціональнимиі структурними змінами. Дослідження, проведені за останні роки Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) у різних країнах світу, показали, що рівень розумового розвитку (коефіцієнт інтелекту IQ) пов'язаний із йодом. Показники розумовогорозвитку населення, що проживає в регіонах йодної недостатності, на 15-20% нижчі, ніж у регіонах без дефіциту йоду [1].

В Японії, країні з найвищою середньою тривалістю життя, де профілактична медицина стоїть на дуже високому рівні, не лише широко проводиться роз'яснювальна робота, а й ведеться практична профілактика йодозалежних станів. Приміром, у меню закладів громадського харчування можна побачити величезний перелік страв, який містить добавки морських водоростей [7].

Дослідження, проведені науковцями Інституту ендокринології та обміну речовин ім. В. П. Комісаренка Національної академії медичних

наук за підтримки ВООЗ, показали, що йододефіцит різного ступеня тяжкості притаманний всій території України. Для більшості областей, в тому числі для Києва та Київської області, це йододефіцит легкого ступеня, середнього — для північних, деяких центральних і південних місцевостей, а важкого — для західних.

Наслідки йододефіциту - це значна кількість йодозалежних захворювань та висока частота патології у вагітних і дітей. За даними офіційної статистики, понад 1,5 млн. дорослих та дітей мають патологію щитовидної залози, 80% її зумовлено дефіцитом йоду. На сьогодні у більшості дітей є ризик виникнення ЙДЗ та близько 300 тис. щороку народжуються незахищеними від незворотних наслідків ушкодження мозку. Дефіцит йоду в період внутрішньоутробного розвитку і в перші роки життя є причиною зниження в майбутньому інтелекту дитини (діти втрачають до 10—15 пунктів коефіцієнта IQ навіть при слабкому ступені йододефіциту), що може призвести до інтелектуального виродження нації. Відповідно до прогнозу у разі дефіциту йоду протягом наступних 10 років народиться понад 5 тис. дітей із кретинізмом і близько 20 тис. розумово відсталих, понад 300 тис. будуть відчувати труднощі з навчанням в школі та в роботі. Щорічно втрата розумового потенціалу IQ складає понад 400 тис. балів, що еквівалентно втраті понад 3 тис. обдарованих дітей з високим інтелектом [9].

В організмі людини міститься близько 25 г йоду, половина якого сконцентрована у щитовидній залозі. Оптимальною добовою нормою споживання йоду вважають 100-200 мкг. Природним концентратом йоду є морська капуста, яка відноситься до бурих водоростей. Ці водорості містять складний комплекс азотистих, вуглеводних і вуглеподібних речовин і пігментів, а також полімер-альгінову кислоту. Остання використовується у харчовій промисловості як згущувач, а також у лікуванні ожиріння. Серед овочів, фруктів і ягід також є плоди, що відрізняються високим вмістом йоду (таблиця 1).

Таблиця 1

Йодвмісні продукти харчування

Найменування продукту	Кількість мкг йоду на 100 г	Найменування продукту	Кількість мкг йоду на 100 г
Печінка тріски	370	Тунець	50
Фейхоа	350	Овес	20
Кальмар	300	Печериці	18
Морська капуста	300	Ячний жовток	18
Пікша	245	Молочні продукти	16-20

Найменування продукту	Кількість мкг йоду на 100 г	Найменування продукту	Кількість мкг йоду на 100 г
Лосось	200	Квасоля	12
Креветки	190	Яловичина	12
Камбала	190	Шпинат	12
Минтай	150	Горох	11
Макрель	145	Вершкове масло	8-9
Морський окунь	145	Морква	6-7
Тріска	130	Капуста	6-7
Оселедець	70-90	Картопля	5-6
Устриці	60	Гречка	3-4
Фельд салат	65	Фрукти	2-6

Асортимент кондитерських виробів з морською капустою різноманітний, оскільки в них добре маскується специфічний смак і аромат добавки. З морською капустою випускають мармелад Фруктово-ягідний пластовий, Яблучний формовий, зефір Біло-рожевий, драже Зелений горошок (з цукровим корпусом), карамель Монпасье льодяникове, карамель Полуниця (з фруктово-ягідною начинкою), печиво Морське. Розроблені пісочні вироби з маковою начинкою, у рецептуру яких включені водорості зостери.

Вчені Кубанського державного університету вважають одним із перспективних видів йодвмісної сировини - листя волоського горіха, в якому міститься 11,2% йоду. Йод у сухому листі цієї рослини знаходиться в органічно зв'язаному вигляді, що дозволяє виключити його втрати під час зберігання йодованого мармеладу, отриманого з використанням цієї сировини [3].

Недостатнє споживання вітамінів негативно впливає на здоров'я людей, знижує працездатність, опірність до простудних, інфекційних захворювань, підсилює негативний вплив на організм шкідливих умов праці і зовнішнього середовища. Вітамінізованими виробляють більшість груп кондитерських виробів.

У більшості збагачених виробів регламентований вміст вітамінів і мінеральних речовин повинен задовольнити добову потребу у відповідних мікронутрієнтах на 30-50 %.

Лікувально-профілактичні вироби включають евкаліптову, анісову, ментолову олію, ментол, які заспокійливо діють при кашлі і неврологічній хворобі, поліпшують виділення мокротиння [2].

Мармелад Дитячий включає аскорбінову кислоту (1,02 кг/т). Також випускають мармелад, пастилу і зефір з додаванням Р-каротину. Шоколад готують Вітамінізований і Спорт з вітамінами.

Вітамінізований - це шоколад звичайний з додаванням вітаміну Е (токоферол 5,02 кг/т). Випускають шоколад з вітамінами Е, С, В₁, В₂, В₆, В₁₂, РР, фолієва кислота, Б-пантотенат кальцію, біотин (вітамінний премікс 986).

Ряд підприємств випускають плитку кондитерську вітамінізовану, цукерки з додаванням аскорбінової кислоти, батончики вітамінізовані, драже вітамінізоване з цукровим корпусом, яке містить аскорбінову кислоту і певні поліпшувачі.

Деякі підприємства випускають ірис вітамінізований тираженим, що містить наступні вітаміни і мінерали: С, В₁, В₂, В₆, РР, фолієву кислоту, залізо, кальцій («Валітек-1») («Валітек-5») [3].

Вітамінізованим готують печиво зтяжне з борошна 1 сорту, яке містить вітаміни групи В, завдяки включенню до рецептури значної кількості дріжджів (158,9 кг/т) і цукрове з борошна вищого сорту, яке містить пивні дріжджі (33,62 кг/т).

Вивчена можливість використання дієтичного волокна у виробництві цукрового печива функціонального призначення.

Виробляють вафлі вітамінізовані з вітамінами С, В₁, В₂, В₆, РР, фолієвою кислотою, залізом («Валітек-1») та вафлі з вітамінами та мінеральними речовинами, що містять вітаміни С, В₁, В₂, В₆, РР, фолієвою кислотою, залізом, кальцієм («Валітек-5») [3].

Для приготування бісквітного напівфабрикату, печива, кексів використовується суміш безклейковинна рисова із соєвим білком. За даними дослідників, всі вироби відповідали нормативній документації.

Дефіцит харчових волокон у харчуванні людини є одним із головних чинників ризику розвитку різноманітних захворювань: дискінезії товстої кишки із запорами, синдрому подразненого кишечника, раку товстої та прямої кишки, атеросклерозу, метаболічного синдрому, ожиріння, цукрового діабету 2-го типу, геморою, варикозного розширення вен нижніх кінцівок та ін. Пектини - складний комплекс колоїдних полісахаридів із властивостями сорбенту, що зв'язують та виводять із організму іони свинцю, ртуті, марганцю, кобальту та інших металів, що пояснюють наявність вільних карбоксильних груп у галактуронових кислот. Деякі автори вважають, що важкі метали можуть адсорбуватись і самою молекулою полімеру, утворюючи нерозчинні сполуки (пектинати, пектати), які в харчовому каналі не всмоктуються і виводяться з організму. Найбільша кількість пектинів міститься в пшеничних висівках, яблуках, сливах, чорній смородині, буряках (таблиця 2). У незрілих фруктах та овочах він міститься у вигляді протопектинів (нерозчинні комплекси пектинів із целюлозою та

геміцелюлозою), що при їх дозріванні або термічній обробці перетворюються на пектини [6].

Таблиця 2

Вміст клітковини, пектину та харчових волокон у продуктах

Назва харчового продукту	Вміст волокон, г/100 г продукту	Назва харчового продукту	Вміст волокон, г/100 г продукту
Pop Corn, традиційний	8,1	Насіння коріандру	41,9
Абрикоси, висушені	9,3	Насіння кунжуту, висушене	18,0
Арахіс (смажені, солоні)	7,7	Насіння люцерни	7,9
Арахіс, сушені ядра	7,7	Насіння маку	10,0
Арахісове масло	7,6	Насіння соняшнику,	2,7
Артишок, сировина	5,4	Насіння фенхелю	39,8
Біла квасоля, суха	18,4	Пшеничне борошно	11,6
Бразильський горіх	5,3	Нут, висушені, сирі	12,2
Брокколі	3,3	Пекарські дріжджі, пресовані	6,2
Брусниця, сировина	3,7	Перець, чорний	26,5
Брюссельська капуста	4,5	Персик, сушений	14,3
Бузина, сировина	7,0	Помідори, сушені	12,3
Бурий порошок	24,0	Порошок каррі	33,2
Буряк	2,3	Просіяне житнє борошно	6,3
Вівсяні висівки	11,5	Просо, цільне зерно	8,5
Вівсянка, збагачена	11,2	Пшениця	3,7
Вівсянка, що не збагачена	10,3	Пшеничні висівки	40,2
Волоський горіх	5,6	Рисові висівки	21,0
Кава в зернах, смажена,	19,8	Соеве борошно	10,4
Кава, розчинна, порошок	19,1	Соеві боби, сухі	16,6
Какао з сухим молоком	7,1	Сочевиця, сушені, прибл.	8,7
Кокоси, сирі	14,0	Фісташки, сухі смажені	10,3
Кондитерські вироби	6,8	Фісташки, сушені	10,3
Кориця в паличках	53,1	Фундук, сушені ядра	8,2
Коричневі боби, сухі	17,8	Хліб з грубої житньої мук`і	10,0
Кріп, сушений	11,9	Хрін, сировина	7,5
Лимонна цедра, сира	10,6	Часник, сушений	9,9
Листя коріандру, сушені	10,4	Червона сочевиця, сушена	6,2
Листя чаю	55,8	Черрі, маринований	7,6
Макарони, спагетті	9,6	Чорна смородина, маринована	43,0
Мармелад	7,9	Чорна смородина, сирий	5,8
Мигдаль, сировина	9,2	Чорнослив, сирі	7,6
Мускатний горіх	20,8	Шипшина порошок, сухий	43,0
Мюслі з цукром	8,8	Яблуко, сушене	8,7

Частина лікувально-профілактичних кондитерських виробів включає значну частку пектину, який застосовується для профілактики хронічних інтоксикацій важкими металами. Розроблена рецептура мармеладу Профілактичний з підвищеною концентрацією пектину (8 %), який рекомендують споживати у кількості 25 г на добу.

Драже Міні-ферропан типу цукрового містить пантогематоген, аскорбінову кислоту, залізо сірчанокисле, екстракти шипшини, чорної смородини, горобини. Розроблена рецептура батончиків, що нагадують за смаком шоколад для використання в їжу людьми з великою масою тіла. Батончики з калорійністю 250 ккал містять 4 г харчових волокон, 14 г білка і 8 г жиру. Вони здатні значною мірою пригнічувати почуття голоду пацієнтів [3].

Дієтичні кондитерські вироби із зміненим вуглеводним складом призначені для споживання хворих цукровим діабетом, осіб з надлишковою масою тіла і ожирінням.

Для хворих цукровим діабетом розроблені спеціальні кондитерські вироби, що не містять цукор і не викликають гіперглікемію. До їх складу входять цукрозамінники, які ділять на натуральні (фруктоза, глюкозо-фруктозний сироп, ксиліт, сорбіт та інші) і синтетичні, одержані хімічним шляхом.

Фруктоза повільно всмоктується з кишок (у 2,3 рази повільніше глюкози) і мало впливає на рівень цукру в крові. Метаболізм її здійснюється без участі інсуліну, що дозволяє використовувати її у харчуванні хворих цукровим діабетом. За результатами досліджень у Фінляндії встановлено, що хворі з легким або добре контрольованим цукровим діабетом можуть споживати 1-1,5 г фруктози на 1 кг маси тіла на добу без негативної дії на метаболізм.

Асортимент кондитерських виробів для діабетиків досить різноманітний і представлений більшістю груп. Серед них найбільше різновидів цукерок, переважно глазурованих шоколадною глазур'ю. [2]

На суміші ксиліту (53 %) і сорбіту (17 %) готуються цукерки Пінгвін, смак яких поліпшений за рахунок внесеної лимонної кислоти, а запах - ароматизатора Апельсин. Випускаються фасованими в коробки масою нетто 100-150 г. Близькі до них за складом цукерки Глобус, Дикий медок і Росинка, в рецептурі яких додатково передбачене відповідне пюре: полуничне, абрикосове і чорносмородинове. Підвищеним попитом користуються цукерки Лікерно-желейні і Лікерно-желейні з медом, в яких частка шоколадної глазури на ксиліті складає 25 %. Корпус цукерок Лікерно-желейних готують на сорбіті та інвертному сиропі з включенням агароїду, лимонної і аскорбінової (1,05 кг/т)

кислот. Із шоколадно-молочного крему на ксиліті готуються цукерки Віра, які обсипані какао-порошком і відрізняються куполоподібною формою. Цукерки Снігова королева мають корпус крем на кондитерському жиру і ксиліті між трьома шарами вафель і глазуrowані шоколадною глазуру на ксиліті (38 %). Цукерки Чібіс приготовлені на сорбіті (41 %), ядрі горіха смаженого тертого (19 %) і подрібненого (7 %), з додаванням какао-порошку (10 %) і сухого незбираного молока (9 %).

Для діабетиків випускають напівтвердий ірис на сорбіті (35 %) з додаванням горіхових жмихів (10 %), горіха смаженого подрібненого (16 %) і какао тертого (1,8 %).

Шоколад може випускатися звичайним з добавками (Молочний з ксилітом, Шоколад з сорбітом) і десертним без добавок (Ене) [2].

Драже випускають кількох видів, у тому числі типу цукрового (Драже діабетичне на ксиліті, Морзянка, Діабетичне драже на сорбіті, Одуванчик) і з ядровим корпусом Шеркінос.

Мармелад виробляють фруктово-ягідним і желейним для діабетиків. Фруктово-ягідний буває Яблучний пластовий на сорбіті, Яблучний у склянках і Фруктово-ягідний (пластовий). Зефір готується з використанням фруктози і сорбіту у співвідношення 1:1,4, наповнювачів - яблучного і топінамбурового пюре (1:1), а також цитрусового пектину, яєчного білка, молочної кислоти і лактату натрію.

Серед борошняних кондитерських виробів користуються попитом діабетичне печиво, вафлі, пряники заварні, тістечка, торти, кекси.

Печиво готують цукрове з борошна вищого сорту (Діабетичне, Шатрія), з борошна 1 сорту - Діабетичне з ксилітом; зтяжне з борошна 1 сорту - Ксилітне; здобне з борошна вищого сорту - Дебют, а також із суміші пшеничного борошна вищого сорту і вівсяного - Полечко.

Серед досліджених замінників цукру (мальтит, маніт, ксиліт, сорбіт, ізомальтоза, олігофруктоза, полідекстроза) найбільш близьке до контрольного зразка було печиво з використанням ксиліту. Найгірші результати отримані із заміною цукру мальтитом. [2]

Печиво зтяжне Стимувіт і Стевійка із пшеничного борошна першого гатунку включає екстракт стевії сухої, маргарин, меланж, молоко сухе знежирене. Вафлі виробляють п'ятишаровими з начинкою на ксиліті, у тому числі з жирною (Вітерець, Північні), молочно-жирною (Діабетичні) і молочно-жирною з какао-порошком (Хвиля). Розроблені рецептури молочно-жирової начинки без цукру на основі комплексного підсолоджувача «Сламікс» (0,24 %).

Пряники заварні з борошна 1 сорту: Діабетичні (на ксиліті) і Нива (на сорбіті). Діабетичні - ромбовидної форми з глазуrowаною поверхнею.

Тістечка: Бісквітне, Корзиночка пісочна, Сирне діабетичне. Торти бісквітні: Бісквітний з ксилітом, Бадьорість, Діабетичний.

Розроблені дієтичні і діабетичні кекси на фруктозі (10- 100 %), які можна герметично упаковувати у поліпропіленові пакети [3].

Змінений вуглеводний склад також за рахунок складових топінамбура - інуліну і олігофруктанів. Це компоненти, які не перетравлюються, придатні для отримання функціональних продуктів харчування, оскільки мають властивості харчових волокон, сприяють зниженню енергетичної цінності виробів, володіють гепатопротекторними і гіпохолестеринемічними характеристиками, вважаються високо ефективними адаптогенами і антиоксидантами. Дуже важливою властивістю поліфруктанів є здатність впливати на склад популяцій бактерій товстої кишки тобто проявляти біфідогенну активність. З врахуванням оптимального співвідношення яблучного і топінамбурового пюре 1:3 розроблені технології і рецептури пастили «Жасмін» і зефіру «Магнолія». Цукор замінили фруктозою і сорбітом. Біфідо- і лактобактерії переважно утилізували фруктоолігоцукриди [2].

Отже, узагальнюючи вище викладене, можна зробити висновок, що сьогодні в Україні проблема створення нових видів харчових продуктів, зокрема кондитерських виробів, що мають лікувально-профілактичне призначення, є надзвичайно актуальною. Несприятлива екологічна ситуація, що склалася в багатьох регіонах України, і, як наслідок, невпинний ріст захворюваності населення стали поштовхом до розробки технологій продуктів, підвищення харчової цінності яких має цілеспрямовану дію, дозволяє застосовувати ці продукти для профілактики й лікування певних порушень організму: дефіциту йоду, білка, порушень обмінних процесів та імунітету, залізодефіцитних станів і т.п.

Проведений аналіз наукових досліджень і публікацій дозволяє зробити висновок, що наукові установи й працівники кондитерського виробництва, застосовуючи різноманітну, в тому числі нетрадиційну сировину тваринного й рослинного походження, досить успішно вирішують це завдання.

Література

1. Паньків В.І. Йододефіцитні захворювання : практичний посібник. – К., 2003. – 72 с.
2. Сирохман І. В., Лебединець В. Т. Асортимент і якість кондитерських виробів. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 636 с.

3. Сирохман І. В. Товарознавство цукру, меду, кондитерських виробів: підручник / І. В. Сирохман, Т. М. Лозова . - К.: ЦУЛ, 2008 -616 с.
4. А.М.Дорохович, В.І. Оболкіна, В.В.Дорохович, О.О. Гавва. Продукти харчування функціонального призначення. Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна [Електронний ресурс]. -Режим доступу:dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/.../dvvphfp.p. – Назва з екрану
5. В.В. Дорохович. Кондитерські вироби та здоров'я людини. Київський національний торговельно-економічний університет, 2009р. [Електронний ресурс].-Режим доступу: . – Назва з екрану
6. Мікрюкова Н.Г. Пребіотичні властивості вуглеводів у формуванні здоров'я дітей, Донецький національний медичний університет ім. М. Горького // Здоров'я ребенка. Інтернет-видання. – 2013. - 3 (46) [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://www.mif-ua.com/archive/issue-34162>. – Назва з екрану
7. О.І. Черевко, В.М. Михайлов, А.М. Чуйко. Сучасні тенденції харчових технологій – наш потенціал і основні напрями діяльності. ХДУХТ, Харків, 2008[Електронний ресурс].-Режим доступу:.. – Назва з екрану
8. <http://ukrbukva.net/print:page,1,39478-Muchnye-konditerskie-izdeliya.html>
9. <http://www.panaceya.com.ua/jododeficit-aktualna-problema-dlya-ukra%D1%97ni>

Іванова О. М.,

к.е.н., старший викладач кафедри економічної кібернетики, Київський національний торговельно-економічний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Сучасні глобалізаційні умови діяльності туристичних підприємств висувають якісно нові вимоги до управління їх інформаційними потоками у їх економічному середовищі. Інтенсифікація інформаційного обміну і характер туристичного бізнесу змінив підходи до формування і використання інформаційних потоків. Вони виступають як необхідний інструментарій у забезпеченні економічної безпеки, конкурентоспроможності, що дозволяє удосконалити інтелектуальний

капітал, застосування інформаційних технологій і управління лояльністю наявних і потенційних споживачів.

Ключові слова: інформаційні потоки, моделювання інформаційних потоків, туристичні підприємства.

Постановка проблеми. Інформаційна насиченість економічних процесів, динаміка інформаційної економіки, активізація інноваційної діяльності, трансфер знань та інші тенденції розвитку туристичного бізнесу визначають і формують нові виклики для удосконалення управління специфічними інформаційними потоками цих підприємств. Нові напрями використання інформаційних наявних і потенційних ресурсів продовжують визначати гнучкість і динамізм туристичної галузі. Успішність туристичних підприємств на відповідному ринку залежить від рівня використання сучасних інформаційних прогресивних технологій і адаптації управління інформаційних потоків до зовнішніх змін. Більшість розвинутих країн усвідомили пріоритетність і конкурентоспроможність інформаційної складової у загальному ресурсному забезпеченні туристичної діяльності. Однак динамічні зміни у туристичній галузі, нестабільність національної економіки, вразливість економічної системи перед зовнішньоекономічними ризиками стають перешкодами для повноцінного управління інформаційними потоками туристичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема інформаційного забезпечення економічних процесів на туристичних підприємствах аналізується багатьма українськими ученими через призму різних соціально-економічних інтересів. Так, О.О. Колесник, К.С. Стоян наголошують на важливості зовнішньої інформації, що визначає інформаційне усвідомлення тенденцій і особливостей туристичної галузі для відповідних підприємств на основі використання інформаційних потоків із статистичною інформацією і загальною макроекономічними даними [1-2]. Використання інформаційних ресурсів внаслідок статистичного аналізу туристичної сфери дозволяють зробити управлінські рішення достовірними і успішними. Аналізуючи праці О.М. Кальченко, С.В. Васильчак і С.С. Семак, І. Заря та ін., можна зробити висновок про суттєву роль забезпечення інформаційних потоками для конкурентоспроможності і економічної безпеки підприємств туристичної сфери [3-5]. Орлик О. В., Байков М. А., Захарін С. В., Казарян А. А., і Бойко М.Г. підкреслюють, що важливість виокремлення управління інформацією на туристичних підприємств визначається необхідністю застосування інформаційних технологій, розвитку інтелектуального капіталу, управління лояльністю туристів як кінцевих споживачів, тощо [6-8].

Мета. Основне завдання полягає у встановленні залежності якісного управління інформаційними потоками у діяльності туристичних підприємств від зовнішніх тенденцій інформаційного забезпечення господарської діяльності.

Викладення основного матеріалу дослідження. Важливість інформації для діяльності і розвитку туристичних підприємств визначається саме сутністю і основою туристичного продукту. Сформоване право споживачів на замовлення і використання послуг туристичного призначення (трансфер, проживання, харчування, розваги, екскурсії) ґрунтується на інформаційних процесах, що здійснюються туристичними підприємствами. Туристична сфера формує складний структурний продукт, що займає повноцінне загальноекономічне значення, оскільки комплексний туристичний пакет акумулює інформацію, що генерується внаслідок співпраці туристичних підприємств із постачальниками послуг визначеного призначення. Організація формування і продажу туристичного продукту визначається співпрацею туристичних операторів і агентів із суб'єктами іншої економічної діяльності, що забезпечують спільне задоволення потреб туристів.

Виокремлення і управління рухом інформаційних потоків зумовлено інтеграційними соціально-економічними комунікаціями між туристичними підприємствами і визначеними постачальниками послуг, що формують туристичний продукт. Такі комунікації сприяють розвитку інформаційного забезпечення туристичних операторів і агентів і підвищують їх конкурентоспроможність. З огляду на значний рівень інтенсивної інформаційної насиченості туризму, процеси і кінцева результативність суб'єктів туристичної діяльності орієнтована на активну роботу із рухом інформації.

Створення і подальший супровід при реалізації туристичного продукту залежить від раціональної циркуляції внутрішньої інформації і можливості використання зовнішніх інформаційних можливостей і тенденцій. Цьому сприяє рух вхідних інформаційних потоків із різним контентом туристичного характеру. Зважаючи на відкритість підприємницької системи у туристичній сфері, такі зовнішні інформаційні потоки трансформуються у внутрішні інформаційні потоки завдяки управлінському апарату. Цей механізм утворюється і зумовлюється функціональною моделлю туристичного бізнесу і відокремленим управлінням інформаційних потоків.

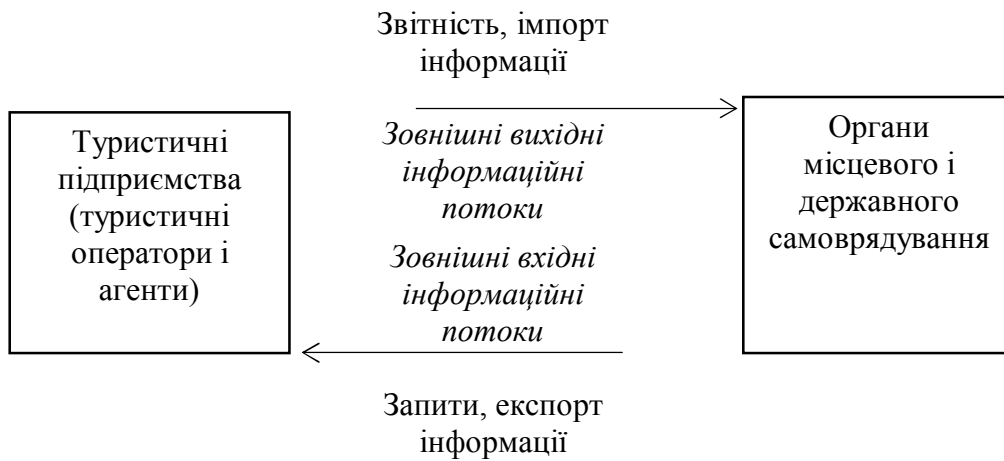
Зовнішні вхідні інформаційні потоки містять значну кількість корисної і різної інформації, яка впливає на порядок і якість кінцевого продукту туристичних підприємств. Зміст такої інформації включає

необхідні документовані дані, що формалізують взаємовідносини із постачальниками, споживачами та іншими економічними суб'єктами, рекламну інформацію, дані про зовнішні бізнес можливості, тощо. Повне врахування такої інформації у господарській діяльності туристичних підприємств визначає ефективність адаптації і успішність ринкової позиції туристичного підприємства на динамічному ринку туристичних продуктів. Крім того, можливість постійного моніторингу і використання такої інформації є суттєвими перевагами сучасних підприємств, до яких висуваються виклики глобалізованого економічного розвитку, з урахуванням міжнародного досвіду [1].

Якісні характеристики інформаційних потоків, які містять інформацію про зовнішнє середовище, впливають на можливість туристичного підприємства швидко адаптуватися до зовнішніх викликів. Використання статистичної звітності пов'язано із двостороннім рухом інформації – у документальній формі звітності від туристичних підприємств до закладів місцевого самоврядування і у формі статистичних даних у зворотному порядку. Підзвітність туристичних підприємств організації місцевого і державного самоврядування полягає у передачі адміністративної, податкової, статистичної, і фінансової звітності [2]. Ці вихідні інформаційні потоки забезпечують формування статистики у сфері туристичної діяльності і національної економіки України. У свою чергу, достовірність, своєчасність і об'єктивність поданих даних, успішна організація цієї взаємодії покращують якісний контент і надходження вхідних інформаційних потоків до внутрішнього середовища туристичних підприємств через запити або онлайн дані комітетів статистики. Відповідно, якість поданих даних туристичними підприємствами країни формує їх зовнішні вхідні інформаційні потоки із макроекономічною інформацією про стан і розвиток туризму.

Загальний механізм такої взаємодії можна продемонструвати схематично (рис. 1).

Так, потоки із вихідною інформацією є встановленою і чітко визначеною законодавством процедурою. Аналітична маркетингова діяльність туристичного підприємства ініціює використання інформації, що публікується державними комітетами статистики. Таким чином, надання коректної, достовірної, повної первинної інформації туристичними підприємствами поліпшує інформаційний фон управлінських рішень.



Крім власних підприємницьких інтересів, туристичні підприємства можуть ініціювати подальші реформи у сфері туризму шляхом руху і контенту вихідних інформаційних потоків. Податкова звітність інформує органи влади про загальні обсяги реалізованих туристичних послуг, податкове навантаження на діяльність туристичних підприємств, роль цієї сфери у загальному розвитку національної економіки, темпи туристичної діяльності населення, зацікавленість туристів в окремих країнах тощо. Ця інформація про особливості і проблеми туристичних підприємств може бути використана державою і відповідними інститутами для введення спеціальних реформ у туристичній сфері, полегшення податкового тягарю для підприємств, що стимулюють внутрішній туризм, організації туристичного кластеру, міжнародної співпраці із іншими країнами, гармонізації галузевих пропорцій, інвестиції у туристичну і транспортну інфраструктуру, спрощення митного режиму для туристів та інших соціально-економічних покращень.

База даних із інформацією про результати туристичної діяльності слугує актуальним джерелом для пошуку і генерації знань і раціональних управлінських рішень стосовно майбутнього розвитку туристичної сфери. Тому використання цієї інформації дозволяє туристичним підприємствам впливати на зовнішнє середовище через зовнішні вихідні інформаційні потоки. Крім того, слід зазначити, що слабкість рішучих і активних дій державних структур стосовно гармонійного розвитку туристичних підприємств знаходиться під впливом недосконалої методології статистичного аналізу, відсутності стандартизованого підходу до інформаційного забезпечення управлінського апарату, низького рівня поінформованості про проблеми

туристичних підприємств, проблема виокремлення релевантних адекватних показників ефективності туризму [2]. Такі проблеми слід розв'язувати комплексно із пріоритетністю якісного інформаційного забезпечення.

Успішність управління інформаційними потоками у діяльності туристичних підприємств визначається результативністю інформаційних потоків і їх здатністю забезпечувати управлінські рішення на кожному управлінському рівні. Це підвищує конкурентоспроможність і економічну безпеку туристичного підприємства. Ці проблеми є одними із найбільш актуальних аспектів сучасних підприємств у сфері туризму на фоні інтенсивного інформаційного насичення господарських процесів, недосконалого інформаційного законодавства та інформаційних технологій.

Конкурентний потенціал туристичних підприємств відбиває такий соціально-економічний стан їх внутрішньої економіки і зовнішньої ринкової позиції, який дозволяє формувати конкурентні переваги внаслідок адаптації і використання сучасних тенденцій в економіці, туризмі, інформаційній сфері, включаючи ІТ-сектор. Переваги підприємств на туристичному ринку залежать від кінцевої результативності конкурентів і зовнішніх контрагентів, що створюють відповідний контраст у ринкових умовах. Формування і аналіз внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг тісно пов'язано із економічною і інформаційною безпекою туристичного підприємства. Формуючи і оцінюючи власні конкурентні переваги у туристичній сфері, підприємства аналізують, наскільки безпечною є їх позиція на ринку, наскільки інформаційний продукт їх праці забезпечений захистом і рухом відповідних управлінських потоків.

Зовнішні загрози і ризики для туристичного підприємства в умовах високої непередбачуваності і нестабільності національної і світової економік створює передумови для управління інформаційною і економічною безпекою. Аналітичні засоби туристичного підприємства мають бути спрямовані на використання інформаційних потоків, що підвищують ефективність і повноцінне забезпечення господарської діяльності із залученням оптимального обсягу фінансів, із ефективним використанням і управлінням рухом інформаційних потоків, відповідністю і прогресивним рівнем матеріально-технічного забезпечення, акумуляцією і розвитком інтелектуального капіталу, із забезпеченням фінансової і фізичної безпеки споживачів туристичного продукту, дотриманням законодавства і усіх стандартів і вимог щодо формування і реалізації пакету туристичних послуг [3;5]. Ці аспекти мають бути в основі усіх економічних зв'язків між різними аспектами туристичного

підприємства. Інформаційний обмін між такими підприємствами може відбуватися через двосторонній рух інформаційних потоків.

Ключовими напрямками у забезпеченні економічної безпеки підприємств туристичної сфери є зменшення антагоністичності між інтересами туристичного підприємства і його діловими партнерами, дотримання ділової етики, узгодження інтересів споживачів і можливостей туристичного підприємства, управління лояльністю потенційних і наявних туристів, підвищення оперативності господарських процесів, прогресивність інформаційних технологій, тощо. Ці чинники зумовлені не тільки необхідністю підтримувати конкурентні позиції сталими, але і забезпечувати необхідний ресурсний потенціал [4]. З огляду на такі особливості розвитку туристичних підприємств, умови конкурентоспроможності підвищують вимоги до економічної безпеки з огляду на виклики соціально-економічних обставин, у яких функціонує туристичне підприємство. Ключову роль при цьому відіграє активність залучення вхідних інформаційних потоків із необхідним контентом про макроекономічний стан економіки, перспективні реформи, зокрема, у туристичній сфері, можливості бізнес-операцій на національному і міжнародному рівнях, існуючі правові норми, маркетингові інновації. Застосування таких інформаційних потоків сприятиме більшій поінформованості туристичного підприємства, що має функціонувати відповідно до сучасних тенденцій глобалізаційного розвитку.

Значення інформаційних потоків для туристичних підприємств зростає із актуалізацією інтелектуального капіталу як основної форми взаємовідносин між економічними суб'єктами і накопичення інформаційних потоків для оновлення знаннєвої основи господарських процесів і управлінських рішень. Як гнучка і динамічна частина ресурсного забезпечення туристичного підприємства, інформаційні потоки безпосередньо наповнюють інформаційний і інтелектуальний потенціал туристичного підприємства. Порівняно із традиційними економічними ресурсами, які продемонстрували свій низький рівень дієздатності під час кризових економічних явищ, інформаційні ресурси і інтелектуальний капітал перетворюються на першочергові засоби управління наявними ресурсами, їх ефективним поєднанням і реалізації ресурсного потенціалу [7]. Основна увага дослідників орієнтована на покращення комерційної діяльності туристичної діяльності, що важливо для стимуляції платоспроможного попиту і покращення ринкової конкурентної позиції туристичного підприємства, особливо турагентів, які зайняті тільки комерційною функцією у туристичній сфері [7]. Однак сфера застосування інтелектуального капіталу стосовно туристичного бізнесу має бути значно ширшою за реалізацію туристичного продукту.

Використання інформаційних потоків для формування і розширення інтелектуального капіталу здійснюється внаслідок застосування до них управлінських функцій. Вони дозволяють не тільки визначити якість вхідних даних, але і оптимізувати вже наявні людські і інтелектуальні активи туристичного підприємства. Так як туристичний продукт є більшою частиною інформаційним, то застосування інтелектуального капіталу і відповідного руху вхідних інформаційних потоків дозволить ефективно управляти інформацією і комбінувати її із вищим рівнем оперативності і ефективності згідно із особистими побажаннями споживачів. Готовність туристичних підприємств продемонструвати і забезпечити високий рівень гнучкості відповідно до інформаційних запитів і побажань споживачів забезпечує підвищення конкурентоспроможності і лояльності на ринковому сегменті.

Управління інформаційними потоками має здійснюватися на туристичних підприємствах паралельно із управлінням інтелектуальним капіталом, оскільки ці дві категорії залежать від руху і контенту інформації, що циркулює у внутрішньому середовищі туристичного підприємства і пов'язує його із зовнішнім середовищем. По суті, управління інтелектуальним капіталом має довгострокове, стратегічне і концептуальне значення, а управління інформаційними потоками є оперативним і тактичним відносно короткотермінового періоду. Так як акумуляція знань є більш статичним процесом, рухливі інформаційні потоки можна застосувати як засоби його здійснення.

Використання інтелектуального потенціалу і капіталу на туристичних підприємствах має відбуватися за умов їх постійної взаємодії із зовнішніми контрагентами та іншими ринковими суб'єктами, активізації маркетингової і наукової діяльності, розкриття інноваційного потенціалу. Механізм оновлення, акумуляції, контролю і використання знань працівників туристичних підприємств і їх інформаційного забезпечення важливо організувати за двосторонньої співпраці із постачальниками туристичних послуг, державними інституціями, соціумом, науковими організаціями і освітніми закладами професійного спрямування. Застосування відповідних прогресивних інформаційних технологій спростить дані процеси взаємодії і покращить управління іншими традиційними ресурсами. Крім того, слід зважати на певний синергетичний ефект, що дає поштовх для розвитку у суміжних сферах економіки, наприклад, транспортній, готельній, харчовій, освітній, науковій діяльності.

Слабкість і непропорційність розвитку туризму, кризовий стан транспортної інфраструктури, недосконала правовий захист інтелек-

туальної власності і інформаційних ресурсів гальмують активне просування і рекламування туристичної сфери України, збагачення інтелектуального капіталу у цій сфері і широке використання інформаційних технологій. Сформованість потреби у власних інвестиціях на приріст інтелектуального та інформаційного потенціалу туристичних підприємств дає перспективи для якісного майбутнього для цієї соціально-економічної сфери, оскільки зовнішні стимули пришвидшують перехід України до інноваційного розвитку. Велику роль при цьому виконують інформаційні потоки, що відповідають за комунікаційні взаємозв'язки між туристичними підприємствами і іншими соціально-економічними системами.

Творча діяльність працівників туристичного підприємства, формування цінності комерційної таємниці, розробка цікавих маршрутів, комерційний досвід, інноваційність туристичних продуктів насичують інтелектуальний капітал туристичних підприємств завдяки успішному управлінню інформаційних потоків. Трансформація потоків із зовнішньою інформацією у внутрішні потоки як відповідна реакція стимулює виникнення інформаційних сигналів, що направляються у ринкове середовище і формують інтелектуальний капітал підприємства. Ці трансформаційні процеси мають відповідну мету, стратегію, критерії, алгоритм і запланований результат. Досягнення кінцевої мети має включати з-поміж іншого удосконалення інтелектуального капіталу туристичного підприємства, що допомагає йому підвищити якість туристичних продуктів, рівень обслуговування, насиченість туристичних програм, контенту веб-сайту і рівень економічної безпеки туристичного підприємства. Однак нематеріальні ресурси мають доповнюватися інформаційними технологіями необхідними для повноцінного здійснення своєї місії.

Туристичний бізнес уможливорює задоволення потреб своїх споживачів завдяки активному залученню і використанню інформаційних технологій. Їх значення тільки актуалізується, оскільки напружений інформаційний обмін із постачальниками туристичних послуг, діловими партнерами здійснюється через онлайн зв'язок, відповідне програмне забезпечення, потужні комп'ютерні технології. Всі ці компоненти поєднуються із людською працею туристичних менеджерів, що розробляють цілісний системний складний туристичний продукт. Таке поєднання інформаційних елементів, що, у свою чергу, удосконалюють інтелектуальний капітал туристичного підприємства, відображається за допомогою постійного руху інформаційних потоків різного напрямку і змісту.

Поточне і перспективне використання інформаційних технологій покращує управління інформаційними потоками і дозволяє взаємодіяти різним організаційним рівням, оцінювати вхідну інформацію, оперативно опрацьовувати і застосувати її у відповідних управлінських рішеннях та під час обслуговування споживачів і досягати поставленої мети. Програмне і технічне забезпечення сучасних інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств представляє собою управлінські інформаційні системи і їх підвиди, системи бронювання, комунікаційні мережі тощо [6]. Профіль туристичних інформаційних технологій є достатньо розвинутим і специфічним, однак наявність універсальних технологічних засобів пошуку, відбору, накопичення, і використання інформації забезпечує гнучкість у матеріально-технічному забезпеченні будь-якого туристичного підприємства, зокрема, агента. Однак прогресивний рівень інформаційних технологій розширює маркетингові можливості, покращує управління внутрішніми інформаційними потоками і взаємовідносини із партнерами і споживачами, оптимізує внутрішні господарські процеси.

Глобалізаційні зміни, у тому числі актуалізація інтелектуального капіталу, динаміка інформаційного споживання і широке використання інформаційних технологій, зумовили розвиток не тільки підприємницької системи і мультивекторність управлінських рішень, але і формування нового типу вибіркового споживача, який висуває підвищені вимоги до результатів інформаційної роботи, що здійснюється на туристичних підприємствах. Розширення можливостей комунікації дозволяє використовувати досвід туристів для власного споживчого вибору, що з-поміж зазначених тенденцій буде загострювати конкуренцію через цінові коливання, різні рівні платоспроможного попиту і насиченість пропозиції [8]. Тому боротьба за лояльність споживача виходить на перший план у концептуальній моделі і господарській діяльності туристичних підприємств.

Забезпечення стабільної лояльності потенційних туристів зростає завдяки кращій організації інформаційних потоків. Це видається можливим завдяки наступним аспектам:

- управлінню вхідними інформаційними потоками від наявних і потенційних споживачів в процесі підтримання постійного зворотного зв'язку,
- управлінню внутрішніми інформаційними потоками, що зроблять формування туристичного продукту, регулювання рівня задоволеності споживачів і розширення пропозиції більш гнучкими процесами,

- управління потоками вихідної зовнішньої інформації для активного маркетингового впливу через інформаційні сигнали.

Визначені напрями використання інформаційних потоків мають вирішальне значення у сучасних умовах насиченого інформаційного обміну між підприємствами і споживачами, що автоматично покращує лояльність останніх відносно спеціально розроблених туристичних продуктів і сформованого ділового іміджу.

Висновки. Таким чином, сучасні тенденції у соціально-економічному середовищі туристичного середовища демонструють не тільки глобалізаційні можливості для туристичної сфери, але і висувають більш високі вимоги щодо підтримання і підвищення конкурентоспроможності. Роль інформаційних потоків у цих процесах і відповідних змінах у діяльності туристичних підприємств є визначальною, оскільки рух інформації забезпечує максимальну адаптацію туристичних операторів і агентів до зовнішніх змін. Управління інформаційними потоками сприяють удосконаленню економічної безпеки туристичного підприємства, його поінформованості, формуванню конкурентоспроможності тощо. Необхідний інструментарій оперативного використання цих можливостей включає використання інформаційних технологій, інтелектуальний капітал і управління лояльністю споживачів, що стає можливим завдяки використанню інформаційних потоків на туристичному підприємстві.

Література

1. Стоян К. С. Вдосконалення механізму інформаційного забезпечення підприємств з надання послуг міжнародного туризму // Технологический аудит и резервы производства. – 2013. – Т. 1. – №. 3 (9).
2. Колесник О.О. Інформаційне забезпечення статистичного аналізу стану та розвитку туризму // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2016. – №. 2 (52).
3. Кальченко О. М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2013. – №. 1. – С. 136-143.
4. Васильчак С. В., Семак С. С. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – №. 3. – С. 61-64.
5. Заря І. Сучасні тренди управління економічною безпекою туристичного підприємства / І. Заря // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2015. – № 1(63). – С. 47-49.

6. Теслик, А.В. Інформаційні технології в туристичній діяльності / А.В. Теслик, О. В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології : студ. наук. конф., 20 квітня 2015 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 40-43.
7. Байков М.А., Захарін С.В., Казарян А.А. Формування інтелектуального капіталу як орієнтир управління комерційною діяльністю туристичного підприємства // Young Scientist. – 2015. – Т. 26. – №. 11. – С. 11-15.
8. Бойко М.Г. Управління лояльністю споживачів туристичних продуктів // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – №. 2.

Красільнікова О.В.

Київський національний торговельно-
економічний університет

ПАЛОМНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Український туристичний бізнес є важливою і невід’ємною складовою світової туристичної галузі. Незважаючи на складні суспільно-політичні та економічні процеси, які відбуваються в нашій країні, туристична галузь продовжує розвиватися і збільшувати обсяги надання туристичних послуг. Розвиток туристичної індустрії є важливою складовою умовою розвитку національної економіки. Недарма, Генеральна Асамблея ООН, оголошуючи наступний 2017 рік Міжнародним роком сталого розвитку туризму, створила унікальну можливість для промоції внеску туристичного сектора в загальний сталий розвиток, включно з його економічною, соціальною та екологічною складовими [7].

Складовою частиною вітчизняної туристичної галузі є релігійний туризм. Релігійний туризм розглядають як різні види діяльності, пов’язані з наданням послуг та задоволенням потреб туристів, що прямують до святих місцях і релігійних центрів, які перебувають за межами звичайного для них середовища [1, с. 21]. У релігійному туризмі виділяють такі напрями, як релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості та паломницький туризм. Відмінність між ними полягає у тому, що релігійний туризм містить релігійно-пізнавальні аспекти або лише пізнавальні, а паломницький туризм пов’язаний з мандрівкою

виключно з релігійною метою. Тобто, релігійний туризм – власне подорож, мандрівка-атеїста, спрямована на досягнення інформаційно-культурологічних моментів пам'яток релігії, а паломництво – мандрівка глибоко віруючої людини, пов'язана з реалізацією глибоких внутрішньо-психологічних релігійних аспектів [5, с.94]. На думку сучасних дослідників, мотивація релігійного туриста в процесі подорожі може змінюватися, зокрема він може почати дотримуватися правил і норм поведінки, які притаманні віруючим людям, паломникам. Тобто спостерігається тенденція до зменшення розбіжностей між традиційним паломництвом і релігійним туризмом.

Паломництво та релігійний туризм виконують ряд суспільно важливих функцій. Це, зокрема, пізнавальну функцію, яка полягає в тому, що під час релігійних подорожей люди отримують певну інформацію щодо церковно-релігійних об'єктів та розширюють свій світогляд; ресурсозберігаючу, яка проявляється у тому, що організатори релігійних подорожей зацікавлені та сприяють збереженню історико-культурної спадщини; консолідуючу, її суть полягає в тому, що сакральні та культові об'єкти є умовним центром, де зосереджується вагома кількість вірян та туристів, а також вони є центрами суспільного життя, і таким чином, паломництво та релігійний туризм виконує комунікативну функцію. Важливою є лікувальна функція, адже під час релігійних подорожей людина може отримати зцілення від душевних та фізичних недуг [11, с. 223].

У даній статті ми розглянемо деякі аспекти розвитку паломницького туризму як складової частини туристичного бізнесу в Україні. Паломництво і релігійний туризм є предметом дослідження провідних вітчизняних дослідників. Зокрема, різним аспектам даного питання присвячені дослідження таких вчених: З. Сапелкіна [10], Б. Савчук, Т. Божук [9], М. Гедін [3], Н. Вояківська, О. Любіцева [6], С. Романчук, О. Жаровская, А. Ковальчук, В. Шикеринець, П. Яроцький [13] та інші. Збором та упорядкуванням інформації щодо об'єктів паломницького туризму, створенням інтернет-сайтів на релігійно-паломницьку тематику займаються також й релігійні організації християнських конфесій України. Однак, у цілому питання розвитку паломництва як однієї з галузей туристичного бізнесу в Україні потребує подальшого дослідження.

Слід зазначити, що паломництво є одним з найдавніших видів туризму і відповідно має глибоке історичне коріння. Назва «паломництво» в релігійному сенсі, означає подорож з релігійними мотивами до святих місць, які пов'язані з певними святими або подіями

Старого і Нового Завіту. В XII ст., паломництво розумілося подвійно – як форма аскетичного життя або практика відвідувань святих місць. У силу релігійних переконань або цікавості щодо своєї або чужої віри, люди в усьому світі подорожують, щоб відвідати Святу землю, Ватикан, Мекку і Медіну, монастирі та інші святі місця.

Паломницький туризм – це сукупність поїздок представників різних конфесій з паломницькими цілями. А паломництво – прагнення віруючих людей поклонитися святим місцям. Ідея паломництва має на увазі дії в умовах особливих труднощів, добровільно взяті на себе зобов'язання бути в цих умовах. Це символізує готовність людини пожертвувати матеріальними цінностями в ім'я Бога. Хоча в наш час сучасні прочани все менше здійснюють подорожі пішки і активно користуються досягненнями цивілізації. Спростуються й заборони, яких повинні дотримуватися паломники під час прощі, наприклад тримати суворий піст і тому подібне. На сьогоднішній день існує чимало туристичних фірм, які спеціалізуються на організації релігійно-паломницьких турів та займаються обслуговуванням паломників, організовують екскурсії на місцях. Конкуренцію таким туристичним фірмам становлять спеціальні паломницькі служби, які діють при релігійних центрах тієї чи іншої конфесії.

Здійснювати паломництво людину спонукає чимало різних чинників. Це бажання відвідати святі місця, храми, монастирі; помолитися й доторкнутися до чудотворних ікон; прикластися до нетлінних мощей; отримати божественну благодать та духовне вдосконалення; здійснити богоугодне діло; позбутися душевних і фізичних недуг; відмолити гріхи; виконати дані обітници для прощення гріхів; подякувати за послані Богом блага, помолитися за здоров'я та благополуччя рідних та близьких і т.д.

До мотивів паломництва відносять також бажання висповідатися у культовому або релігійному центрі, або у відомого релігійного діяча; зробити пожертвування на користь храму або релігійної громади; поглибити релігійну освіту.

Подорож до святих місць, поклоніння святим іконам та отримання благословення від церковних ієрархів здійснюють також люди, які прагнуть зайняти вище місце у соціальній ієрархії суспільства, підвищити свій авторитет та статус, наприклад політичні діячі, керівники держави. Для мусульманських країн, для прикладу, характерно здійснювати паломництво з метою отримання певного статусу в релігійній громаді. Так, мусульманина, що здійснив хадж до Мекки і Медини називають «хаджа», тобто той, хто здійснив хадж. Така людина

отримувала поважний статус у релігійній громаді, з нею радилися, часто їй надавали повноваження лідера громади [11, с.222].

Найдавніша традиція паломництва походить від індуїзму і нараховує близько трьох тисяч років. Паломництво відбувалося вздовж святої річки Ганг, що мало надати віруючому вічне загробне щастя. У буддизмі початкова ціль паломництва була пов'язана з чотирма місцями, пов'язаними з діяльністю Будди, але в III ст. до нашої ери реліквії засновника цієї релігії були розділені між багатьма храмами і, таким чином, рух паломництва розсіявся. Також потрібно пам'ятати, що кожен мусульманин має обов'язок раз у житті відбутися паломництво до Мекки.

Початки християнського паломництва знаходимо в Святому Письмі. Ідея цієї подорожі з'являється в, так званому, періоді Суддів (1500 – 1200 рр. до Р.Х.). У Новому Завіті є опис паломництва, яке здійснив Ісус зі своїми батьками до Єрусалиму. Євангеліст описує традицію, притаманну для єврейського народу.

Протягом перших віків існування християнства, паломництво не набуло широкого поширення. Це було пов'язане з тим, що християнство було забороненою релігією і переслідувалося. Лише з IV ст., коли християнство стало визнаним, ситуація змінюється. Спочатку відбувалися мандрівки до Святої землі, а з III ст. збільшилась кількість осіб мандруючих до гробів мучеників, з V ст. – до сповідників Христа. У середньовіччі велику роль відігравали ікони, з якими теж були пов'язані паломницькі рухи.

Спочатку в паломницьку подорож вирушали спонтанно і поодиноці. Згодом паломники починають об'єднуватися в групи, що робило мандрівки безпечнішими. Наприкінці доби середньовіччя інтерес до далеких мандрівок зменшується, натомість християни починають відвідувати, здебільшого, релігійні святині місцевого значення. Змінюється також і характер паломництва. У паломництві з'являються різні розваги та пригоди. В наш час паломництво набуває світських форм туристичної галузі, з'являється і набуває розвитку, так званий, релігійний туризм.

Індустрія релігійного туризму є складовою частиною всієї туристичної індустрії. До її складу входять: по-перше, підприємства розміщення – спеціалізовані засоби розміщення (готелі, кемпінги, гуртожитки, чернечі келії); по-друге, підприємства громадського харчування; по-третє, транспортні підприємства та по-четверте, релігійні об'єкти показу – культові споруди (монастирі, святилища, храми, храмові комплекси, капели, каплиці й т.д.) та природні об'єкти культу (святі джерела, гаї, ріки, озера).

Центрами православного християнства є Єрусалим, Віфлеєм, Назарет. Віфлеєм розташований на декілька кілометрів південніше Єрусалима. Назарет перебуває за 100 км на північ від Єрусалима, недалеко від знаменитого Галілейського моря. Прочани, що прибувають у Святу землю, спочатку направляються у Віфлеєм, де відвідують храм Різдва Христового.

Особливістю релігійного туризму є те, що прочани зазвичай висувають набагато менше вимог до рівня і якості обслуговування, харчування та розміщення. Вони зупиняються на нічліг у келіях монастирів, на території храмів, у наметових містечках (наприклад, під час хаджу), можуть ночувати в храмах на підлозі або навіть прямо на вулиці. Їжа досить скромна, а її вибір невеликий.

Відносно розвитку релігійного туризму в Україні, треба відзначити, що наша країна відома багатою сакральною і духовною спадщиною. Її територію з давніх часів населяли народи з різним релігійним віросповіданням. У різних регіонах України збереглися історико-культурні пам'ятки не лише панівної релігії – християнства західного та східного обрядів, а й багатьох інших релігій, в тому числі ісламу та іудаїзму. До нашого часу збереглися церкви, костьоли, синагоги, монастирі та скити. Збережений та відтворений історико-архітектурний комплекс є окрасою нашої держави та передумовою для розвитку релігійного та паломницького туризму.

Релігійний комплекс України являє собою складну систему взаємодії церковних структур. Ця система виступає невід'ємною складовою суспільного життя. Сьогоднішня дійсність характеризується зростанням суспільної активності віруючих, поглибленням внутрішньо-церковної інтеграції, посиленням впливу на внутрішню та зовнішню політику держави релігійного фактору.

Релігійна мережа в Україні станом на 1 січня 2016 р. представлена 35709 інституціями релігійних організацій. З них юридичний статус має 33085 релігійні громади, у тому числі 32497 – діючі громади, та 588 недіючі. На території України діє 526 монастирів, 359 місій, 75 братств та 198 духовних навчальних закладів. Перелік релігійних організацій становить 98 позицій, для прикладу, зазначимо, що в період з 2004 р. по 2015 р. інформація наводилася щодо 52 назв релігійних організацій [2].

Україна з давніх часів була осередком релігійного паломництва, її святі місця відвідували прочани з різних країн Заходу та Сходу. Та й самі українці вирушали до Святої землі, що відображено в історичних джерелах, зокрема у «Печерському Патерику», «Житє и хождение Данила Руськия земли игумена» та інших.

Одним з головних туристичних центрів України було і залишається місто Київ. Це столиця України, культурно-освітній, туристичний центр великої європейської держави. Незважаючи на складну історичну долю, Київ продовжує милувати та вражати своєю історичною красою мільйони очей киян, гостей міста, туристів з усього світу. Найбільш відвідуваними історико-культурними та релігійними об'єктами Києва, звичайно, є Києво-Печерська Лавра та Собор святої Софії. Це місця масового паломництва православних з усього світу. Адже ці храми були і залишаються важливими культурно-історичними та релігійними центрами нашої держави. Значний інтерес серед туристів та паломників викликають також і відродженні пам'ятки церковної архітектури.

Після проголошення незалежності України влада почала втілювати нову політику охорони та відновлення давніх архітектурних пам'яток. Зараз в Україні почали відбудовувати втрачені церкви, реставрувати палаци, замки та інші споруди. Так, у Києві: вже відновлено церкву Успіння Богородиці Пирогощої на Подолі, ансамбль Михайлівського Золотоверхого монастиря, Успенський собор Києво-Печерської лаври, церкву Різдва Христового на Подолі, дзвіниці Катерининського монастиря, Казанський храм Флорівського монастиря, Миколаївську церкву на Аскольдовій могилі, деякі інші церкви та дзвіниці. Розпочато роботи з відтворення низки інших пам'яток першорядного значення. Відбудова та реконструкція історико-культурних пам'яток стимулює розвиток як релігійного туризму, так і паломництва зокрема.

Однією з перших пам'яток, яка була відтворена стала церква Успіння Богородиці (Пирогоща) в Києві. Згідно Лаврентіївського літопису вона була закладена на Подолі князем Мстиславом, сином Володимира Мономаха після вдалого походу на Литву у 1132 р. Завершив будівництво храму його брат князь Ярополк у 1136 р.

Стосовно походження назви Пирогоща існує декілька припущень. Відповідно до першого, храм отримав свою назву від назви візантійської ікони Богородиці («Пирогощі»), яка тут зберігалася. За другою, назва «Пирогоща» складається з двох слів: «пиро» і «гоща». Відповідно «пиро» або «пир» пов'язують з грецьким перекладом слова «пшениця», слов'янським «просо», «пшоно»; слово «гоща» походить від слова «гість», «купець». Такі міркування дозволяють зробити припущення, що церква побудована на кошти купців, які займалися продажем хліба.

Будучи невеликою за розмірами, церква Успіння Богородиці відіграла важливу роль у суспільно-політичному та релігійному житті

Києва. Зокрема, коли у XVII ст. православна церква в Україні зазнавала утисків з боку польської католицької влади, відбувся процес окатоличення православного населення та передачі православних церков та монастирів греко-католикам, в тому числі й Софії Київської, Пирогоща стала головним храмом міста.

Церква Успіння Богородиці за свою багатовікову історію декілька разів зазнавала руйнування. Останнього разу вона була знищена у 1935 р. Слід відмітити, що церкву руйнували не для зведення нової споруди. Офіційна причина знесення храму незрозуміла.

Відбудову церкви було розпочато у вересні 1996 р., а завершено в березні 1998 р. Авторами проекту були професор Ю.С. Асеев, архітектори В.П. Шевченко і В.Ф. Отченашко. Однак, відбудова святині відбувалась відповідно до її «первісних» або «оригінальних» форм. Сьогодні храм Успіння Богородиці займає гідне місце серед історико-культурних пам'яток Києва та є одним із центрів паломництва.

Ще однією візитівкою міста Києва є храм Різдва Христового на Поштовій площі. Він був зведений у 1808-1814 рр. за проектом архітектора А. Меленського на місці старої дерев'яної церкви, яку розібрали ще у 1807 році.

Цей храм видатний тим, що в ньому 6-7 травня 1861 р. відспівували тіло Тараса Шевченка під час його перевезення з Петербурга до Канева. Відспівували великого поета України архієпископ П. Лебедінцев разом з настоятелем храму Ж. Желтонижським. Після цього, кияни почали називати цю церкву «Шевченковою».

Після перенесення столиці УСРР у 1934 р. доля пам'ятки була вирішена. Храм опинився в зоні перепланування. За проектом будівництва урядового центру на місці фунікулеру планувалося звести сходи від урядового майдану до церкви. Храм був зруйнований у 1935 р.

Наприкінці 90-х рр. XX ст. урядом було прийнято рішення про відбудову храму. А у 1997 р. фундаменти храму позначили кольоровою цеглою. Проект церкви Різдва був реалізований Управлінням охорони архітектурних пам'ятників та історичного середовища Києва.

Також сьогодні в храмі зберігається копія посмертної гіпсової маски великого поета Тараса Шевченка. Музей Тараса Шевченка дозволив зробити копію з екземпляра, який зберігається у їхньому архіві. Нова маска встановлена на підвищенні, де стояла труна Шевченка. Церква Різдва Христового є не лише визначною духовною святинєю Києва, а й цікавою туристичною пам'яткою.

Туристичною перлиною Києва, а також центром паломництва виступає й Михайлівський Золотоверхий собор. Михайлівський

Золотоверхий монастир був заснований у 1108 році внуком Ярослава Мудрого великим князем Святополком Ізяславичем на місці Дмитрівського монастиря. Цей монастир, за задумом його засновника, мав конкурувати з Печерським. На території Михайлівського Золотоверхого монастиря у 1108-1113 рр. був зведений Михайлівський собор. Це був хрестово-купольний шестистовпний храм з трьома нефами та одним позолоченим куполом. На початку ХХ ст. храм став 7-купольний. Стіни собору прикрашали мозаїки і фрески. Частина фресок і мозаїк збереглася до нашого часу.

На території Михайлівського Золотоверхого монастиря було поховано київських князів Святополка Ізяславича (1113), його дружину Варвару, Святополка Юрійовича (1196), митрополитів І. Борецького (1631) та І. Копинського (1640).

В соборі зберігались мощі святої великомучениці Варвари. Вони були привезені сюди дружиною князя Святополка, яка була дочкою візантійського імператора Олексія І Комнина і носила в хрещенні ім'я Варвара. Ця святиня до зруйнування Михайлівського собору знаходилася в ньому.

Михайлівський монастир був переповнений віруючими. Після Києво-Печерської лаври це було друге місце у Києві за паломництвом. Мощі святої великомучениці Варвари приваблювали багатьох богомольців не тільки з України, але й з сусідніх країн.

У 1934 р. Михайлівський Золотоверхий монастир спіткала доля багатьох древніх святинь. Собор був зруйнований. Питання про відбудову цієї пам'ятки було порушене українською інтелігенцією наприкінці 80-х рр. ХХ ст. У 1991 р. президія Київради ухвалила рішення «Про відбудову Михайлівського Золотоверхого собору». Роботи по відбудові пам'ятки були завершені в 1999 році. Собор освячено на День Києва 28 травня 2000 року. Михайлівський Золотоверхий монастир поступово перетворився на резиденцію Патріархату Української православної церкви. Тут також містяться Духовна академія та семінарія. Сьогодні Михайлівський Золотоверхий собор поряд з Києво-Печерською лаврою та Собором св. Софії є туристичною перлиною Києва, одним із центрів прочанства.

Особливу зацікавленість викликають у туристів пам'ятки церковної старовини західноукраїнських земель, зокрема дерев'яні храми Прикарпаття. Так, Івано-Франківська область займає третє місце в Україні за кількістю пам'яток архітектури і містобудування. В даний час в області під охороною держави нараховується близько 1423 пам'ятки архітектури, з них 513 культових споруд – 482 церкви (127 мурованих і

335 дерев'яних), 24 костели та 7 синагог, в тому числі 87 пам'яток національного значення [8].

На особливу увагу заслуговують Благовіщенська церква (1587 рік) у місті Коломия, Успенська церква (1623 рік) в селі Пістинь Косівського району, Різдва Богородиці (1678 рік) у селищі Ворохта на Яремчанщині. А в селі Росільна Богородчанського району знаходиться дерев'яна церква, зведена без жодного цвяха.

Найяскравішим зразком дерев'яного будівництва є церква Святого Духа з укріпленнями в місті Рогатин (1666 рік). Іконостас Святодухівської церкви, створений у 1650 р., вважається перлиною українського малярства. Також цікавими пам'ятками цього регіону є Манявський скит, пам'ятка архітектури XVII ст., поблизу с. Манява Богородчанського району; Гошівський монастир отців Василіян і церква Преображення Господнього на Ясній Горі у с. Гошеві Долинського району, заснований у 1570 р.; Монастир XVII ст. у с. Погоня (Тисменицький район); Караїмський цвинтар у Галицькому районі.

Місцем масового паломництва і туризму є Марійський духовний центр в Зарваниці. Зарваниця є однією з найбільших духовних святинь Української греко-католицької церкви. Щороку тут відбуваються Всеукраїнська та молодіжна прощі. А з 2002 р. започатковані, так звані, професійні прощі для медиків, освітян, журналістів, військових, правоохоронців та представників інших професій. Важливими центрами паломництва є печерні монастирі і храми, зокрема наддністрянські скельні храми, давні печерні храми в Монастирку та Рукомиші на Тернопільщині.

Важливими об'єктами паломництва цього регіону є монастирські комплекси греко-католицької, православної і римо-католицьких церков. Монастирі завжди були місцями паломництва. Найвідомішими з них є Домініканський монастир (1742-1762 рр., смт. Богородчани) та Студинський монастир (1938 р., м. Яремче) та ін.

Цікавими пам'ятками сакрального мистецтва є храм Архістрати́га Михаїла (1848 р.) в с. Росільна Богородчанського району; Успенська церква (XVI ст.) в с. Крилос; єдиний в Україні практично повністю уцілілий храм Галицького князівства – церква Святого Пантелеймона (1194 р.) в с. Шевченково Галицького району; Вірменський костел (1762 р.); Колегіальний костел Діви Марії (1703 р.); Собор Святого Воскресіння (1763 р.) в Івано-Франківську.

Як зазначалось вище об'єктами поклоніння паломників є чудотворні ікони, моці святих та святі цілющі джерела. За всю історію християнської церкви з'явилися велика кількість чудотворних ікон,

тобто ікон, з якими пов'язують певні чудеса і насамперед зцілення людей від різних хвороб. На території Львівщини налічується близько 39 чудотворних ікон. Чимало з них відомі не тільки на території України, а й за її межами. Зокрема, найвідоміші: Унівська чудотворна ікона Божої Матері, Крехівська чудотворна ікона Божої Матері, Грушівська чудотворна ікона Божої Матері, Деревнянська чудотворна ікона Божої Матері, Гошівська чудотворна ікона Пресвятої Богородиці та інші [4, с. 103].

У цьому регіоні зберігається чимало мощей святих та блаженних християнської церкви. Найбільша кількість релігійних реліквій належить до Української греко-католицької церкви. Так, у церкві св. Анни (м. Борислав) зберігається понад 1,5 тис. мощей. З них для загального огляду виставлено 187 реліквій, 54 реліквії, пов'язані з життям Ісуса Христа [9].

На території Львівщини знаходиться також близько 20 святих цілющих джерел, які відвідують паломники не лише з України, а й з закордону. До найбільш відомих відносяться: святе цілюще джерело в с. Острівчик-Пильний Буського району, цілюще джерело «Зозулина криниця», джерело Крехівського монастиря, святе джерело Архистратига Михайла, святе цілюще джерело «Маруся», святе джерело Унівської Лаври, джерело Божої Матері в с. Лісок, цілюще джерело святого Онуфрія та інші [4, с.106].

Крім зазначених, осередками паломницького туризму в Україні виступають такі регіони, як Крим, де зосереджені пам'ятки християнства і дохристиянських релігій, іудаїзму, ісламу, караїзму; з історією хасидизму пов'язані такі міста як Умань, Бердичів, Меджибіж, Тараща та інші.

Україна багата духовними пам'ятками ісламської культури. Це історичні мечеті Криму, Кам'янця-Подільського, Одеси, Причорномор'я тощо. На сьогодні в Україні практично немає комерційних турів, які задовольняли б потреби ісламського релігійного туризму, тому він розвивається, перш за все, як волонтерський рух [12, с. 119].

В ісламській культурі існують наступні різновиди паломництва: хадж – паломництва до Мекки та Медіни; умра – аналогічний хаджу релігійний ритуал, який відрізняється від нього, передусім, часом виконання, та подорож до поховань видатних мусульман. В Україні місцями поховань видатних мусульман є Інкерманський азис (могила шейха Якуб-ефенді), гробниці Гази Мансура та Мелек Гайдера в Бахчисараї, Кирк-Азис (сорок святих), розташований поблизу села Кая-Асти, північніше селища Зуя неподалік від Сімферополя, Салгір-Баба на

околиці Сімферополя, азиси невідомого святого на березі Мойнакського солоного озера в Євпаторії та в селищі Гурзуф [12, с. 121].

Свою специфіку має й католицьке паломництво в Україні. Вона проявляється у тому, що прочани-католики не мають упередженого ставлення до приналежності святинь різним конфесіям. Вони відвідують як свої власні духовні святині, такі як Всеукраїнський санктуарій Матері Божої Святого Скапулярію в Бердичеві, Санктуарій Летичівської Богородиці, Кафедральний собор святих апостолів Петра й Павла в Кам'янці-Подільському, так і православні й греко-католицькі храми та собори, зокрема Софію Київську, Києво-Печерську Лавру, Свято-Успенську Унівську лавру, Почаївську Лавру, Крехівський монастир та інші.

Отже, для розвитку паломницького туризму в Україні існують усі необхідні умови. Наша країна багата на історико-культурні пам'ятки сакрального значення. Всі вони мають історичну, культурну та релігійну цінність, і є умовою розвитку релігійно-паломницького туризму. Паломництво викликає зацікавлення не лише у віруючих, а й у інших верств населення і, таким чином, має важливе значення для розвитку туристичного бізнесу в Україні. Туристична індустрія популяризує нові релігійно-паломницькі маршрути, а це, в свою чергу, веде до зростання туристичних потоків.

Доцільно надати деякі рекомендації, які сприятимуть розвитку паломництва як складової частини сучасної індустрії туризму. По-перше, необхідно ефективно та раціонально використовувати історико-культурні та релігійні об'єкти з одночасним їх збереженням та відновленням. По-друге, забезпечити якісне транспортне, готельне та харчове обслуговування паломників. По-третє, популяризувати нові релігійно-паломницькі маршрути. По-четверте, підвищити рівень інформаційного забезпечення паломників та туристів. По-п'яте, зміцнити та підняти до міжнародного рівня якість та ефективність надання туристичних послуг в Україні. По-шосте, створити та вдосконалити вже існуючу правову базу для розвитку паломництва як складової релігійного туризму. Запровадження цих заходів сприятиме розвитку як релігійного паломництва, так і туристичному бізнесу в Україні.

Література

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма : Учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Владиченко Л. Релігійна мережа України: аналіз динаміки станом на початок 2016 року [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/analytic/63066/

3. Гедін М.С. Особливості розвитку паломницького туризму в сучасній Україні // Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські науки в сучасному світі». – Київ, 2015. – Том 1 – 234 с.
4. Городиський Ю.Я. Територіальні особливості розвитку паломництва у Львівській області // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Харків: Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 1964. – №1128. Серія: Геологія. Географія. Екологія. Вип. 41. – 2014. – С. 101-106.
5. Зеленюк Ю.О. Релігійний туризм як комунікаційний засіб виховання людської особистості // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Психологія і педагогіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 88-95.
6. Любіцева О.О. Паломництво і релігійний туризм: навч. посіб. / О.О.Любіцева, О.В. Романчук. – К., 2011. – 416 с.
7. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]: Офіційний веб-сайт / Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb>
8. Прикарпаття: спадщина віків: Історико-культурологічне видання / За ред. М.В. Кугутяка. – Львів : Манускрипт, 2006. – С. 164-186.
9. Релігійний туризм: термінологічний словник-довідник / Автор-упорядник Т. Божук. – Львів: Український бестселер, 2010. – 152 с.
10. Сапелкіна З.П. Релігійний туризм: навч. посіб. / З. П. Сапелкіна. – К., 2009. – 244 с.
11. Устименко Л.М. Релігійний туризм як історико-суспільне явище // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр.: наук. зап. Рівнен. держ. гуманіт. ун-ту. – Вип. 19. Т.2 – Рівне : РДГУ, 2013. – С.220-226.
12. Яріко М.О. Менеджмент релігійного туризму в сучасній Україні на прикладі ісламської та католицької спільнот // Культура України: зб. наук. пр. – Вип. 47. – Харків: ХДАК, 2014. – С. 116-123.
13. Яроцький П. Л. Паломницький (релігійний) туризм в Україні: перспективи розвитку // Релігієзнавство. Навчальний посібник. 2-ге вид. – К., 2004. – 308 с.

Криворук В. М.,
асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ШРОТУ ІЗ ПЛОДІВ РОЗТОРОПШІ ПЛЯМИСТОЇ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ПИРОГІВ ПОНИЖЕНОЇ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ЦІННОСТІ

Постановка проблеми у загальному вигляді. Здоров'я кожної людини і нації в цілому значною мірою визначається раціоном харчування [6]. Харчування є важливим чинником, здатним регулювати стан здоров'я людини. Розбалансованість їжі сприяє виникненню «хвороб ХХІ століття» - особливо таких як гіподинамія, ожиріння, діабету, серцево-судинних та онкологічних хвороб [2]. Незадовільний стан харчування призводить до зниження імунного захисту організму, передчасного його виснаження, гальмування фізичного та психологічного розвитку молоді, зниження тривалості життя та ін. Науковцями відмічено, що сучасний раціон українців містить переважно продукти з низькою біологічною цінністю, але великою енергомісткістю [2, 6]. Варто відмітити, що для населення України споживає велику кількість борошняних виробів, котрі не володіють достатньою харчовою цінністю, збалансованістю основних поживних речовин: білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, макро і мікро елементів [6].

Одним із шляхів підвищення харчової цінності борошняних виробів є збагачення корисними речовинами за допомогою різних добавок рослинного походження. Найбільшу увагу науковців і дослідників приділяють лікарським рослинам. Однією із таких рослин є розторопша плямиста. Розторопша плямиста є важливим джерелом біологічно активних речовин для численних лікарських засобів, що широко використовуються в народній і науковій медицині у багатьох країнах. Вона включена в якості лікарської рослини в фармакопеї більшості країн світу, зокрема Європейську Фармакопею, Американську Трав'яну Фармакопею, Британську Фармакопею та Державну фармакопею України [2].

Препарати із розторопші є гепатопротекторами, антиоксидантами мембраностабілізаторами, і надають загальнозміцнюючу імуномодельючу дію [2, 4].

Актуальність теми полягає в тому, щоб підвищити харчову цінність борошняних виробів за рахунок додавання під час їхнього

виробництва добавки «шроту із плодів розторопши» враховуючи фізико-хімічних і функціонально-технологічних властивості. Введення в рецептуру борошняних виробів добавки «шроту із плодів розторопши», що надають їм профілактичні та лікувальні властивості, дозволяє вирішити проблему дефіциту фізіологічно активних речовин, що беруть участь в обмінних процесах, а також надати готовій продукції поліпшені технологічні показники [2, 6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом створення і дослідження функціональних борошняних продуктів харчування перейшли із площини теоретичної та абстрактної в суто практичну сферу [2].

Аналіз вітчизняних і зарубіжних джерел з питання виробництва функціональних продуктів харчування показує, що формування асортименту борошняних виробів, які випускаються, знаходяться у прямій залежності від ринкового попиту. Таким чином розробка якісно нових борошняних виробів покращених за рахунок додавання добавок, які сприяють збереженню та поліпшенню здоров'я за рахунок регулюючого і нормалізуючого впливу на організм людини є досить затребуваним. Дослідженню перспективи впровадження і застосування в виробництво продуктів із підвищеною харчовою цінністю, збагачених біологічно активними речовинами присвячено праці як закордонних, так і вітчизняних науковців: G. Mazza, В. Спиричева, В. Тутельяна, Л. Шатнюк, А. Нечаєва, С. Траубенберга, Л. Капрельянца, К. Іоргачової, А.І Українець, М.Пересічний Б. Суханова та інших [1, 2, 4, 7, 8].

Попередні дослідження доводять, що значна частина населення України відчуває недолік вітамінів і мінералів у харчуванні. Більшість вчених вважає, що без додаткового їх введення до раціонів збалансоване харчування людини неможливе. Саме тому проводиться розробка нових продуктів, збагачених біологічно активними добавками (БАД) і насамперед рослинного походження. Наукові дослідження у цьому напрямку актуальні, так як відповідають одному із основних напрямів державної політики України: створення технології якісно нових харчових продуктів. Перспективними є дослідження, пов'язані з пошуком і застосуванням натуральних добавок з вмістом біологічно активних речовин, яким притаманні антиоксидантна дія на організм [5]. Використовуючи останні дослідження науки і техніки створюються нові борошняні вироби із високим харчовими, дієтичними та лікувально-профілактичними властивостями [2]. Останнім десятиліттям ведеться активний пошук природних безпечних антиоксидантів для введення їх у раціони, харчові продукти або для використання у вигляді самостійних

біологічних добавок для їжі. Науковцями досліджуються антиоксиданти, що гарантують не лише безпечність харчових продуктів, які їх містять, але й забезпечують збереження останніх. Сильними природними антиоксидантами є біофлавоноїди, які поширені у рослинному світі [2, 4]. Дослідження фізико-хімічних та функціонально-технологічних властивостей шроту плодів розторопші є необхідними, так як основними діючими речовинами розторопші є флаволігнани, щоб у подальшому дослідниками були розроблені рецептури якісно нових борошняних виробів.

Мета статті. Метою дослідження фізико-хімічних та функціонально-технологічних властивостей шрот із плодів розторопші, для того, щоб розробити композиції з дієтичних добавок для виробництва борошняних кулінарних виробів, а саме пирогів, і таким чином покращити їхні харчові цінності. Провести аналіз перспективи використання у виробництві пирогів із додаванням функціональної добавки шрот із розторопші.

Виклад основного матеріалу. Предметом дослідженням науководослідної роботи стала технологія борошняних кулінарних виробів із дріжджового тіста із додаванням добавки «шроту із плодів розторопші». Об'єктом дослідження є пироги, шрот із розторопші плямистої.

Візуально, дієтична добавка «Шрот харчовий із плодів розторопші» – дрібнодисперсна сипуча речовина сірувато-кремового кольору. Тому на першому етапі досліджень вважаємо за доцільне оцінити основні фізико-хімічні властивості (вологість, кислотність, водопоглинальну, водо- утримуючу здатність, розмір часток) зазначеної добавки у порівнянні з відповідними показниками якості іншого сипучого рецептурного компонента дріжджового тіста, борошна пшеничного вищого гатунку. Вологість та кислотність «Шроту харчового із плодів розторопші» і борошна визначали стандартними методами. Водопоглинальну здатність шроту встановлювали шляхом центрифугування суспензії «Шроту харчового із плодів розторопші» з водою (1:5) за відношенням різниці між використаною кількістю води та масою отриманого фугату до маси наважки добавки (у %). Дисперсність (розмір часток) добавки вивчали за стандартним методом із використанням камери Горяєва. Водоутримуючу здатність шроту (у г) оцінювали за масою води, затриманої добавкою після набухання протягом вказаних проміжків часу за постійної температури ($t = 98 \dots 100 \text{ } ^\circ\text{C}$) [3, 7].

Аналіз результатів досліджень свідчить, що вологість добавки на 40,6% менша за вологість борошна пшеничного вищого гатунку. Результати дослідження наведені у таблиці 1.

Тобто, вологість тіста з використанням зазначеної добавки буде зменшуватися, внаслідок чого виникає необхідність перерахунку рецептури за сухими речовинами. Також, добавці властива нижча дисперсність – частки «Шроту харчового із плодів розторопші» у 2,4 рази крупніші, ніж у борошна. Величина кислотності добавки суттєво не відрізняється від величини загальної кислотності борошна пшеничного.

Таблиця 1

Порівняльні фізико-хімічні властивості «Шроту харчового із плодів розторопші» та борошна пшеничного

Показник якості	Значення показника	
	«Шрот харчовий із плодів розторопші»	Борошно пшеничне вищого гатунку
Вологість, %	7,6 ±0,3	12,8 ± 0,3
Кислотність, град	4 ± 0,2	3,8 ±0,2
Водопоглинальна здатність, %	229 ±2	50
Розмір часток, мкм	120	50

Водопоглинальна здатність «Шроту харчового із плодів розторопші» у 4,6 разів вища ніж у борошна, що зумовлене наявністю в складі добавки значної кількості харчових волокон, яким притаманна висока гіроскопічність. Це може стати причиною підвищення вологості готових виробів. Зважаючи на це, доцільним є визначення водоутримуючої здатності добавки (рис. 1).

Відзначено, що зі збільшенням тривалості теплової обробки водоутримуюча здатність дієтичної добавки «Шроту харчового із плодів розторопші» підвищується. Зокрема, у зразку, що підлягав термообробці впродовж 20 хв, значення показника водоутримуючої здатності на 29,1 % вище, ніж у шроті, який не прогрівали (контрольний зразок). Збільшення тривалості теплової обробки до 40 та 50 хв спричиняє зростання зазначеного показника порівняно з контролем на 52,7 та 63,6% відповідно.

Унаслідок цього можемо припустити, що використання «Шроту харчового із плодів розторопші» у технології дріжджового тіста сприятиме зменшенню втрат вологи під час випікання та підвищенню виходу готових виробів.



Рис. 1. Водоутримуюча здатність дієтичної добавки «Шрот харчовий із плодів розторопші»

З метою оцінювання змін якості дріжджового тіста в присутності дієтичної добавки «Шрот харчовий із плодів розторопші» шрот вводили на стадії замісу тіста разом із борошном та інуліном з топінамбура у кількості 4, 8, 12% до загальної маси сировини з пере-рахунком рецептури за сухими речовинами. За контроль обрано рецептуру дріжджового тіста «Пиріг з сиром». Якість готових виробів оцінювали після повного остигання та вистоювання протягом 8.....10 год. Дослідженню підлягали органолептичні та фізико-хімічні (вологість, упік, коефіцієнт підйому, пористість та крихкість) показники, які вимірювали з використанням стандартних методів. Проведена органолептична оцінка показала що всі досліджувані зразки борошняно-кулінарного виробу мали правильну форму, гладку поверхню; добре пропечену та еластичну м'якушку, з рівномірно розподіленими тонкостінними дрібними порами, приємний запах і присмак добавки. Зразки із вмістом «Шротом харчовим із плодів розторопші» у кількості 4 та 8% характеризуються наявністю тонкої скоринки від світло- до темно-коричневого кольору. Виробам із вмістом «Шроту харчового із плодів розторопші» 12 % до маси сировини притаманні дещо гірші показники якості, зокрема м'якушка набуває зеленуватого відтінку, під час розжовування з'являється відчуття хрусткіту. Під час оцінювання фізико-хімічних властивостей борошняно-кулінарного виробу встановлено, що присутність добавки сприяє збільшенню вологості виробів та зниженню показника упікання. Результат відображено на рисунку 2.

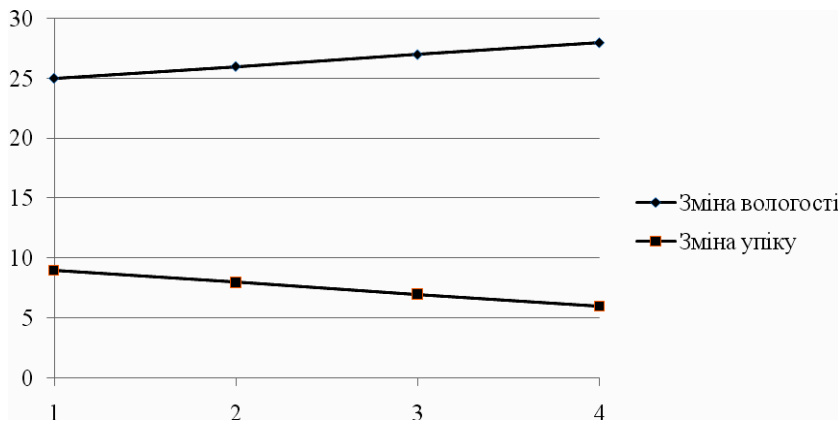


Рис. 2. Зміна вологості та упіку борошняно-кулінарного виробу з додаванням дієтичної добавки «Шрот харчовий із плодів розторопші»

Зокрема, у порівнянні з контролем для виробів із вмістом добавки 8% характерний на 4,7 відсотки вищий вміст води та на 13,9 відсотки нижчий показник упікання. Для зразків із дозуванням «Шроту харчового із плодів розторопші» у кількості 12% підвищення вологості відносно контролю становить 7,1 відсотки, а зниження упікання – 19,3 відсотки відповідно. Зростання вологості та зниження втрат водопоглинальною та водотримуючою здатністю добавки. За даними нормативних документів вологість пирога не повинна перевищувати 27%. За значенням вологості зразок з 12% шроту знаходиться на межі вимог. Збільшення дозування добавки спричиняє зниження пористості пирога (рис. 3, залежність 1). Зокрема, за умов вмісту «Шроту харчового із плодів розторопші» у кількості 8% пористість виробів нижче, ніж у контрольному зразку на 5,0 відсотки, а в присутності 12% добавки – на 9,7 відсотки. Але, пористість всіх досліджуваних зразків лежить в інтервалі 64...68%, який задовольняє вимогам нормативної документації.

Отримані результати корелюють із дослідженнями ступеня підйому зразків під час випікання (рис. 3, залежність 3), який оцінювали за значенням коефіцієнта підйому. Встановлено, що коефіцієнт підйому пирога з добавкою дещо менше, ніж у контрольному зразку. Зокрема, дозування шроту розторопші у кількості 12%, спричиняє зниження цього показника на 22,1 відсотки. Зниження пористості та коефіцієнта підйому досліджуваних зразків можна пояснити високою щільністю «Шроту харчового із плодів розторопші», внаслідок чого вона обтяжує структуру тіста і гальмує його підйом у процесі теплової обробки.

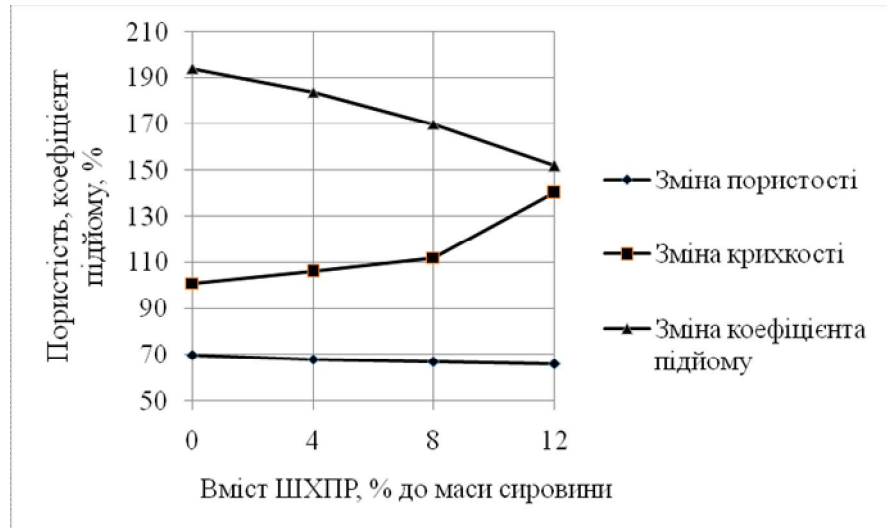


Рис. 3. Зміна пористості (1), крихкості (2) та коефіцієнта підйому (3) пирога з додаванням дієтичної добавки «Шрот харчовий із плодів розторопші»

Важливою ознакою структурно-механічних характеристик випеченого пирога є крихкість. Збільшення внесення добавки зумовлює суттєве підвищення цього показника (рис. 3, залежність 2). Значення крихкості зростає з 2,4 % у контрольному зразку до 2,9 % у виробі з 4% шроту та до 3,5% у зразка з вмістом добавки 8%, тобто на 20,8 та 45,8 відносних відсотки. У зразка з 12% шроту значення крихкості вище, ніж у контролі в 1,9 раза. Зростання цього показника можна пояснити тим, що добавка за рахунок своєї високої щільності та крупності, розподіляючись між частинками борошна погіршує здатність клейковини до утворення міцної тривимірної структури. Крім того, шрот має вищу ніж борошно водопоглинальну здатність, і у зв'язку з обмеженням вологи у системі тіста, кількість води на набрякання борошна знижується. Таким чином, дослідження показників якості пирога з дріжджового тіста показали, що зразок із вмістом дієтичної добавки «Шрот харчовий із плодів розторопші» у кількості 12% не відповідає вимогам нормативних документів за показником вологості має низький коефіцієнт підйому та підвищену крихкість, характеризується невисокими органолептичними властивостями. Тобто, найбільш доцільним є введення добавки до рецептури пирога в кількості 8 % від маси сировини.

Висновок. Проведені дослідження дозволили обґрунтувати доцільність використання дієтичної добавки «Шрот харчовий із плодів розторопші» в технології пирога в кількості 8% від маси сировини, що

дозволяє отримати вироби з високими органолептичними властивостями та фізико-хімічними показниками у межах нормативної документації. Таким чином використання шроту із плодів розторопши у виробництві пирогів з дріжджового тіста є перспективним напрямком в харчовій промисловості, так як така функціональна добавка дозволяє збагатити пироги матимуть профілактичні та лікувальні властивості, що дозволить вирішити проблему дефіциту фізіологічно активних речовин, що беруть участь в обмінних процесах, а також надати готовій продукції поліпшені технологічні показники

Література

1. Багинська А. І. Розробка лікарських препаратів на основі комплексного використання плодів розторопши плямистої [Текст]/Багинська А. І., Колхір В.К., Глизін В. І. і ін.// II Рос. націон. конгр. «Людина і ліки»: тези доповідей. – М.:2010р. – С. 229 – 230.
2. Бензель І.Л. Дослідження біологічно активних речовин розторопши плямистої західного регіону України/Бензель І.Л. /Актуальні проблеми профілактичної медицини//зб.наук.праць/ МОЗ України, Львів. націон. мед. ун-т ім. Д.Галицького, лабор. пром. токсик. – Л.: ЛНМУ ім Д. Галицького, 2014. - №11. – С. 33 – 35.
3. Бунтян П. Природні антиоксиданти як гепатопротектори/ Бунтян П. – Експерим. і клініч. фармакологія. – 2012. – Т.32. – С.64 – 67.
4. Григоренко О. Оптимізація мінерального складу солодких страв, збагачених розторопшею./ Григоренко О. // Товари і ринки. – 2012. - №1. – С.61 – 67.
5. Криворук В. М. Проблеми використання біологічно активних добавок у харчуванні./Криворук В. М., Висоцька М. А.// Сучасність. Наука. Взаємодія та взаємовплив [Електронний ресурс]/ - 2014. – Режим доступу: <http://intkonf.org/krivoruk-v-m-visotska-m-a-problemi-vikoristannya-biologichno-aktivnih-dobavok-u-harchuvanni/>.– 21.11.2015.
6. Криворук В. М. Вплив шроту розторопши плямистої на якість та виробництво борошняних кулінарних виробів / Криворук В. М. Левандовський Л. В // зб. наук. праць за матеріалами міжн. наук. практ. конф. [Готельно-ресторанний бізнес інноваційні напрями розвитку], (Київ, 25 – 27 березня 2015р.) / м-во освіти і науки України, нац. у-т хар. техн. – К.: НУХТ, 2015. – 257с.
7. Кузнецова І. В. Розторопша плямиста як сировина для харчової промисловості/Кузнецова І. В //Вісник аграрної науки/ - 2010. - №6. – С.62 – 63.
8. Тутельян А. В. Біологічно активні добавки в харчуванні людини [Текст]/Тутельян В. А., Суханова Б. П., Австрівських. – Томськ: Медицина, 2011. – 364с.

**Кублінська І.А.,
Буняк Н.А.,**
викладачі технологічних дисциплін,
Вінницький торговельно-економічний
коледж, КНТЕУ

НАУКОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ГРИБНИХ ПОРОШКІВ В ТЕХНОЛОГІЇ СОУСНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Харчування завжди було і буде одним із обов'язкових атрибутів людського життя, тому заклади ресторанного господарства все більше приваблюють сучасних бізнесменів як потенційно рентабельні бізнес-проекти. З кожним роком невідомо збільшується кількість закладів ресторанного господарства різних типів: ресторани різного формату, кафе, бари, фаст-фуди тощо. Дані заклади орієнтуються на свою аудиторію, а їх власники докладають максимум зусиль, щоб розширити коло відвідувачів, отримати дохід від власного бізнесу, оберегти свій бізнес від ризиків та збитків, задовольнити потреби своїх споживачів.

Сучасний споживач потребує від закладів ресторанного господарства перш за все сервісу, якості та дбайливого ставлення до власного здоров'я. Саме тому власники даних закладів повинні звертати увагу на наявність в меню страв здорового харчування, збалансованих за складом продуктів, збагачених функціональними компонентами. Це можливо завдяки впровадженню в технологію продукції ресторанних господарств харчових продуктів на основі натуральної сировини, яка є джерелом біологічно цінних есенціальних нутрієнтів, зручною в транспортуванні та зберіганні, а також не дорогою в ціновому еквіваленті. Задовольнити потребу споживачів у цих харчових речовинах можливо за допомогою рослинної сировини, в тому числі порошоків грибів гливи, рейши, шийтаке, фламуліни тощо.

Гриби широко використовуються в традиційному харчуванні як легкі, малокалорійні продукти, які швидко втамовують голод, зменшують вміст натрію в харчовому раціоні, збільшують харчовий раціон вітамінами, клітковиною та мінеральними речовинами, зокрема цинком та селеном. Хітин грибів гальмує перетравлення харчових продуктів, тому при хворобах кишково-шлункового тракту, печінки та нирок їх вживання не бажане. [1]

Сучасні наукові дослідження додали нові факти про високу здатність хітину – основної сполуки клітинної стінки грибів і подібної за хімічною структурою сполуки хітозану – до біологічного очищення організму від радіонуклідів і різноманітних токсичних речовин. Особлива увага приділяється лікувально-профілактичним властивостям вищих грибів, а саме загальнозміцнюючій, протитуберкульозній, онкостатичній дії. По своїй здатності стимулювати секрецію травних соків відвари з грибів не поступаються м'ясним бульйонам. [6]

Хімічний склад грибів подібний до тваринних продуктів. В сушених грибах білку більше, ніж у м'ясі. В грибах багато лецитину (ліпотропна речовина) та глікогену (тваринний крохмаль), багато вітамінів групи В, РР та жиророзчинних вітамінів, великий вміст цинку та фосфору, майже як у рибі. Гриби являють собою оригінальну їжу, яку інколи називають рослинним або лісовим «м'ясом». Самостійно, у складі багатокомпонентних страв, в якості приправи гриби виконують незамінну функцію по створенню оригінальних специфічних смаків та ароматів страв. [1]

Вчені відмічають той факт, що дикорослі гриби здатні накопичувати токсичні та канцерогенні речовини з ґрунтів та ґрунтових вод, забруднених наслідками господарської діяльності людини. Натомість, гриби вирощені на штучних поживних середовищах безпечні для споживача, мають вищі споживчі характеристики, ніж їх «лісові родичі».

Аналіз українського продовольчого ринку та меню закладів ресторанного господарства Вінниччини показав, що асортимент харчових продуктів з культивованих грибів дуже обмежений, він представлений паштетами грибними, традиційними соусами грибними до страв з овочів та м'яса, супом грибним (переважно з білими грибами або печерицями), картоплею смаженою з грибами, жульеном та начинками до борошняних страв і виробів, фаршированих страв з м'яса та овочів. Щодо грибних продуктів, які пропонуються у торговельній мережі, то найпопулярнішими є концентрат «Соус грибний» Іспанія, «GalinaBlanka», Heins, Calve, Торчин; консерви «Опята мариновані» Тайланд, «Jetoyster», «Oscar», FujianTongfaFoodsGroupCo. Ltd, Китай, «Печериці мариновані» Верес, ИБИС, «Oscar» тощо, дані продукти відрізняються достатньо високою ціною.

Отже для закладів ресторанного господарства перспективним є застосування в своїх рецептурах грибів культивованих у штучних умовах. З даних грибів найбільш розповсюдженими грибами є печериці, глива звичайна, все більшої популярності набувають так звані китайські гриби: рейша, шіітаке, фламмуліна, веселка тощо.

Науковцями встановлено, що серед метаболітів, що продукуються грибами шиїтаке, рейши та фламуліни є речовини, які володіють радіопротекторною, протипухлинною, антивірусною дією, що сприяє зміцненню імунної системи людини. Найбільш відомою такою речовиною є полісахарид лентинан, що використовується для виготовлення медикаментозних препаратів. На відміну від лікарських засобів, вживання яких у неконтрольованих кількостях призводить до побічних ефектів, виникнення ускладнень протікання хронічних хвороб, отруєнь організму тощо, вживання в їжу грибів, навіть у великих кількостях, не призводить до клінічних побічних наслідків. [9]

Зручним для закладів ресторанного господарства є використання грибів гливи, печериць, рейши, шиїтаке, фламуліни у сухому вигляді, зокрема, у порошкоподібному, адже це дозволяє використовувати зазначену сировину не залежно від сезону, полегшити транспортування та зберігання даних грибів.

Під час використання порошку грибів потрібно пам'ятати, що їх біологічні властивості втрачаються при тривалому варінні (100 °C понад 10-20 хв.), тому їх варто вводити в страву після її готовості. Таким чином, грибні порошки раціонально використовувати під час приготування соусів, дресингів та соусних паст. [3]

Метою роботи є наукове обґрунтування впровадження грибних порошоків в технологію соусів та соусних паст для закладів ресторанного господарства.

Нові соуси та соусні паста повинні мати такі споживчі властивості:

- високі органолептичні показники,
- характеризуватися харчовою та біологічною цінністю, тобто бути збалансованими по амінокислотному складу,
- мати у своєму складі функціональні речовини, що мають статус лікувально-профілактичних,
- відрізнятися тривалими термінами зберігання і стабільно високою якістю,
- мати прийнятну ціну для широкого кола споживачів.

При розробленні технології соусів та соусних паст на основі грибних порошоків врахували результати досліджень хімічного складу порошоків гливи, печериць, рейши, шиїтаке та фламуліни та вплив технологічних властивостей сировинних компонентів на структуру соусів і соусних паст.

Для впровадження порошкового напівфабрикату в технологію виробництва кулінарної продукції було змодельовано хімічний склад соусів грибних з додаванням грибних порошоків фламуліни, рейши та

шиїтаке в кількості від 2-4г., згідно з рекомендованими нормами вживання даних грибів лікарями та фунготерапевтами. [8]

Для визначення раціональних концентрацій порошків шиїтаке, фламупіни та рейши керувалися розробленою баловою шкалою органолептичних показників якості.

На підставі проведеної органолептичної оцінки та визначення показників якості готових соусів розроблені технології соусів та соусних паст з використанням грибних порошків шиїтаке, рейши та фламупіни. А також проведено оптимізацію рецептур по смаковим властивостям, калорійності та вмісту сухих речовин, для збереження харчової цінності та консистенції соусу і паст.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для вивчення хімічного складу порошків рейши, шиїтаке та фламупіни використовувалися стандартні загальноприйняті фізико-хімічні методи: рефрактометричний метод ГОСТ 28562:90 для виявлення вмісту вільних цукрів, метод газорідної хроматографії для якісного та кількісного визначення вітамінів групи В; вміст клітковини – гідролізом легкорозчинних вуглеводів сумішшю концентрованих ортової та азотної кислот [5], для визначення вмісту мінеральних речовин - метод рентгенофлуоресцентного аналізу на аналізаторі «ElvaX».

Під час аналізу хімічного складу порошків досліджуваних грибів встановлено що, всі грибні порошки містять однаковий вміст сухих речовин, але мають різницю по вмісту вуглеводів: у порошок шиїтаке - 65,37 г, що на 17,65 г більше, ніж у порошок рейши (47,72 г) та на 35,77 г більше, ніж у порошок фламупіни (29,6 г.). Щодо вмісту клітковини, то найвищий вміст її у порошок рейши – 14,4 г., а найнижчий - у порошок фламупіни – 3,7 г.

Порошки досліджуваних грибів містять білки в кількості 10,8-14,7 г., що значно перевищує вміст білків у більшості рослинних харчових продуктів (наприклад, картопля, пшениця, гречка) і наближається до вмісту білків у бобових та м'ясі. Так, найбільший вміст білків має порошок грибів фламупіни – 14,7 г., а найменший – порошок шиїтаке – 10,8 г., у рейши вміст білків – 11,7 г.

Порошки грибів фламупіни, рейши та шиїтаке містять незначну кількість β-глюканів (від 0,59 до 0,62 г.), які забезпечують імуностимулюючий ефект на організм людини, активують специфічний клітинний імунітет, стимулюючи утворення білків-перфоринів, які руйнують ракові клітини, а також нормалізують кількість глюкози у складі крові. [3]

Грибні порошки фламуліни, рейши та шіїтаке містять високу кількість вітамінів, зокрема вітамінів групи В (тіаміну), найбільше даного вітаміну містить порошок рейши- 1,49 мг., що перевищує вміст тіаміну у вівсяних пластівцях, пророщеному зерні (0,5-1,4 мг.), також у грибних порошках багато вітаміну РР (ніацину) –8,96 – 3,95 мг. Також дані порошки мають багатий мінеральний склад, переважають такі хімічні елементи, як натрій, калій, фосфор. Найбільше фосфору - в порошку фламуліни - 6,8 мг, що на 2-3 мг. перевищує вміст даного елемента у порошку рейши та шіїтаке. Незначний вміст в грибах таких елементів, як залізо, цинк, купрум, бром, нікель.

Грунтуючись на результати вивчення хімічного складу порошків шіїтаке, рейши та фламуліни, можна говорити про цілком очевидну тенденцію до збільшення харчової цінності соусів грибних, з додаванням грибних порошків, у відношенні основних харчових нутрієнтів, речовин функціональної дії на організм людини, порівняно з традиційними соусами грибними.

З метою розроблення рецептур соусу грибного та соусної пасти на основі грибних порошків, а саме: гливи, шіїтаке та рейши (фламуліни), було проведено розрахунок та оптимізацію рецептур за допомогою програмного забезпечення MSExcel 2007 та статистичного оброблення експериментальних даних. Для розрахунків використано обмеження за основними органолептичними показниками якості соусів та соусних паст: колір, смак, консистенція.

Таблиця 1

Обмеження для розрахунків оптимального складу рецептур соусів та соусних паст з використанням порошку гливи, шіїтаке, рейши, фламуліни

Обмеження по кольору (загальна частка від готового продукту), кг				
0,002	≤	Порошок рейши (фламуліни)	≤	0,003
0,002	≤	Порошок шіїтаке	≤	0,004
0,002	≤	Порошок гливи	≤	0,03
0,2	≤	Цибуля	≤	0,4
0,03	≤	Борошно пшеничне	≤	0,06
0,02	≤	Масло	≤	0,03

Обмеження по смаку (загальна частка від готового продукту)				
0,002	≤	Порошок рейши (фламуліни)	≤	0,008
0,002	≤	Порошок шіітаке	≤	0,004
0,002	≤	Порошок гливи	≤	0,03
0,2	≤	Цибуля	≤	0,4
0,005	≤	Сіль	≤	0,02
Обмеження по консистенції (частка сухих речовин)				
0,1	≤	Соус	≤	0,2
0,25	≤	Паста	≤	0,45

Отже, оптимальна концентрація порошку гливи в рецептурі соусу грибного на основі грибних порошоків 25-30 %, для збагачення соусу імуностимулюючими та онкопротекторними речовинами вищих грибів доцільно вводити в соус порошок шіітаке у кількості 3-4 % та порошок рейши, або фламуліни у кількості 2-3%.

Для надання соусу гармонійного смаку доцільно вводити цибулю 20-40 %, борошно пшеничне 3-5 % та сіль 5-10 %.

Соус повинен мати еластичну, ніжну консистенцію, тому сухих речовин має бути не менше 10-20%; паста грибна має більш щільну консистенцію, тому сухих речовин повинно бути не менше 25 %.

Для створення рецептур композиції соусу грибного та соусної паста на основі грибних порошоків за контроль було прийнято соус грибний рецептура № 868 Збірника рецептур страв і кулінарних виробів для підприємств громадського харчування.

Таблиця 2

Рецептура композиції соусу грибного та соусної паста на основі грибних порошоків

Назва компонентів	Вміст компонентів у рецептурних композиціях, %		
	Соус грибний (контроль)	Дослід № 1 (Соус грибний на основі грибного порошку)	Дослід №2 (Паста грибна на основі грибного порошку)
Гриби сушені	4	-	-
Порошок грибний (гливи+шіітаке (або рейши, або фламуліни)	-	2,2	3,0
Маргарин столовий	3,8	6,3	8,4
Борошно пшеничне	3,8	3,0	4,5
Цибуля ріпчаста	30,0	20,0	35,0
Масло вершкове	3,0	2,0	3,0

Назва компонентів	Вміст компонентів у рецептурних композиціях, %		
	Соус грибний (контроль)	Дослід № 1 (Соус грибний на основі грибного порошку)	Дослід №2 (Паста грибна на основі грибного порошку)
Сіль	1,0	0,5	1,0
Вода	86,0	84,6	57,0

Розроблені композиції соусів та соусних паст характеризуються подібним хімічним складом та харчовою цінністю, це дає можливість проводити взаємозаміну грибних порошоків, зокрема рейши, фламуні та шийтаке, або компонувати у різній пропорції в соусних продуктах.

Комплекс проведених досліджень дозволив запропонувати технологію виробництва соусу грибного на основі грибних порошоків.

Технологічний процес приготування соусу грибного на основі грибних порошоків виглядає наступним чином:

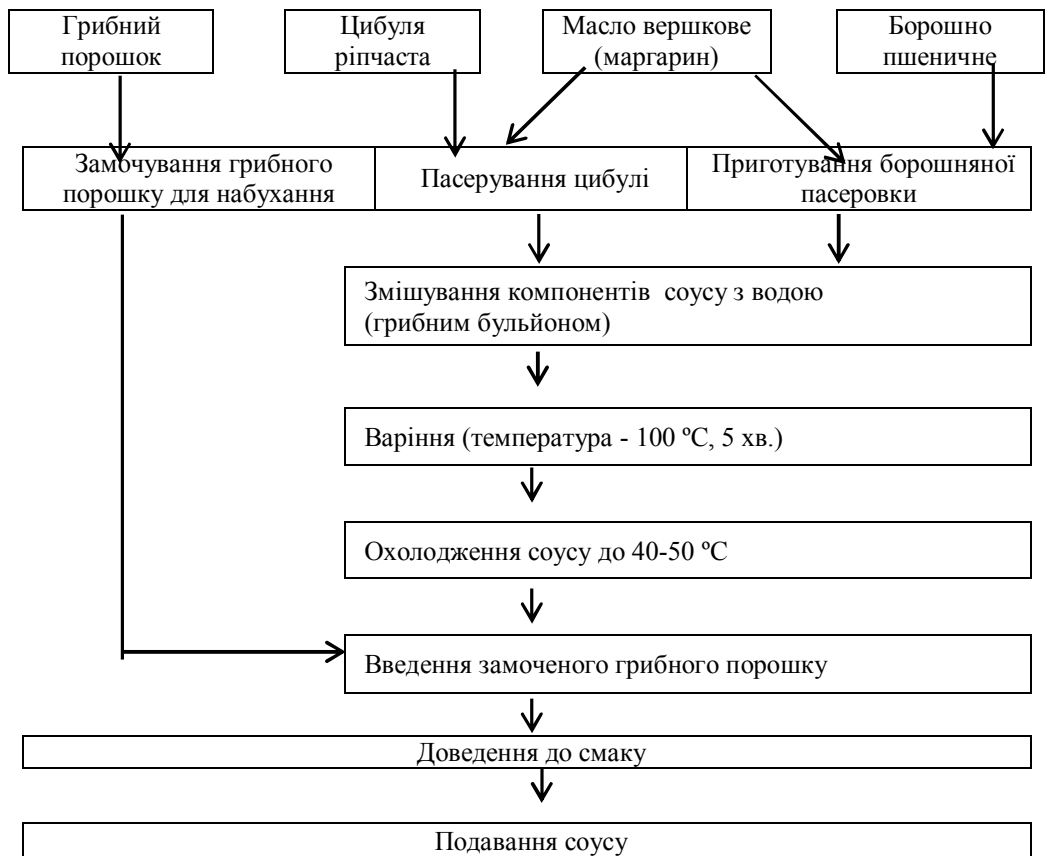


Рис. 1. Технологічна схема приготування соусу грибного на основі грибних порошоків

По результатам проведеної органолептичної оцінки якості соусів та паст з додаванням порошоків шіітаке, рейши, фламуніни встановлено, що органолептичні показники якості розроблених соусів знаходяться на рівні контролю, їх середня органолептична оцінка складає 56–84 бали.

Розроблені соуси та пасти мають насичений, гармонійний смак та запах, а також приємний кремовий відтінок.

Найкращі смакові якості мали соуси з порошком шіітаке та рейши, це пояснюється їх специфічним деревним ароматом та ніжною консистенцією. Соус з порошком фламуніни мав слабок виражений грибний аромат, але ніжну консистенцію та приємний кремовий відтінок.

Для розроблених рецептур грибного соусу побудовано модель якості на основі бальної оцінки, за основні критерії було обрано наступні показники: органолептична оцінка, вміст білків, вуглеводів, жирів та баластних речовин.

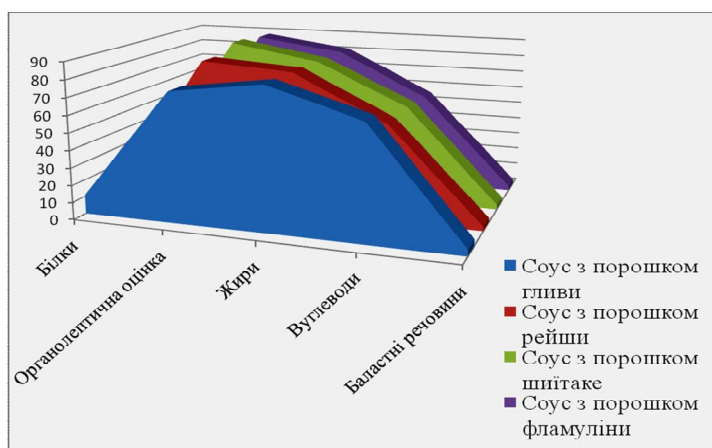


Рис. 1. Модель соусів з порошком фламуніни, рейши, шіітаке

Виходячи з вищевикладеного дослідження, можна зробити висновки, що грибний порошок вищих грибів доцільно застосовувати в закладах ресторанного господарства для приготування соусів, соусних паст та дресингів. Завдяки поєднанню порошоків різних грибів у певних пропорціях, або змінюючи їх масу в рецепті можна легко модулювати харчову та енергетичну цінність продукту, його консистенцію та смак.

Дані соуси та пасти доцільно поєднувати з нежирними рибними та м'ясними стравами для збагачення їх важливими харчовими нутрієнтами, а також вареними, припущеними та запеченими стравами з овочів.

Висновки

Теоретично обґрунтовано основні аспекти використання грибних порошків шийтаке, рейши, фламуніни під час виробництва соусної продукції у закладах ресторанного господарства, що дозволяє отримати продукцію з високим вмістом білка, вітамінів (групи В, РР), мінеральних речовин, а також речовин функціонального призначення з високими органолептичними показниками якості. Це буде сприяти зниженню дефіциту есенціальних речовин в організмі людини, спрямованим змінам метаболізму, підсиленню і прискоренню виведення токсинів, підвищенню неспецифічної резистентності організму людини до негативних факторів навколишнього середовища природним безпечним шляхом.

Розроблено рецептуру та технологічну схему із дослідними добавками. Визначено, що за харчовою цінністю соуси та соусні паста на основі грибного порошку мають вищу енергетичну цінність порівняно з традиційним грибним соусом, більший вміст білків, жирів, полісахаридів, β -глюканів, макро- та мікроелементів.

Соуси на основі грибних порошків значно швидше готуються, порівняно з традиційними аналогами (економія часу понад 20 %).

Використання грибних порошків в процесі приготування соусів грибних, соусних паст та дрсингів є економічно вигідним, оскільки значно економиться час на приготування соусів грибних, до того ж грибні порошки легко транспортуються та довше зберігаються, ніж свіжі гриби.

Література

1. Биологические особенности лекарственных макромицетов в культуре: Сборник научных трудов в двух томах. Т. 1 / Под ред. чл.-кор. НАН Украины С.П. Вассера. – Киев:Альтерпрес, 2011. – 212 с.
2. Здобнов А. І. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів / А. І. Здобнов, В. О. Циганенко, М. І. Пересічний. — К. : А.С.К., 2007. 656 с.
3. Кисличенко В.С., Гарник Т.П. Журавель І.О. Бурда Н.Є, Муртіщев О.М., Чехута О.О. Гриби як перспективна сировина для застосування в медицині // Фітотерапія. Часопис. – 2013. - № 1. – с. 31-34
4. Технологія продуктів харчування функціонального призначення / [М.І. Пересічний, М. Ф. Кравченко, Д. В. Федорова та ін.]. — К. : Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — 718 с.
5. Технохімічний контроль сировини та хлібобулочних і макаронних виробів : навч. посіб. / за ред. В.І. Дробот; НУХТ. – Київ: Кондор, 2015.– 958 с

6. Preeti, A.; Pushpa, S.; Sakshi, S.; Jyoti, A. Antioxidant mushrooms: A review. *Int. Res. J. Pharm.* 2012, 3, 65–70.
7. Kues U.; Liu, Y. Fruiting body production in basidiomycete. *Appl. Microbiol. Biotechnol.* 2000, 54, 141–152.
8. Purification, characterization and immunomodulating properties of polysaccharides isolated from *Flammulina velutipes* mycelium. Yin H, Wang Y, Wang Y, Chen T, Tang H, Wang M. *Am J Chin Med.* 2014;38(1):191-204
9. Effect of *Flammulina velutipes* polysaccharides on production of cytokines by murine immunocytes and serum levels of cytokines in tumour-bearing mice. Chang HL, Lei LS, Yu CL, Zhu ZG, Chen NN, Wu SG. *Zhong Yao Cai.* 2009;32(4):561-3.
10. Interruption of lung cancer cell migration and proliferation by fungal immunomodulatory protein FIP-fve from *Flammulina velutipes*. Chang YC, Hsiao YM, Wu MF, Ou CC, Lin YW, Lue KH, Ko JL. *J Agric Food Chem.* 2013 Dec 11;61(49):12044-52.

Левандовський Л.В.,

доктор технічних наук,

професор кафедри технології і

організації ресторанного господарства

Пашинська М.С., аспірант КНТЕУ

Мельник І.В., аспірант КНТЕУ

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

Запорукою сталого розвитку нашої держави є збереження і відновлення довкілля. Недотримання умов гармонійного співіснування природи і суспільства ставить під загрозу життєдіяльність людства. Новітня історія має немало прикладів того, як споживацьке та насильницьке ставлення до природи супроводжується виникненням серйозних небезпек повноцінному існуванню будь-якої країни. Вплив негативних антропогенних чинників на навколишнє природне середовище вже сьогодні перевищує компенсаційні можливості біосфери [1]. Нині межі розвитку людства визначаються ступенем екологічних

порушень, а не простим споживанням ресурсів. Втручання людини у природні процеси зайшло вже так далеко, що пов'язані з цим зміни можуть виявитись необоротними у разі невживання серйозних господарських природоохоронних заходів.

Економіці України притаманна висока питома вага ресурсно-містких та енергоємних технологій, проектування і впровадження яких здійснювалися «найдешевшим» способом – без будівництва очисних споруд. Це стосується і харчових виробництв.

Харчова промисловість України об'єднує 25 підгалузей, що включають понад 22 тисячі підприємств, асортимент продукції яких перевищує 4 000 найменувань [2]. Питома вага харчової і переробної промисловості в загальному обсязі промислового виробництва країни становить близько 18 % і за цим показником галузь посідає друге місце в економіці країни.

За ступенем антропогенного впливу на довкілля харчова промисловість України справляє значно меншу негативну дію, ніж цілий ряд інших галузей: металургійна, гірничо-видобувна, хімічна, нафтопереробна, теплоенергетична, целюлозно-паперова тощо. Водночас технологічні процеси виробництва багатьох харчових продуктів характеризуються високими питомими витратами сировини, палива, енергії, води та інших природних ресурсів, що робить їх неконкурентоспроможними на міжнародному ринку. Крім того утворення і виведення у навколишнє середовище виробничих відходів різного агрегатного стану та хімічного складу в атмосферу, водойми та ґрунти призводять до їх забруднення, що стає причиною отруєння питної води і продуктів харчування через рослину і тваринну сировину[3].

Багато років підприємства харчової промисловості (та й інших галузей) практично не мали мотивації щодо серйозних практичних дій в плані екологізації виробництва та раціональної утилізації або очищення відходів до встановлених вимог. Причини – необхідність вкладання великих коштів для вирішення цих проблем, незначна реальна підтримка та відсутність економічного стимулювання природоохоронних заходів з боку держави, невелика плата за скиди і викиди у довкілля [3].

Таке становище стало наслідком недостатнього впровадження мало- та безвідходних харчових технологій, а також того, що на більшості підприємств працює морально застаріле і фізично спрацьоване природоохоронне устаткування (пило- та водоочисні споруди) або його зовсім немає, практично відсутні технології перероблення виробничих відходів тощо. Але в останнє десятиріччя, коли стала зрозумілою необхідність входження українських підприємств у європейську та

світову економічну спільноту та одержання міжнародних сертифікатів не тільки стосовно якості продукції, але й екологічного стану виробництва, актуальність екологізації харчових підприємств різко зростає.

В умовах економічної та екологічної кризи перед харчовою промисловістю України постало завдання – не тільки збільшити обсяги виробництва доступних для широких верств населення традиційних продовольчих товарів, а й забезпечити споживачів повноцінними з біологічної точки зору та екологічно безпечними харчовими продуктами на основі натуральної сировини [4]. Для реалізації поставленого завдання актуальним є застосування інноваційного підходу до створення принципово нових та удосконалення існуючих технологій, що передбачає реалізацію принципів енерго- та ресурсозаощадження, інтенсифікацію і екологізацію технологічних процесів тощо. При цьому глибоке комплексне перероблення сільськогосподарської сировини сприятиме не тільки збільшенню обсягів виробництва повноцінних за складом харчових продуктів, а й зниженню негативного впливу виробничих комплексів на довкілля [5].

Основними екологічними проблемами харчових виробництв є забруднення атмосфери і скидання стічних вод промисловими підприємствами.

Забруднення атмосфери. Усі речовини антропогенного походження, що забруднюють атмосферу, класифікують за природою (матеріальні або енергетичні), ступенем хімічної активності або інертності, агрегатним станом, хімічним складом, розміром часток тощо. Крім того, вони різняться за ступенем небезпеки і впливом на людину. Відомо чотири класи забруднюючих атмосферу речовин: надзвичайно небезпечні (ртуть та ін.), високо небезпечні (оксиди сульфуру та нітрогену), помірно небезпечні (сажа, попіл) та мало небезпечні (гас, аміак).

Викиди промислових підприємств поділяють на організовані та неорганізовані. *Організований* промисловий викид – це викид, що виводиться в атмосферу через спеціально споруджені газоходи.

Неорганізованим називається промисловий викид, що надходить в атмосферу у вигляді потоків газу внаслідок порушення герметичності обладнання, відсутності або незадовільної роботи обладнання для відсмоктування газу в місцях завантаження, вивантаження і зберігання продукту, а також через повітряні ліхтарі цехових приміщень.

Викиди в атмосферу харчовими підприємствами можна поділити на такі групи [6]:

- викиди, що утворюються під час виділення енергії та теплоти і внаслідок використання транспортних засобів із двигунами внутрішнього згоряння;
- викиди, що утворюються внаслідок здійснення технологічних процесів;
- викиди цехів із переробки вторинних матеріальних ресурсів;
- викиди допоміжних цехів і виробництв.

Джерелами першої групи викидів на харчових підприємствах є паросилове обладнання, а другої – автотранспорт, хлібопекарні та кондитерські печі, коптильні установки м'ясокомбінатів тощо. Слід зазначити, що два загальнозаводських джерела забруднення повітря – котельня та автотранспорт – присутні на всіх підприємствах харчової промисловості. Кожна заощаджена гігакалорія теплоти запобігає викиду в атмосферу 2,2 кг пилу, 3 кг сульфур оксидів та 1 кг нітроген оксидів, а одна тисяча кіловат-годин електроенергії – 4,2 кг твердих частинок пилу, 5,6 кг сульфур оксидів, 1,8 кг нітроген оксидів.

Різні галузі харчової індустрії мають свої специфічні технологічні викиди на окремих стадіях виробничих процесів, що різняться кількістю, хімічним складом і шкідливістю для довкілля [3, 5].

На *цукрових заводах* викиди представлено, в основному, вапняним, жомовим та цукровим пилом, газами після сатурації та сульфітації соків і сиропів (CO_2 , SO_2) тощо.

У *виробництві солоду і пива* специфічними викидами є зерновий і борошняний пил, що утворюються під час приймання, транспортування та очищення зерна і солоду, а також подрібнення солоду і зерна. У процесі пророщування зерна утворюються вуглекислий газ та леткі сполуки, що викидаються в атмосферне повітря. Під час сушіння солоду в сушарках утворюється велика кількість летких сполук, що видаляються разом із сушильним газом в атмосферу.

Із компресорних установок відводять аміак або фреон залежно від типу обладнання та його призначення.

На стадії миття пляшок у атмосферу викидаються пари луку (близько 0,1 т за рік).

На *кондитерських фабриках* до шкідливих організованих викидів крім димових газів котельні відносять технологічні газопилові потоки: пил (борошняний, цукровий, крохмальний, какао-велли), оксиди нітрогену та карбону, що надходять у атмосферу з печей для випікання вафель, печива, тортів тощо.

Великою кількістю шкідливих відходів характеризується *м'ясопереробне виробництво*. Основними забрудниками повітря є дільниці

технічних і кормових продуктів, переробки жирів, ковбасні виробництва та водоочисні споруди. В цеху технічних фабрикатів повітря забруднюється викидами від транспортування, подрібнення, термічного оброблення сировини, виробництва м'ясо-кісткового борошна, висушування крові та зневоднення жиру.

Багато шкідливих газів утворюється на ділянці передзабійного утримання тварин. Джерелом їх утворення є гній та відходи корму.

Газові викиди утворюються в цеху первинної переробки забитих тварин у процесі опалювання вух, голів і туш. Вони також утворюються в цехах зберігання та оброблення шкір, виготовлення сухої крові тощо. Хімічний склад газових викидів м'ясокомбінатів та їх кількість визначаються потужністю підприємства і асортиментом продукції. Ці викиди містять кислоти (оцтову, пропіонову, масляну, ізомасляну, валер'янову), альдегіди (ацетальдегід, масляний, капроновий, фурфурол, акролеїн), кетони (метилетилкетон, метилбутилкетон, діацетил), спирти і феноли (етанол, бутанол, крезол, пропанол, фенол, пірокатехін), ефіри (похідні пірогалолу та гваяколу тощо), похідні сульфуру (сульфіди і дисульфід) та сірководню (меркаптани), аміни (метил-, диметил- і триметиламіни, диетиламін, триетиламін, дибутиламін), вуглеводні (метан, етан, пропан, бутан) та неорганічні сполуки (оксиди сульфуру і нітрогену, сірководень, аміак тощо). Цілий ряд цих сполук має надзвичайно неприємний запах, що відчувається за наявності всього декількох десятків молекул у 1 м³ повітря.

У коптільному димі виробництва різноманітних копчених м'ясопродуктів містяться смолисті та інші небезпечні для здоров'я людей сполуки.

Обсяг технологічних газопилових викидів *умолокопереробній промисловості* відносно невеликий і пов'язаний, головним чином, із виробництвом сушених продуктів (казеїну, сушеного молока та деяких інших). Забруднення атмосферного повітря *увиробництві олії* відбувається на кількох технологічних стадіях. Перед зберіганням насіння соняшника продувають повітрям у сепараторах і на віялках, що сприяє видаленню великої кількості пилу (5...8 г/м³). Викиди очищають переважно в циклонах, ступінь очищення в яких не перевищує 85 %. Тому велика кількість пилу потрапляє в атмосферне повітря.

Під час зберігання насіння у складі його провітрюють і сушать підігрітим повітрям. Вентиляційні викиди містять леткі продукти метаболізму сировини, вуглекислоту, що утворюється під час дихання насіння, і надходять в атмосферне повітря. У процесі екстрагування олії у повітря можуть потрапляти пари екстрагента (бензину, гексану). Те

саме спостерігається і в процесі сушіння шротини (залишки сировини після виділення олії пресуванням та екстракцією).

Наспиртових заводах, що переробляють зерно, утворюються викиди сміттевого та зернового пилу в процесі очищення сировини на повітряно-ситових сепараторах. Під час дріжджегенераування та бродіння утворюються гази, що містять переважно карбондіоксид та невелику кількість етанолу, альдегідів, складних ефірів, летких органічних кислот, вищих спиртів. Після абсорбційного уловлювання спирту ці гази використовують як вторинний матеріальний ресурс із одержанням зрідженого товарного CO₂, що запобігає збільшенню кількості парникових газів у атмосфері[5, 6].

Із брагоректифікаційного відділення в атмосферу можуть потрапити етиловий та вищі спирти, альдегіди, метанол та інші небезпечні речовини.

Серйозними джерелами псування атмосферного повітря у регіонах розташування підприємств цілого ряду харчових галузей є поля фільтрації, що у переважній більшості випадків перетворилися на відстійники. У цих спорудах відбувається гниття середовищ (переважно технологічних стічних вод), що містять багато органічних речовин, з утворенням різноманітних неприємно пахнучих і токсичних речовин, зокрема метиламінів, аміаку, сірководню, меркаптанів, індолу, скатолу тощо.

Особливо гострою ця проблема є для спиртових, цукрових і м'ясопереробних заводів.

Усі харчові підприємства мають санітарно-захисну зону (СЗЗ) – смугу землі, що відділяє їх від житлової зони.

Для захисту повітряного басейну необхідне здійснення комплексу заходів, у першу чергу, впровадження сучасних маловідходних, безвідходних, енергозберігальних технологій, а також високоефективних пило- та газоочисних споруд, що здатні забезпечити необхідний рівень гранично допустимих концентрацій (ГДК) забруднювальних речовин у атмосферному повітрі на межі СЗЗ та в районі прилеглої житлової зони.

Забруднені стічні води. Виробництво харчових продуктів на промислових підприємствах потребує значної кількості води, у тому числі питних кондицій. Рівень водоспоживання різних харчових технологій ілюструється даними табл. 1.

У деяких технологіях вода входить до складу готової продукції (виробництво хлібобулочних та кондитерських виробів, безалкогольних та алкогольних виробів, пива, консервів тощо) і не потрапляє до стічних вод. Вода використовується також для здійснення багатьох

технологічних процесів харчових виробництв: гідротранспортування сировини та напівпродуктів, миття сировини, тари, обладнання, приміщень, приготування живильних середовищ, поверхневе охолодження апаратів та агрегатів, вакуум-охолодження середовищ тощо [6].

Реалізація технологій харчових продуктів супроводжується утворенням значної кількості скидів – стічних вод (табл. 2), до яких переходить близько третини переробленої сировини, а концентрація забруднювальних компонентів у них в 10...100 разів більша, ніж у господарсько-побутових.

Стічні води харчових виробництв мають певну різноманітність як за компонентним складом, так і за концентрацією забруднювальних речовин і являють собою складну фізико-хімічну систему.

Виробничі стічні води *цукробурякового виробництва* умовно поділяють на три категорії.

Таблиця 1

Питомі витрати води на виробництво харчових продуктів

Підприємство	Одиниці вимірювання	Величина, м ³
Цукровий завод	1 т цукру	60
Дріжджовий завод	1 т пресованих дріжджів	100
	1 000 дал спирту	
Спиртовий завод	1 000 дал пива	1 450
Пивоварний завод	1 т м'яса	20
М'ясокомбінат	1 т сировини	9
Завод рибного борошна	1 т переробленого молока	4
Молокозавод	1 т хлібобулочних виробів	3...5
	1 т макаронних виробів	
Хлібозавод	1 000 дал виноматеріалів марочних вин	4...5
Макаронна фабрика	1 т солоду	10...11
Завод первинного виноробства		58
Завод із виробництва солоду		20

До першої належать конденсати випарних установок і вода від охолоджувальних установок, що характеризуються, в основному, підвищеною температурою та незначним вмістом органічних сполук.

Транспортерно-мийна вода, що використовується під час

гідротранспортування та миття буряка, належить до другої категорії. Ці води сильно забруднені, головним чином, ґрунтом, змитим із коренів буряка (вміст завислих речовин 45...50 г/дм³). Після видалення завислих речовин у відстійниках різних типів цю воду включають у систему оборотного водопостачання.

Найзабрудненішими у виробництві цукру є стічні води третьої категорії. Їх утворюють осади транспортерно-мийних та жомопресових вод, води від миття технологічного обладнання і виварювання випарних апаратів, стоки ТЕЦ і лабораторії, води від прання фільтрувальних тканин тощо. Склад вод третьої категорії суттєво коливається залежно від конкретної схеми водовідведення, якості цукрового буряка та інших умов. Величина БСК (біологічного споживання кисню) цих вод перебуває у межах 3 500...7 500 г О₂/м³.

Таблиця 2

Кількість стічних вод, що утворюється у процесі виробництва харчових продуктів

Підприємство	Одиниці вимірювання	Об'єм стічних вод, м ³
Хлібозавод потужністю 30 т/добу	1 т хлібобулочних виробів	2,8
Хлібозавод з кондитерським цехом потужністю 40 т/добу	1 т хлібобулочних виробів	3...4
Макаронна фабрика потужністю 105 т/добу	1 т макаронних виробів	5,3
Дріжджовий завод	1 т пресованих дріжджів	170
	1 000 умовних банок	
Консервний завод, що переробляє огірки	1 т буряка	4...5
Завод із виробництва цукру-піску	1 т винограду	1,7
Завод первинного вино-робства		
Завод вторинного вино-робства (марочні вина)	1 т винограду	0,2
Завод шампанських вин (резервуарний спосіб)	1 000 пляшок шампанського	28
М'ясо-спиртовий завод із цехом хлібопекарських дріжджів	1 000 дал спирту	6,7
Спиртовий завод, що переробляє зерно		830
Завод із виробництва солоду	1 000 дал спирту	
Пивоварний завод	1 т солоду	1 300
	1 000 дал пива	18
		76

Спиртові підприємства, як і цукрові, є потужними джерелами забруднених стічних вод. Найконцентрованішими за забрудненнями вважають води від миття обладнання та післяспиртову (мелясну або зернову) барду. Величина ХСК (хімічного споживання кисню) мелясної барди – 45 000...60 000 г О₂/м³, зернової – 25 000...30 000 г О₂/м³, а рН середовища, відповідно, 4,5...5,0 та 4,2...4,6.

Стічні води *спеціалізованих дріжджових заводів* утворюються за рахунок культуральної рідини, що є відходом після виділення дріжджів і вод від миття обладнання і фільтрувальних матеріалів. Ці води є висококонцентрованими за забрудненнями (ХСК 1 500...6 500 г О₂/м³, концентрація завислих речовин 300...800 г/м³).

Стоки *пивоварних підприємств* різноманітні. Розрізняють стічні води солодовенного виробництва, пивоварного і стоки цехів розливу. Основними показниками загального стоку є: рН 6...7, вміст завислих речовин – до 400 г/м³, ХСК – близько 1 500 г О₂/м³.

Стічні води *хлібозаводів та кондитерських фабрик* характеризуються наявністю завислих речовин у кількості 150 г/м³, рН 6...7, ХСК – 600...800 г О₂/м³. Стоки кондитерських виробництв характеризуються підвищеним вмістом жирів та завислих речовин.

У технології вина більш забрудненими є стічні води *первинного виноробства*. Залежно від апаратурно-технологічної схеми показники стоків можуть коливатися у широких межах, зокрема: вміст завислих речовин – 100...2 500 г/м³, рН 5...8, БСК – 50...2 700 г О₂/м³.

У процесі виробництва олії з насіння соняшника на *олієекстракційних заводах* утворюються стічні води з ХСК близько 2 500 г О₂/м³ та вмістом жиру 1 г/дм³, а буферні води після очищення (рафінування) олії мають ХСК на рівні 7 000 г О₂/м³ та містять 3,0...3,5 г/дм³ жиру.

Забрудненість стоків *м'ясопереробного виробництва* є однією з найбільших серед підприємств інших галузей харчової промисловості. На різних стадіях технологічного процесу у стічні води потрапляють як органічні речовини (гній, кров, канига, часточки тваринних тканин, жиру тощо), так і неорганічні (пісок, кухонна сіль, нітрати та інші). Усереднений стік м'ясокомбінату має наступні показники: рН близько 6,5, ХСК 3 500...4 000 г О₂/м³, БСК – 2 700...3 200 г О₂/м³, вміст завислих речовин – 400... 600 г/м³, а жиру – 500...600 г/м³.

Стічні води *молокопереробних заводів* утворюються внаслідок миття тари, технологічного обладнання, приміщень, потрапляння у ці води молока, продуктів його переробки, мийних засобів тощо. Характеристика стічних вод має значні коливання залежно від профілю

виробництва та асортименту продукції: ХСК – 600...8 500 г О₂/м³, вміст жиру – 100...2 500 г/м³, а завислих речовин – 300...600 г/м³.

Як видно із вищенаведеного, стічні води харчових виробництв забруднені переважно органічними домішками, що є залишками сировини та продуктів її трансформації. На жаль, на сьогодні ці води та інші відходи переважно викидають за територію заводів.

Поблизу спиртових і цукрових заводів та м'ясокомбінатів розташована велика кількість відстійників, так званих «полів фільтрації», в яких десятиріччями загнивають органічні речовини. Це призводить до забруднення підземних вод, ґрунтів і атмосферного повітря.

На багатьох підприємствах стічні води, що містять розчинні і важкорозчинні органічні сполуки, скидають у міську каналізаційну мережу, з якої вони потрапляють на міські очисні споруди. Останні часто мають недосконалі технології і здебільшого працюють незадовільно, тому недостатньо очищена стічна вода може потрапляти в природні водойми. При цьому у водоймах відбувається окиснення вуглеводів, білків та жирів за участю розчиненого кисню, що є одним із найважливіших факторів існування гідробіонтів. Наслідком цього є погіршення умов життєдіяльності останніх і порушення динамічної рівноваги водних екосистем.

Із метою запобігання негативним наслідкам скидання забруднених вод у природні водойми існують встановлені державні нормативи щодо їх складу. До загальних показників якості промислових вод, що скидаються у відкриті водойми господарсько-питного і культурно-побутового призначення, належать: запах, забарвленість, вміст завислих речовин, величина рН, концентрація розчиненого кисню, температура, біохімічне споживання кисню (БСК), мінеральний склад тощо.

Суворі правила щодо скидання стічних вод промислових підприємств у природні водойми пред'являють високі вимоги до ступеня очищення стоків з урахуванням їх складу та властивостей.

З метою подолання екологічної кризи в країні необхідно здійснити екологізацію виробництва. *Екологізація виробництва* – це поступове розширення дії екологічних пріоритетів у виробничій діяльності, підвищення екологічної освіченості і свідомості управлінського персоналу, поступове проникнення екологічних нововведень у виробництво, екологічна модернізація виробництва.

Модель сталого екологічно безпечного розвитку суспільства є однією із пріоритетних концепцій прогресу сучасного людства. Рациональне використання природних ресурсів, охорона навколишнього середовища, забезпечення екологічної безпеки є основними складовими та обов'язковими умовами сталого соціального та економічного розвитку України.

Розробка дієвих механізмів активізації та впровадження концепції екологічно чистого виробництва на вітчизняних підприємствах повинна бути безперервною і налагодженою. Це обумовлює надзвичайну важливість вже сьогодні зміни регуляторної політики держави та впровадження системи економічного стимулювання політики екологічно чистого виробництва на вітчизняних підприємствах. Такий підхід сприятиме створенню умов для покращення якості харчової сировини і продукції та поліпшення здоров'я населення.

Література

1. Швед О.В. Екологічна біотехнологія / О.В. Швед, О.Б. Миколів, О.З. Комаровська-Порохнявець, В.П. Новіков. – У 2 книгах. – Львів: Львівська політехніка, 2010. – 792 с.
2. Домарецький В.А. Загальні технології харчових виробництв: Підручник / В.А. Домарецький, П.Л.Шиян, М.М.Калакура та ін. – К.: Університет «Україна», 2010. – 814 с.
3. Запольський А.К. Екологізація харчових виробництв / А.К. Запольський, А.І. Українець. – К.: Вища шк., 2005. – 423 с.
4. Домарецький В.А. Екологія харчової сировини і продуктів харчування / В.А.Домарецький – К.: ІСДО, 1994. – 344 с.
5. Шиян П.Л. Інноваційні технології спиртової промисловості. Теорія і практика / П.Л.Шиян, В.В.Сосницький, С.Т.Олійнічук – К.: Асканія, 2009. – 424 с.
6. Левандовський Л.В. Природоохоронні технології та обладнання: Підручник / Л.В.Левандовський, Н.О.Бублієнко, О.І.Семенова. – К.: НУХТ, 2013. – 296 с.

Матвієнко Л.А.,

викладач-спеціаліст, ВТЕК КНТЕУ

Борісова О.М.,

викладач – методист, спеціаліст вищої
категорії ВТЕК КНТЕУ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Сьогодні вищою метою ділової активності, яка ґрунтується на маркетинговій концепції, у сфері індустрії гостинності є, передусім,

задоволення потреб клієнта, а тільки потім - підвищення прибутків підприємства. Саме таким чином можна створити основу для справжнього процвітання готельного підприємства в умовах жорсткої конкуренції, на ринку готельно-ресторанних послуг.

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що сучасний розвиток готельного бізнесу базується на побудові такої системи обслуговування, яка необхідна для надання якісних послуг своїм клієнтам.

Метою написання даної статті було розглянути стан та недоліки готельно-ресторанного бізнесу в Україні та визначення перспектив розвитку.

В усьому світі готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому, досягаючи в «туристичних» зонах відмітки 100%. Щодо України, то на думку спеціалістів, до 1997 року оператори ринку працювали в досить непоганих умовах: наявність не дуже вимогливих до рівня сервісу платоспроможних клієнтів дозволяла досягати рентабельності 50%. Саме у цей період у країні з'явилося чимало нових приватних готелів та ресторанів, а старі «гравці» могли повністю реконструювати власні фонди. Сьогоднішня ситуація докорінно відрізняється. Вибагливість клієнтів щодо рівня сервісу, конкуренція між гравцями та несприятлива економічна ситуація змінили правила гри у готельно-ресторанному бізнесі на суворіші [1].

Сучасний стан і тенденції розвитку готельної індустрії країни можна охарактеризувати наступними положеннями:

1. Досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції неухильного зростання, процвітання і розвитку даної сфери діяльності.
2. Основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам.
3. Високо комфортабельні готелі в Києві введені в експлуатацію за участю іноземних компаній дозволили істотно скоротити дефіцит готелів високого класу для багатой клієнтури. Вартість розміщення в

цих готелях порівнянн з вартістю розміщення в найбільших столицях світу[3].

Середня наповнюваність невеликих готелів складає 95-100%, а рентабельність бізнесу 30-40%. Стабільний попит на послуги такого типу, незначна конкуренція в ніші, а також порівняно невеликі витрати на будівництво такого готелю дозволяє стверджувати, що невеличкі готелі 3* та 4* на 30-50 номерів та порівняно невисокою вартістю проживання за добу є надзвичайно перспективними для інвестора в Україні. Привабливими сегментами для інвестування спеціалісти також називають «придорожні» готелі (кемпінги, мотелі), готелі-санаторії в рекреаційних зонах Закарпаття та півдня України.

В той же час ресторанне господарство також займає важливе місце у реалізації соціально-економічних задач. Його основним призначенням є забезпечення населення кулінарною продукцією та організація високого рівня обслуговування відповідно до його потреб.

Ресторанний бізнес – одна з сфер вітчизняної економіки, в якій з самого початку економічних реформ повною мірою виявилися ринкові відносини. Це найдинамічніший і високодохідний, а отже, перспективний для інвестицій і привабливий для підприємців сегмент українського ринку послуг. Проте, розвиток сучасного ресторанного бізнесу залежить від загальних тенденцій динаміки економіки держави, кон'юнктури споживчого ринку, змін структури попиту та пропозиції, розвитку нових форм організації бізнесу тощо.

З початком економічних трансформацій прибутковість закладів ресторанного господарства стала основною метою діяльності підприємств, досягти якої, працюючи на обмеженому сегменті споживчого ринку, що обумовлений низьким рівнем життя українців. Вплив зовнішніх факторів призвів до того, що більше половини підприємств ресторанного господарства в Україні є збитковими. Українським рестораторам доводиться враховувати національні нюанси - низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу.

За сучасних економічних умов підприємствам ресторанного господарства доводиться кардинально перебудувувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку. Загальне зниження реальних доходів населення негативно вплинуло на купівельну спроможність, що відбилося на зниженні суми середнього чеку та завантаженості підприємств. Для подолання кризового стану власники та керівники підприємств вживають різних заходів, які в цілому відповідають концепції та формату закладу, статусу споживачів.

Вітчизняний ресторанний бізнес, який функціонує у відкритій мережі, в умовах післякризової економіки розвивається швидкими темпами, враховуючи при цьому основні світові тенденції та активно використовуючи новітні технології у сфері виробництва, організації обслуговування та споживання, маркетингу та менеджменту. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу України вітчизняні підприємства ресторанного господарства матимуть стійку позитивну динаміку у перспективі, адже вони є привабливими як довгострокові інвестиції на рівні об'єктів із середньою прибутковістю 15-20% [3].

За прогнозами аналітиків розвиток відкритої мережі ресторанного господарства слід очікувати за двома основними напрямками: перший – розвиток підприємств швидкого харчування; другий – розвиток ресторанів середнього рівня. Зазначимо, що потенційними об'єктами інтересів інвесторів в недавньому минулому були ресторани, бари та кафе для елітної складової суспільства. Але зараз пріоритети в даній сфері бізнесу змінилися: ресторатори, які відкрили декілька років тому престижні заклади, переглядають стратегію розвитку та розробляють новий формат обслуговування, розрахований на представників середнього класу. Найбільш популярними, на думку провідних фахівців ресторанного бізнесу, стануть якісні недорогі мережеві заклади.

У конкурентній боротьбі вітчизняні підприємства ресторанного господарства не лише займаються пошуком нових сегментів ринку, але й широко застосовують новітні досягнення кулінарії та дизайну, до яких можна віднести креативну кухню, стиль високих технологій, кейтеринг-сервіс тощо. Для популяризації підприємства ресторанного господарства та збільшення його цільової аудиторії господарюючі суб'єкти активно використовують можливості Інтернет шляхом створення веб-сайтів та розміщення їх у ділових, інформаційних, комерційних та туристичних пошукових системах. Все це (разом із освоєнням нових сегментів ринку) сприяє розвитку ресторанного господарства в Україні та наближенню його до світових стандартів.

Однією з найгостріших проблем ринку є проблема постачання продуктів та спиртних напоїв. Ресторатори стверджують, що постачальники, які пропонують якісну продукцію невинувато завищують ціни, у той час як ресторатор, зважаючи на конкуренцію, не може збільшити ціну на страви, а тому зменшується прибутковість [9].

Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів.

Впровадження інноваційних технологій сприятиме збільшенню

кількості клієнтів, продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства та ін. Серед них: електронні системи управління; інтерактивний екран; системи безпеки; екологічні технології; електронне меню; QR -коди.

Основна інновація у сфері управління - використання електронних системи управління, які дають можливість співробітникам готелю безпосередньо спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, а користувачу, відповідно, отримати необхідну інформацію.

Також все більшої популярності набувають електронні системи управління рестораном. Інтерактивне меню є екраном, вбудованим в стіл, за яким розташовуються відвідувачі. За допомогою меню вони можуть переглянути всі страви, представлені в ресторані, включаючи їх фотографії. Поки їжа готуватиметься, можна розважити себе читанням місцевих новин або провести час за парою простих логічних іграшок. Пристрій оснащений 30-дюймовим сенсорним екраном, працювати з яким одночасно можуть декілька чоловік і включає вбудовані безпроводні інтерфейси Bluetooth і Wi - Fi[14].

Сучасні інформаційні комп'ютерні технології, розроблені спеціально для підприємств громадського харчування, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних, специфічних для цього бізнесу операцій . В даний час для автоматизації підприємств громадського харчування використовують такі системи автоматизації: «R-Keeper», «LikoChain», «1С-Парус», «UNISYSTEM Ресторан», «Х-КАФЕ», «Microinvest Склад Pro» та інші.

Сучасний ресторан кафе, бар, клуб, готель - це, перш за все, красивий і комфортний спосіб проведення часу, один з основних елементів дозвілля. Організація подібного процесу вкрай складна за своїм змістом та наповненням і вимагає: дотримання санітарних і технологічних норм, контроль за стилем і культурою поведінки обслуговуючого персоналу, за обліковим процесом, аналіз транзакцій, облік надходження продуктів, формування вартості страв і напівфабрикатів, процедури списання продуктів. Вимога автоматизації всіх цих процесів впливає, перш за все, з необхідності врахування великої кількості деталей, які узагальнимо до: неможливості наочного контролю керівниками кожного технологічного процесу за умов диверсифікації та відокремленості технологічних процесів; необхідності швидкого прийняття рішень і високої мобільності людських кадрів.

Зручність автоматизації та інформатизації процесів на підприємстві громадського харчування очевидна не тільки з точки зору «ведення справ», але і з позицій клієнтів, так як інформаційні системи дозволяють

більш оперативно здійснювати розрахунки з відвідувачами, черговість обслуговування, забезпеченість пропонованого меню усіма необхідними інгредієнтами.

Наприклад, впровадження систем оплати пластиковими картами та депозитно-дисконтними системами, дозволяє різко розширити можливості закладу ресторанного господарства, разом з організацією спільних акцій з провідними банками. Системи не просто підтримують безготівкову форму оплати, а й ведуть облік постійних та корпоративних клієнтів, дозволяють управляти системою знижок і бонусів, підтримувати віддалений доступ клієнтів для формування заявок і замовлень. Великий потенціал отримують всякого роду програми з підвищення лояльності клієнтів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції тощо), формування постійної клієнтської бази.

Метою автоматизації ресторанного бізнесу є підвищення ефективності управління підприємством харчування, прискорення швидкості і якості обслуговування гостей, мінімізація зловживань персоналу.

Програми для автоматизації ресторану повинні бути багатофункціональними системами для підвищення прибутковості та зниження витрат підприємства, легкими у впровадженні та простими в обслуговуванні.

Автоматизація ресторану за допомогою програм компанії «ІС-Парус» дозволяє оптимально поєднувати всі функції, необхідні для ефективного управління рестораном, надаючи високу надійність і якість.

Програма «R-Keereg» призначена для автоматизації продажу, обслуговування клієнтів, роботи кухні і барів, накопичення та аналізу даних з продажу і сервісу за різні проміжки часу на підприємствах громадського харчування та центрах індустрії розваг. Накопичені дані використовуються в системах складського обліку та бухгалтерського обліку.

Продукт «ІС:Підприємство 8. Ресторан» призначений для автоматизації процесів обслуговування відвідувачів на підприємствах індустрії харчування та гостинності. За допомогою цього рішення можуть бути автоматизовані одиночні і мережеві підприємства будь-яких форматів і концепцій: ресторани, кафе, бари, їдальні, готельно-ресторанні комплекси, розважальні центри та інші підприємства харчування.

Програмний продукт «IikoChain» - це рішення для успішного управління як окремим рестораном чи кафе, так і ресторанної мережею і корпорацією в цілому. Дана програма дозволяє здійснювати звітність в розрізі по ресторанах і загальну звітність ресторанної мережі з продажу,

виробництва, персоналу та фінансів, а також управління залишками та складськими запасами на рівні всіх підрозділів .

Програмний комплекс «UNISYSTEM Ресторан» здійснює центра-лізований товарний і фінансовий облік підприємства, орієнтований на глобальний контроль руху товару та грошових коштів. Система моніторингу торгового залу дозволяє відстежувати всі операції з обслуговування клієнтів офіціантами .

Автоматизація ресторанного бізнесу дозволяє виключити втрати прибутку з причини людського фактора, збільшити швидкість обслу-говування клієнтів і навіть виробити маркетингову стратегію бізнесу.

Попри громіздкість, як може здатися на перший погляд, кожний програмний продукт використовує мінімум ресурсів, оскільки вже на першому етапі проектування повністю спрямований для використання на ПК невеликої потужності. Таким чином, така перевага дає змогу пересічним користувачам швидко та зручно освоїти певний програмний комплекс у власних цілях.

Таким чином, тільки при формуванні грамотно розробленої концепції і послідовного комплексного впровадження всіх складових ресторанного бізнесу, однією з яких є інформаційні технології, гаранто-ваний успіх у розвитку діяльності підприємств ресторанного господарства.

В умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств ресторанного господарства свідчить, що безальтернативний шлях вижи-вання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досяг-нень, а також готовності готелів до інновацій та нововведень. На жаль, на відміну від світових тенденцій розвитку вітчизняні готельні під-приємства характеризуються низькою інноваційною активністю через високу вартість інноваційних розробок та відсутність адаптації підприємства до інновацій.

Також потрібно заохочувати co-opetion (cooperation+competition: співпраця + конкуренція), адже готельний бізнес змушений конкурувати не лише в середині галузі, а й з фірмами готельного сервісу, фірмами, які пропонують послуги оренди житла, гуртожитками, приватним сектором, але разом з тим він повинен тісно співпрацювати з ними. В більшості співпраця ведеться з туристичними фірмами, які бронюють місця для своїх клієнтів. У таких питаннях вони повинні діяти за одно як представники готельного бізнесу, водночас підтримуючи конкуренцію в середині галузі.

Автоматизація готелю

Автоматизація готелю – це спосіб зберегти гроші та ресурси за рахунок автоматичного виконання більшості рутинних процесів, який забезпечує швидше повернення витрат на встановлення централізованого управління. Стандартизована система також здатна забезпечити максимальне скорочення витрат при будівництві завдяки усуненню практично всіх пристроїв низьковольтної напруги.

Енергоефективність і скорочення витрат

Вартість послуг за освітлення в готелях у звичайному режимі може складати до 35%, за опалення та кондиціювання – до 50-70% від вартості всіх платежів за енергоресурси. Дані витрати суттєво зменшуються, якщо встановлено систему управління та автоматизації готельних комплексів.

Сумісність систем автоматизації з основними системами готелю

Автоматизовані системи легко встановлюються. Можна зупинити свій вибір як на дротових, так і на бездротових рішеннях у вигляді нових або вдосконалених моделей з багатьма додатковими функціями. Завдяки простим і доступним рішенням такі системи добре служать господарям готелів та їх мешканцям. Системи управління готельними номерами непомітно для користувача взаємодіють з існуючими системами готелю, забезпечуючи обмін інформацією між електронними пристроями практично будь-яких виробників, зокрема управління гардинами, міні-баром, системами безпеки та доступу.

Управління готельними апартаментами

За заданим інтелектуальним профайлом система здатна автоматично для кожного гостя вже при реєстрації його в готелі підібрати номер або підготувати режими, яким той надає переваги. Використовуючи інтелектуальні інновації, мешканці готелю можуть управляти освітленням, гардинами, температурним режимом у приміщенні, телебаченням тощо. За допомогою одного пульта управління можна призначити час дзвінка будильника, викликати службовця готелю, замовити прасування речей, прибирання в номері та забронювати SPA. Все це дає можливість створювати максимально комфортні умови проживання для мешканців готелю.

Пульт управління налаштовується індивідуально як для управління готельним номером, так і для управління експлуатацією будівлі. Він взаємодіє з усіма інженерними пристроями, програмними комплексами та сервісами готелю. Центральний програмний комплекс управляє всіма системами, зберігаючи бажані установки клієнтів і систем різного значення.

«Розумне освітлення»

Система управляє групами освітлення, установлює яскравість освітлення.

Створює кольорові гамми для затишної атмосфери. Управляє освітленістю в приміщенні в залежності від часу дня.

Вдосконалення контролю температурного режиму

Функцію обігріву або кондиціонування повітря можна легко знизити або відключити у відсутності гостя в номері. Відключення систем обігріву і кондиціонування у вільних номерах дозволяє щорічно заощаджувати десятки тисяч доларів.

Музика

Є можливість слухати музику, що зберігається в пам'яті власних плеєрів iPod, вибрати композиції зі списку, пропонованого системою. Передбачено прослуховування музики в одній кімнаті або в усіх кімнатах одночасно.

Управління гардинами

Гості можуть відкривати або закривати гардини, штори та жалюзі, знаходячись при цьому в ліжку, використовуючи телевізор, приладову панель або сенсорний інтерфейс.

Будильник

Ця функція дозволяє гостям прокидатися під свою улюблену музику або телепередачу. Режим будильника може також передбачати зміни освітлення, температури або положення гардин.

Обслуговування номера

Дана функція дозволяє гостям встановлювати такі режими як «Відсутність» чи «Обслуговування номера» за допомогою будь-якого сенсорного екрану або телевізора в номері. Натиснувши на відповідну кнопку, можна замовити прибирання апартаментів, зміну білизни та рушників, інші послуги.

Система управління для готелів Smarhotel

Smarhotel - Нова система управління готелем (Система управління майном, або PMS). Програму відрізняє простий зручний інтерфейс, який поєднується з потужним функціоналом і високою продуктивністю. Дозволяє вирішувати повний спектр завдань готелі - від бронювання і розміщення гостей до надання всієї необхідної інформації для фінансового контролю та управлінського обліку діяльності підприємства.

Система автоматизації ресторану SmartTouch

SmartTouch - Потужна сучасна система управління рестораном. Простота використання в поєднанні з широким функціоналом робить її

одним з кращий пропозицій на ринку. Програма ідеально підходить як для підприємства в режимі фаст-фуду, так і для елітного ресторану з декількома залами.

Система бухгалтерського обліку SmartAccounting

Являє собою надбудову над типовий бухгалтерією 1С для України. Крім класичного бухгалтерського, податкового та складського обліку влючає в себе блок обліку ресторану, блок обліку готельних послуг і блок управлінського обліку. Містить механізм консолідації управлінської звітності з декількох об'єктів в загальну базу.

Інформаційний технологічний прогрес випереджує очікування готелів у довгостроковій адекватності впроваджених АІТ систем. Якщо раніше готелі змінювали технологічне оснащення в середньому кожні 7-9 років, то сьогодні цикл скоротився до 3-5 років, і тенденція до скорочення цього терміну продовжується. Згідно з проведеним на Заході компанією Microsoft дослідженням, 60-70% усіх готелів протягом найближчих п'яти років закуплять нову систему управління готелем. Важливо відзначити, що сам як такий факт установки сучасної системи не означає безумовного отримання віддачі від здійснених витрат. Ефективність автоматизації обумовлюється цілим комплексом скоординованих заходів щодо перегляду сформованих методів і порядку роботи, перепідготовки персоналу готелю, розробки і перетворення інформаційно-технологічної стратегії підприємства. Цінність системи можна розглядати в двох розрізах-у процесах, які система автоматизує, і даних, які акумулює система в ході своєї роботи.

Розглянемо значення і переваги кожного з них. Автоматизація процесів функціонування систем готелю дозволяє автоматизувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва готелю. При цьому досягається взаємозв'язок між різними службами готелю, що значною мірою підвищує ефективність і дозволяє позбутися помилок. Багато завдань, наприклад, прийом і розміщення великих груп гостей і застосування складних тарифних планів, стають легко здійсненними. Разом з цим керівництво одержує могутній інструмент контролю над станом готелю і фінансових потоків, а можливості зловживань персоналом готелю скорочуються до мінімуму. У цілому з використанням автоматизованих систем готель стає більш керованим. Керівництво готелю, одержуючи адекватні дані про стан справ на поточний момент і прогнози на майбутнє, має можливість приймати коректні і своєчасні рішення.

Крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для гостей. Гість стає центром

уваги та одержує індивідуально-орієнтований сервіс. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги гостей, а процес надання послуг робити безпроблемним для клієнта. Система зберігає дані по кожному гостю, що коли-небудь проживав у готелі, і при наступному його приїзді дозволить визначити правильний тариф, провести швидке поселення і випередити його побажання. Готель також одержує можливість вести централізований облік нарахувань і розрахунків з гостями.

Управління даними.

В основі сучасних систем управління готелями лежать могутні бази даних, що дозволяють акумулювати і зберігати детальну інформацію з роботи готелю та його взаємин з кожним гостем. І якщо автоматизацію процесів функціонування готелю можна назвати обов'язковою умовою для успішної роботи готелю, то ефективне використання зібраних даних є ключовим чинником для досягнення готелем конкурентної переваги на ринку. Накопичені дані стають безцінним капіталом для готелю. Вони полегшують готелям прогнозування попиту на послуги і проведення більш ефективної маркетингової політики. Готель одержує можливість реалізовувати програми частого гостя і заохочувати своїх постійних клієнтів. Платіжна історія кожного клієнта готелю дозволяє правильно будувати кредитну політику. Без сумніву, комп'ютерні технології відкривають нові можливості в сфері управління і сервісу. Українські готелі усе більше усвідомлюють необхідність використання АІТ у своїй роботі.

Однією з найбільших проблем готельного та певною мірою ресторанного бізнесу є відсутність реклами. Потрібно запровадити агресивну рекламу на туристичних сайтах, в турагенціях, що певною мірою знизить зовнішню конкуренцію. Для реклами є вигідною підтримка різноманітних фестивалів, конкурсів. Агресивне рекламування готельної галузі рекомендується провадити в межах співпраці в галузі, що дозволить суттєво знизити фіксовані витрати, розкидавши їх по всіх учасниках. Було б добре отримати державну підтримку готельного бізнесу, наприклад на кордоні видавати іноземцям проспекти з усіма готелями України, налагодити співпрацю з Держкомтуризму тощо [8].

Український ресторатор повинен придумувати щось нове буквально кожен день. Тому власник повинен або постійно знижувати ціну, або пропонувати за ту ж ціну більше послуг. Корпоративні клієнти дуже цінні, тому ресторани йдуть на ряд поступок: можуть готувати з продуктів клієнта, не існує фіксованих знижок для корпоративних клієнтів, працює правило: чим більше запрошених, тим більшу знижку отримує замовник.

Останнім часом людському чиннику в індустрії гостинності приділяється важлива увага. Створення для робітників і службовців сприятливого клімату для роботи робить можливим вищий рівень трудової активності, який стимулює високу трудову активність кожного і відбивається на доходах підприємства в цілому. Надання працівникам можливості кар'єрного росту позитивно впливає на моральний стан колективу [6].

Створення сучасної індустрії туризму неможливо без підприємств готельного й ресторанного господарства, які сприяють задоволенню таких першочергових потреб туристів, як проживання й харчування. Тому досить важливе значення для України відіграє Євробачення 2017р., оскільки велика кількість гостей матиме нагоду скористатися послугами ресторанно-готельної сфери обслуговування, а власники ресторанів та готелів – можливість отримати досить значний прибуток. Важливе значення для готельного бізнесу є покращення сервісу і надання готелю більшої кількості зірок.

Ресторанний бізнес в Україні стрімко розвивається: середній клас все частіше віддає перевагу харчуванню в рестораних закладах .

Отже, проведений аналіз стану та тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні, дає можливість зробити висновок про наявність складних проблем, які негативно впливають на темпи розвитку сфери ресторанного господарства. Але, не зважаючи на це, ресторанний бізнес залишається досить привабливим для іноземних та українських капіталовкладень, що пов'язано зі специфікою даної галузі. Досить велика швидкість обороту капіталу, порівняно низькі витрати на будівництво, реконструкцію та придбання обладнання, відносно низькі поточні витрати – все це сприяє залученню інвестицій до ресторанного бізнесу.

Підсумовуючи вище зазначене, необхідно сказати, що лише розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, мінімальне втручання держави, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг матиме результатом розвиток готельно-ресторанної галузі, а постійне запровадження інновацій, інвестиції та жорстка конкуренція - збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоспроможності.

Література

1. Алексєєв Д. Ресторан за інтересами // Журнал «Ресторанні відомості», №101, 2006. – С. 12-14.
2. Барановський В.А. Ресторанний бізнес: Навчальний посібник. – РнД.: Фенікс, 2005. – 220 с.
3. Бородіна В.В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент. – М.: Книжковий світ, 2003. – 165 с.
4. Волкова І.В., Миропольський Я.І., Мумрікова Г.М. Ресторанний бізнес. – М: Флінта, 2002. – 184 с.
5. Єфімова О., Єфімова Н. Економіка готелів і ресторанів. – М.: Нове знання, 2004. – 279 с.
6. Кабушкін Н.І., Бондаренко Г.А. Менеджмент готелів і ресторанів. –М.: Нове знання, 2002.– 163 с.
7. Кристофер Енертон-Томас. Ресторанний бізнес. – М.: Росконсульт, 1999. – 240 с.
8. Рідель Х. Бари й ресторани. Техніка обслуговування. – М.: Академія, 2002. – 69 с.
9. Чудковський В.Н. Ресторанний бізнес. – М.: Академія, 2004. – 124 с.
10. Шведський стол по правилам // Журнал «Ресторанні відомості». – №72. – 2004. – С. 7-8.
11. Шулік Н.В. Організація обслуговування в ресторанах. – М.: Вища школа, 2005. – 89 с.
12. Шулік Н.В. Специфіка ресторанного бізнесу. – М: Вища школа, 1999. – 250 с.
13. Innovation in hospitality and tourism [Electronic resource], - Access mode: <http://www.books.google.com.ua>.
14. Індустрія гостинності: прогноз на 2015 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www. eu. com/UA/uk/Industries/Real-Estate](http://www.eu.com/UA/uk/Industries/Real-Estate).

Свідло¹ К.В., Бугайова² О.В.
ХТЕІ КНТЕУ, декан ФТ,ГРіТБ, професор кафедри харчових технологій
та готельно-ресторанного бізнесу¹, магістр 2 курсу²

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ

Україна має великий туристично-рекреаційний потенціал, сприятливий клімат, багата флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається. Найважливішою сьогоденною проблемою туристичної галузі України є створення та реалізація стратегії конкурентних переваг [1].

Пошук нових шляхів організації харчування базується на дослідженні гастрономічної складової туристичного продукту, на основних принципах брендингу території, що формують туристський імідж місцевості, на процесі створення враження про товар у свідомості споживачів. Місцеву кухню можна розглядати як туристський ресурс територій, що дозволяє створити нові туристичні продукти, відкрити нові грані туристської дестинації. Вона може бути використана для розуміння соціального та економічного стилю життя дестинації. Зв'язок гастрономії та туризму сприяє збільшенню припливу туристів, сприяє подовженню перебування туристів, збільшує прибуток від туризму[2-3].

Гастрономічний туризм - це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні для приїжджкої людини страви або продукти.

Мода на гастрономічні тури активно розвивається в останні роки. Найбільшими любителями цієї розваги зарекомендували себе німці, англійці, американці і японці. гастрономічний туризм є синтезом екології, культури і виробництва. В Україні такий вид туризму поки тільки зароджується, і подібних турів в чистому вигляді ще немає, тому елементи гастрономічних турів включають в основні програми. В Україні поки ще немає продуманих гастрономічних маршрутів, число туристів, готових платити гроші за подібну подорож, дуже мало. Проте і у нас все більше людей усвідомлюють перспективність цього напрямку туристичного бізнесу. У перспективі в Україні головним чином розвиватиметься «зелений» гастротуризм.

Однак гастрономічний тур як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів

для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які не зустрічаються більше ніде в світі, які мають особливий смак [4].

Специфічні риси гастрономічного туризму [5]:

1. Умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму.

2. Гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур.

3. Кулінарний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі.

4. Просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів - є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Оскільки кулінарна спадщина є частиною туристського досвіду й сприяє перетворенню протистояння культур у їх діалог, можливо стверджувати, що гастрономічний туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму. Він знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими аспектами життя, які відображають взаємини людей у суспільстві, норми і форми поведінки, традиційні для даної нації. Аспект харчування в туризмі має виражений етногеографічний підхід, бо знайомить з явищами побутової культури, яка розвивається за певних географічних умов [6].

Тому одним з напрямків нової стратегії може стати розвиток гастрономічного туризму на Слобожанщині, яка багата своїми національними кулінарними традиціями.

Гастрономічний туризм дозволяє продемонструвати все багатство народних традицій, разом із місцевою кухнею туристи знайомляться із звичаями та традиційними способами виробництва, елементами фольклору. Також гастрономічний туризм дозволяє активно залучати гостей до майстер-класів від кращих рестораторів та народних кухарів, пропонувати курси національної кухні тощо [7].

Оскільки організація гастрономічного туризму є новою й відповідальною діяльністю на Харківщині, то кращим шляхом просування цього виду туризму стало би створення окремої асоціації підприємств, які б об'єдналися саме з цією метою, а глобальна завдання з розвитку гастрономічного туризму у Слобідському краї можливо було б вирішувати через участь даної асоціації в роботі Всеукраїнської ради громадських організацій «Ради з питань туризму та курортів» та «Туристичної палати України».

На Харківщині, яка є індустріально розвиненим регіоном України, знаходиться достатня кількість готельєрів, рестораторів та інших фахівців туристичної галузі, що розуміють потенціал цієї ринкової ніші та зацікавлені у просуванні Харківського регіону на новий ринок туристичних послуг.

Слабкою ланкою Харківщини в туристичному сенсі є невисокий розвиток міських інфраструктур, відсутність сучасних автобусів, стоянок, низький сервіс в міському транспорті. Серед питань, які необхідно було б вирішити в майбутньому – це забезпечення супроводу туристів та розширення мережі компаній із прокату автомобілів [7]. Проте ця туристична ніша може стати однією з найперспективніших у Слобідському краї.

По-перше, для гастрономічного туризму не існує сезонності. Гастрономічні фестивалі проводяться круглий рік, а для вір-туристів можливо розроблення спеціальних індивідуальних турів з врахуванням культурного й гастрономічного чинників. Такі тури, за даними Міжнародної Асоціації кулінарного туризму [8], користуються великою популярністю у туристів з розвинених європейських країн.

По-друге, поняття «слобідська кухня» є дуже широким, бо традиційними кухнями на Харківщині є українська і російська, татарська і єврейська, грузинська і вірменська кухні. Кожна з них може стати гастрономічним відкриттям та туристичним перлом.

По-третє, відвідання кращих ресторанів Харківщини, що представляють кухні країн світу, є професійно цікавим явищем для рестораторів і готельєрів України. Можливо також запропонувати підготовку офіціантів – «кулінарних екскурсіводів», які б не тільки змогли б запропонувати гостям закладу страви місцевої кухні, а й докладно представили б страви «слобідської кухні». Це активізувало би зусилля професіоналів у справі підвищення рівня культури харчування, якості та рівня вітчизняного сервісу, розповсюдженню новітніх тенденцій ресторанного сервісу.

Четверте, гастрономічний туризм дозволяє вплинути на розвиток виробництва екологічно чистих продуктів харчування місцевими виробниками. Екскурсійні тури на такі виробництва з наступними ярмарками-розпродажами виробленої продукції популярні та затребувані серед іноземних туристів. Вже сьогодні Харків пропонує відвідування міні-пивоварні ресторану «Старе місто» з дегустацією «живого» пива, чайної церемонії після відвідування фабрики «Мівіна», де обробляють чайну сировину та розфасовують її у пакетики тощо.

Пряте, можливо організувати гастрономічні тури для фахівців-рестораторів інших країн з вивчення національної кухні та кухонь слобідського краю від кращих майстрів-кухарів, запропонувати візити для вивчення приготування національних страв «20 видів борщу» або «10 способів приготування вареників», інше.

Залежно від цільової аудиторії потенційних споживачів гастрономічних турів можливо розподілити на:

гурманів, які подорожують з метою урізноманітнити свій час та поглибити знання про закордонні кухні та національні традиції;

професіоналів, що зацікавлені у отриманні професійних навичок з приготування страв та напоїв місцевої кухні, а саме кухарів, сомельє, рестораторів, барменів, дегустаторів;

культурологів, зацікавлених у вивченні чи поглибленні знань про культуру країни за допомогою національної кухні;

подорожуючих або представників фірм з метою визначення місцевої делікатесної продукції або екологічно чистих продуктів для бізнес-цілей, інших.

Тобто найчастіше гастрономічні тури – це короткострокові поїздки на вихідні для тих, хто бажає скласти базові враження про нову кухню або прийняти участь у гастрономічних фестивалях. Однак, безумовно, можлива організація триваліших турів, якщо мова йде про проходження професійного навчання й більш глибокого знайомства з регіональною кухнею.

Одним з кроків активізації розвитку гастрономічного туризму на Харківщині може стати створення спеціалізованих туристичних фірм, які б пропонували тури, де вдало поєднані торговельні й технологічні виробництва із залученням туристів під знаком смачної регіональної кухні, екологічно чистих продуктів тощо. Такі туристичні підприємства успішно функціонують за кордоном, спеціалізуючись на міжнародному кулінарному (гастрономічному) туризмі, наприклад «GourmetonTour» (USA), «TheInternationalkitchen» (UK), «GourmetGetaways» (Italy). Іншим кроком для стимулювання розвитку гастрономічного туризму на Харківщині може стати поширення знань про кулінарні шедеври Слобожанщини. Наприклад, випуск збірника рецептур страв слобожанської кухні, укладений фахівцями кафедри харчових технологій та готельно-ресторанного бізнесу ХТЕІ КНТЕУ.

Таким чином, необхідно зазначити, що Харківщина найкращим чином відповідає очікуванням цільової аудиторії гастрономічних турів. Причому, можлива організація як міських гастрономічних турів з відвідуванням підприємств, що виробляють делікатесні продукти

національним колоритом (дегустація сирів, кави, шоколаду, національних страв), так й сільських («зелених») турів, які пропонуються для бажаючих спробувати продукцію сільської місцевості (збір ягід, грибів, овочів або фруктів, страв місцевої кухні).

Основними факторами, що можуть вплинути на привабливість слобідського регіону, є високий рівень автентичності, різноманітність та змістовна наповненість, оригінальність місцевої кухні і регіональних харчових продуктів порівняно з кухнями інших регіонів, їх варіативність і дотримання традиційних рецептів, сформованість туристичної пропозиції та її популяризації.

Важливим напрямом зусиль у цьому напрямку також є маркетингова підтримка державної адміністрації Харківщини у просуванні місцевих виробників продуктів та напоїв у медіа-індустрії, а також у організації ознайомчих поїздок гастрономічними шляхами, участь у тематичних форумах та фестивалях для журналістів і туристичних агентів, а також розповсюдження рекламних матеріалів через мережу Інтернет.

Література

1. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції, 9 листопада 2012 року. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 265с.
2. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. – 320 с.
3. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебное пособие /Подобщ. ред.З.М.Горбылевой.- М.: Весна, 2008.- 320с.
4. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
5. Новиков В.С. Инновации в туризме. М., ИЦ «Академия», 2007, 208 с.
6. DeSoucey M. Gastronationalization: Food Tradition and Authenticity politics in European Union // American Sociology Review. – 2013. – Vol. 75,#3. - P. 432-455.
7. Свиридова Н.Д. Развитие кулинарного туризма в регионе как объект государственного управления/ Н.Д. Свиридова // Актуальные проблемы экономики. – 2009. -№2(44). – С.18-21.
8. Кулинарный туризм стае популярним у світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism-review.ru/culinary-tourism-growing-rapidly-around-the-world-new3184>.

Тимрієнко А.В.,
викладач, магістр з туризмознавства
Вінницький торговельно – економічний коледж КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Ключові слова: туризм, туристичний сектор економіки, зайнятість населення, державна політика, державне регулювання.

Постановка проблеми. Сьогодні туризм виступає однією з високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах глобалізації безперервно та динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних проблем. У цілому, міжнародний туризм впливає на темпи економічного зростання, поліпшення показників торгового балансу, зменшення безробіття та стабільність валютного курсу в державі [6].

За оцінками Світової ради туризму та подорожей (World Travel and Tourism council), непрямий дохід туристичної галузі у 2012 р. становив 3 трлн дол., а опосередкований дохід становив 22,8 трлн дол. [3]. За даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization UNWTO), у 2013 р. частка туризму в світовому ВВП становила 9,3% (6630,4 млрд дол.), у світовому експорті послуг – близько 30% та 6% від обсягів світової торгівлі. Кількість же працюючих у цій галузі перевищила 260 млн осіб, а кількість туристів 1 млрд осіб (у 2013 р. послугами туристичної галузі скористалося 1035 млн осіб, у 2014 р. – 1087 млн осіб) [2; 3]. Таким чином, туризм у сучасній світовій системі господарювання займає провідні позиції та виступає невід’ємною складовою розвитку світового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікаційм. Основою теоретичного дослідження індустрії туризму як галузі регіональної економіки є праці вітчизняних та російських науковців, зокрема, Н. Баранського, А. Гранберга, С. Кузнецова, І. Сігова, Г. Мкртчяна та інших. Теоретичні положення та прикладні питання розвитку та управління індустрією туризму відбито в працях І. Волошина, Г. Долматова, О. Долматова, Д. Ісмаєва, А. Каурової, Д. Козлова, Т. Розанової, А. Чудновського та інших, а також в працях іноземних дослідників: С. Брігса, А. Булла, П. Джонсона, С. Маркідакіса, Ч. Робінсона та інших.

Метою дослідження є аналіз стану світового туризму та місця України на світовому ринку туристичних послуг, а також визначення

основних проблем і перешкод у сфері туристичного бізнесу та напрямків його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження .На сучасному етапі розвитку світової економіки туризм в різних його формах відіграє все більш значну роль, у багатьох країнах ця галузь досить швидко розвивається та стає могутнім важелем розвитку. Слід зауважити, що туристична діяльність є міжгалузеву сферою економіки, яка охоплює не тільки засоби розміщення, але й транспорт, зв'язок, індустрію харчування, розваг і багато іншого, ця сфера впливає на кожен континент, державу чи місто. Значення туризму для економік різних країн пов'язане, перш за все, з тими перевагами, які він дає за умови успішного розвитку. Ідеться про зростання робочих місць у готелях та інших засобах розміщення, у ресторанах та інших підприємствах індустрії харчування, на транспорті і в суміжних обслуговуючих галузях. Іншою важливою перевагою є мультиплікативний ефект від туризму, тобто його вплив на розвиток суміжних галузей економіки. Крім цього, варто згадати про зростання податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів. Також туризм справляє економічний вплив на місцеву економіку, стимулюючи експорт місцевих продуктів.

Отже, туристичну діяльність слід розглядати як найважливішу галузь економіки. Однак сьогодні можна констатувати той факт, що в Україні сфера туризму ще не отримала належного розвитку. Так, на частку України разом із іншими країнами СНД припадає лише 2% світового туристичного потоку [8].

Актуальність теми дослідження зумовлює чимала кількість проблем у цій галузі, зокрема відсутність відповідних законодавчих заходів, сприятливої податкової політики та інвестиційного клімату для інтенсивного розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в регіонах, належного розвитку туристичної інфраструктури, некомерційного просування областей України як туристичного напрямку на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках, а також відсутністю створення умов для підвищення туристичної активності населення.

Туристична діяльність увійшла в ХХІ ст. як сектор економіки, що стабільно розвивається та серйозно впливає на соціально-економічний розвиток багатьох країн світу. Сьогодні для 38% країн світу туризм – головне джерело доходу, а для 83% – одне з п'яти основних джерел доходу. Особливих успіхів світовий туризм досяг за останні 30 років, коли кількість міжнародних туристів зросла в чотири рази, а валютні доходи збільшилися в 25 разів. На цю сферу припадає понад 10% світового валового національного продукту, понад 6% світових

інвестицій, кожне 10-те робоче місце, 12% світових споживчих витрат [2]. Обсяг міжнародного туристичного потоку з кожним роком стабільно зростає навіть за проблем, що постійно виникають в економічній, політичній, екологічній, енергетичних сферах, а також інших криз. Якщо проаналізувати дані щодо темпів розвитку світового туризму за останні 50 років, то можна побачити колосальне зростання кількісних і вартісних його показників. За оцінками експертів Світової організації туризму [3], у найближчі роки туристичні ринки розвинених індустріальних країн стабільно зростатимуть внаслідок збільшення доступності туризму для ширших верств суспільства і зростання частоти туристичних поїздок.

Для нових туристичних ринків та ринків, що розвиваються, характерні тенденції збереження динамічного зростання та відповідного збільшення бюджетних доходів у найближче десятиліття. Очікується поступове зміщення акцентів у розвитку туризму від традиційних ринків Західної Європи, США, Японії і Канади до альтернативних ринків, таких як Центральна і Східна Європа, включаючи Росію, Китай, Південна Корея, Мексика, а також деякі країни Близького Сходу (табл. 1)

Таблиця 1

Прогноз розподілення об'ємів в'їзного туризму за регіонами світу (міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб) [3; 4]

Регіони світу	Прибуття					Прогнози
	1985р.	1990р.	1995р.	2000р.	2010р.	2020 р.
Африка	9,7	15,0	20,2	27,4	47,0	77,3
Америка(Південна та Північна)	64,3	92,8	108,9	130,2	190,4	282,3
Східна Азія	31,1	54,6	81,4	92,9	195,2	397,2
Європа	212,0	282,7	338,4	393,4	527,3	717,0
Близький Схід	7,5	9,0	12,4	18,3	35,9	68,5
Всього	327,1	457,2	565,4	667,7	1006,4	1561,1

Отже, майже всі регіони світу останніми роками демонструють швидке зростання обсягів туристичного потоку. Слід відзначити Азіатсько-Тихоокеанський регіон, де кількість мандрівників у 2010 р. стала на 255% більшою, ніж у 2000 р. Цей успіх можна пояснити

активними рекламними кампаніями держав регіону, а також підтриманням ціна «кризовому» рівні. Значну зацікавленість до поїздок в країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону виявляють жителі Європи й Америки [3]. Загострення останніми роками арабо-ізраїльського конфлікту завадило країнам Близького Сходу домогтися значних результатів. Однак паломницький туризм протягом 2000–2010 рр. був найбільш популярний в Ізраїлі, Йорданії і Єгипті. Політична стабільність і активне просування туристичних продуктів дозволило Єгипту та Туреччині й далі утримувати лідерство серед найпопулярніших регіонів Близького Сходу в росіян та українців. З кожним роком збільшує туристичний потік до ОАЕ, передусім до Дубаю, що зумів досягти відмінних результатів у літній сезон, який раніше вважали традиційно низьким [3].

Американський континент, зокрема США і країни Карибського басейну, також продемонстрували значні темпи зростання числа туристичних прибуттів. У 2008 р. США відвідало на 15% туристів більше, ніж у 2007 р. Особливо зросла кількість відвідувачів із найважливіших для США заокеанських ринків [5].

Африканський континент показав за останні роки найскромніші результати, однак у таких країнах, як Марокко, Туніс і Маврикій туристична галузь динамічно розвивається далі. Значних результатів за період 2000–2010 рр. досягли держави Східної і Центральної Європи, у першу чергу Хорватія, Словенія, Угорщина, Чорногорія, ставши оздоровчими курортами. Лідерами Європи з туризму залишаються Франція, Іспанія, Великобританія та Італія, яка зробила величезний ривок завдяки паломницькому туризму.

Як уже зазначено, у всьому сучасному світі туризм тлумачать як соціально-економічне явище, що має прямий та опосередкований вплив на розвиток всієї пов'язаної з ним інфраструктури. Однак в Україні, що володіє колосальними туристичними ресурсами, туризм ще не досяг рівня розвитку, адекватного своїм потенційним можливостям.

Туристичні об'єкти залишаються незатребуваними через нерозвиненість інфраструктури туристичних послуг, недосконаlostі механізмів державного регулювання на різних рівнях влади, відсутність мотивації для приватних інвестицій у туристичні ринки та ефективних методів економічного аналізу туристичного комплексу регіонів. За даними Світової організації туризму (UNWTO) [7], у 2009 р.

Україна належала до десятки лідерів міжнародного туризму за кількістю відвідувань і посідала сьоме місце. Останніми роками кількість відвідувань значно скоротилася, й в 2011 р. країна посіла 16-те місце. У 2006 р. кількість відвідувань становила 18,9 млн іноземних громадян, у 2008 р. 25,4 млн громадян, а в 2010 р. – 19,8 млн громадян, насамперед це громадяни з Росії та Східної Європи, а також Західної Європи та США. Структура в'їзного потоку за країною походження в 2010 р. виглядала так: країни СНД – 11,9 млн осіб (63% загального в'їзного потоку), країни ЄС – 6,3 млн осіб (33%), решта країн – 1,6 млн осіб (4%).

Низькі показники туристичної активності України на світовому ринку, а особливо чотириразове перевищення імпорту туристичних послуг над експортом свідчать про недостатню конкурентоспроможність вітчизняної індустрії туризму. Це можна пояснити трьома головними факторами: по-перше, недостатньою ефективністю реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг; по-друге, потужним впливом розвинених глобальних корпорацій, які контролюють світовий ринок туристичних послуг, а саме: Carison Companies, American Express, Preussag, Airtours, Assor – і низки інших; по-третє, відсутністю явища масовості туризму в Україну через низьку платоспроможність основної маси населення [8].

Туризм як складова сфери послуг має свою специфіку, типологію та функції, які дозволяють визначити його як автономну сферу господарювання. Специфіка туристичної послуги полягає в характеристиках, що відрізняють її від інших послуг. Крім відомих властивостей невідчутності, невідвільності від джерела, непостійності якості, на думку автора, можна виділити такі властивості послуги туризму, як комплексність, ефект накопичення та складність нормування, що можуть перетинатися в різній площині їх виробництва й реалізації. Туристична послуга має територіальний характер, що на нього впливає як специфіка задоволення потреб у туризмі (відпочинок, подорожі, цільові поїздки), так і особливість формування попиту й пропозиції на туристичний продукт в країні. Отже, ринок туристичних послуг має двоєдину природу. Як комерційне явище, він:

- 1) має соціально-орієнтований характер;
- 2) спрямований на задоволення і розвиток суспільних потреб;
- 3) впливає на процес соціалізації особистості;
- 4) виступає інструментом перерозподілу національного доходу всередині регіону і країни в цілому.

Незважаючи на значний вплив інших галузей, розвиток туризму залежить від забезпечення ефективних організаційно-економічних умов, яких досягають вирішуючи завдання державної політики у сфері регулювання туризму

Варто звернути увагу, що важливою часткою туристичної галузі є її історико-культурний потенціал [2, 3]. Україна використовує лише одну третину свого туристичного потенціалу, а враховуючи дані Світового економічного форуму, у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу займає лише 78-е місце. Тому саме ця сфера залишає великі можливості для пошуків та активної діяльності [2]. Україна на високому рівні забезпечена природними та історико-культурними ресурсами, чим здатна привернути увагу туристів. Приблизно 15% території нашої держави становлять курортні та рекреаційні території. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тисяч пам'яток. Це пам'ятки археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні. У нашій державі функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 з них мають статус національних. В Україні налічується 1230 закладів готельного господарства, які щороку обслуговують близько 4 млн. людей (17,5% із них – іноземці). 3,3 тисячі санаторно-курортних і оздоровчих закладів загальною місткістю близько 481 тисячі ліжок щороку приймають майже 3,2 млн. відпочивальників (14% – іноземці). Наукове, методичне й кадрове забезпечення у сфері туризму та курортів здійснюють понад 130 вищих навчальних закладів, 4 науково-дослідні інститути Міністерства охорони здоров'я України та Науковий центр розвитку туризму Міністерства культури і туризму України [4]. Понад 200 тис. осіб на постійній основі і близько 1 млн. осіб сезонно зайнято для праці в туристичній сфері, що дозволяє відмітити очевидну потребу збільшення робочих місць у цій галузі. Загалом надходження до бюджету України від галузі туризму при правильному функціонуванні може скласти щонайменше 10 млрд. доларів [3]. Але слід відмітити основні чинники, що відображають проблеми України в сфері туризму:

- зниження ролі та значення туризму для соціально-економічного розвитку України через неякісну інфраструктуру та низьку якість туристичних послуг відносно світових курортів;
- нераціональне формування та використання унікальних природних та історико-культурних ресурсів;

- неефективне здійснення систем захисту та безпеки туристів ;
- відсутність інвестиційного забезпечення умов діяльності об'єктів туризму та підтримки розвитку туристичних фірм та пріоритетних видів туризму;
- недоступність туризму для малозабезпечених верств населення, дітей, молоді, осіб похилого віку та з особливими потребами;
- поверхневий підхід до розробки та реалізації державної та місцевих програм розвитку туризму;
- недосконалість організаційно-правових та економічних, в тому числі фінансових механізмів реалізації державної політики у сфері туризму
- відсутність комплексної системи ефективного управління туристичними ресурсами;
- недостатнє нормативне, методичне та інформаційне забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування, громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму і діяльності курортів;
- недостатнім за кількісними, якісними параметрами та за структурою і рівнем наукового, методичного та кадрового забезпечення, зокрема у сфері управління на державному та місцевих рівнях.

Велика кількість українців не може точно визначити що саме приваблює туристів в їхньому регіоні, що свідчить про необізнаність у цій сфері не лише туристів з-за кордону, а й пересічних українців. Щоб виправити дану ситуацію потрібно створювати певні проекти, які б допомагали українцям ознайомлюватись з пам'ятками і робити їх доступними. Можливо створювати певні путівники, відеоролики на сайтах туристичних об'єктів, в яких можна було б дізнатися не лише маршрути до історичних та цікавих місць та надбань нашої держави, а й прочитати інформацію про ці місця. Для масового глядача можна зняти рекламні ролики про різні куточки України. Це дозволить Україні створити позитивний імідж. Також покращення структури управління розвитком туризму позитивно відобразиться на туристичній сфері. Прискорити розвиток туризму в Україні дозволять:

- розробка нових туристичних маршрутів з урахуванням усіх аспектів для комфортного та цікавого відпочинку;
- випуск рекламно-інформаційної продукції, яка розповість про можливості відпочинку в Україні;
- відкриття центрів спортивного туризму на базі інфраструктур різних видів туризму;

- модернізація та розширення туристично-рекреаційних зон;
- використання нових видів туризму

Оцінюючи поточну організацію рекреаційного господарства України, можна стверджувати, що на світовому ринку туристичних послуг вона є незадовільною та неконкурентоспроможною. Так, основний матеріально-технічний комплекс є застарілим, 70% його інфраструктури потребує реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, індустрія розваг фактично не розвинена та не організована, пам'ятки культури та історії занедбані, низку проблем екологічного, соціального та економічного характеру не вирішено [11]. На сучасному стані туризму в Україні все ще позначається радянська практика організації туристичної галузі, спрямована на задоволення внутрішнього попиту та орієнтована на лікувально-реабілітаційну діяльність. Така спеціалізація сформувала інфраструктуру лікувальних закладів переважно фізіотерапевтичного спрямування, що є недоцільним у курортних зонах та не сприяє розвитку сфери відпочинку та розваг. Ще однією проблемою української туристичної сфери виступає неефективне просування туристичних продуктів на світовому ринку та обмеженість відповідної інформації. Про це свідчить структура в'їзних туристичних потоків в Україну. Зокрема, у 2013 р. 90,7% іноземних туристів прибули з найближчих країн (Росії, Молдови, Білорусії, Польщі, Румунії, Угорщини, Словаччини), які традиційно приїждять в Україну з метою відпочинку чи відвідування знайомих і родичів, на всі інші туристичні напрями припадало лише 9,3% туристичних потоків. При цьому 73% всіх прибулих туристів відвідало Україну з приватною метою, туристичне спрямування відвідування мали на меті лише 4,1% туристів [8]. У сучасних умовах господарювання на розвиток туризму в Україні негативно впливає також напружена політична ситуація. На наш погляд, анексія Криму та події на Сході та Півдні України вже сьогодні вплинули на зниження розмірів в'їзних і внутрішніх туристичних потоків та на збільшення обсягів виїзного туризму. Адже частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку біля моря, змушена їхати за кордон або відмовитися від такого виду відпочинку.

Висновки. Таким чином, незважаючи на значний потенціал, туристична галузь України має цілий ряд проблем, нагальне вирішення яких покращить перспективи її розвитку вже найближчим часом. Аналізуючи перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, насамперед необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це сфера

економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично усі галузі. Саме це і повинно стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни, стимулювати важливі галузі економіки, сприяти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені.

Стратегічною метою розвитку туристичної галузі в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій і їхніх соціально-економічних інтересів за збереження екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, повинна бути синхронізована із загальними темпами становлення ринкових механізмів і узгоджена з політикою структурних реформ в економіці, враховувати накопичений досвід розвитку туризму в світі, що створює сприятливі умови для опрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази з питань туризму. Разом з тим, необхідно мінімізувати основні перепони, що перешкоджають розвитку туристичної галузі в Україні, а саме: чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру, а також підвищити рівень сервісу та створити відповідну інфраструктуру відпочинку і розваг.

Тільки виконання дій у комплексі щодо перспектив розвитку туристичної галузі в Україні сприятиме зростанню кількості іноземних туристів, а також збільшенню обсягів внутрішнього туризму.

Література

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України про туризм. – Від 01.2004 р., № 324/95-ВР // Урядовий портал. – 11 вересня. – 2004 р.
2. Указ Президента України «Про підтримку розвитку туризму в Україні». – Від 2.03.2001 р., № 127-2001 // Статистичний щорічник України. – 2010 р.
3. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В.А. Квартальнов. – М. : Изд-во «Финансы и статистика». – 1999 г.
4. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш. – К. : Центр навч. літ-ри. – 2003. – 348 с.

5. Охріменко А.Г. Проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу в рамках Європейської інтеграції України / А.Г. Охріменко, І.Я. Антоненко // *Фондовий ринок*. – 2010. – № 16. – С. 28-32.
6. Подорожний Г. Шляхом чи стежиною піде український туризм після ухвалення нового закону про нього / Г. Подорожний // *Дзеркало тижня*. – 24 січня. – 2009. – № 3.
7. Туризм у 21 столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості. – К. : Вид-во КУ- ТЕП. – 2012. – 235 с.
8. Цибух В. Туризм в Україні / В. Цибух // *Економіст*. – 2000. – № 6. – С. 34–35.
9. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібн. / І.М. Школа та ін. – Чернівці : Вид-во «Буковина», 2003. – 662 с.
10. Підведення підсумків розвитку туристичної галузі. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.day.kiev.ua>
11. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні за 2010 рік. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.tourism.gov.ua>
12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>

ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

Dr. Éva SANDOR-KRISZT,
former rector
of the Budapest Business School
Honorary Doctor of KNUTE

THE VALUE OF EDUCATION IN THE GLOBAL ECONOMIC SPACE: A CASE OF HUNGARY

Introduction

As globalisation and technology continue to re-shape the needs of labour markets worldwide, the demand for individuals with a broader knowledge base and more specialised skills continues to rise. In the 21st century, the responsibility of education in knowledge transfer and in preparing students to be able to live up to the challenges of working in a global environment is huge. Students need to be equipped with specialised global skills such as

language skills (English as lingua franca) – the most important means of communication (GLOBISH);

- intercultural skills (intercultural sensitivity) – especially important so as to be able to understand and appreciate the different cultures they come in contact with;

- IT – skills – to handle digital technologies, and use the internet;

- «statistical skills» – to read and interpret data and information.

Education is one of the biggest and most important sub-systems of our social system as a whole, and the value created by education is one of the cornerstones of an innovative and developing society. This paper aims to discuss how this function of value creation evolved in higher education, more specifically the role universities had and have in becoming centres of knowledge and innovation.

1. The role and responsibility of education

Through the centuries universities were considered the towers of knowledge, consequently, research and innovation as proofs of their excellence were always of importance.

European universities have been engaged in knowledge dissemination and research from the early 11th century. One of the earliest was the University of Bologna, established in 1088, to be followed by the University of Oxford in 1096. Salamanca in Spain founded its university in 1134 and Paris was not far behind with Sorbonne University in 1170. Soon universities were established in Padua and other Italian cities, also in Prague and Krakow, then in Vienna and Heidelberg. These universities were the knowledge centres of their time. They also operated as international institutions since, for instance, the University of Padua had 22 foreign students when it first opened its gates.

In keeping with the European trend, Pope Urban V consented to the establishment of a university in Pecs, Hungary in 1367.

Examining the history of higher education outside Europe, we find that the first universities in China, the Nanjing and the Hunan Universities were established in 258 and in 976 respectively. The University of Al- Karaouine in Fez, Morocco was founded in 859 and the renowned Al-Azhar University of Kairo in 970. All of these institutions were established before any university in Europe. Since then the number of institutions of higher education has been steadily increasing; today there are more than 18,000 universities in 180 countries of the world.

Whether the number of institutions of higher education is high or low in a particular country is a much debated issue. We think it is not worth arguing about this because all institutions may have a different mission, which can influence what their role is in the implementation of a higher education strategy.

There are major trends which institutions are required to observe. Such trends are outlined in international declarations, like the Magna Charta Universitatum (1988), the Sorbonne Declaration (1998) and the Bologna Declaration (1999). These declarations outline the joint values and aims which traditionally link the knowledge centres of the continent. They also list the values, which they want to maintain and to develop further.

2. The transformation of Hungarian higher education

Hungary together with 28 other countries signed the Bologna Declaration¹ on 19 June 1999, thus joining the European Higher Education Area (EHEA). Then in 2006, the Hungarian education system transitioned to

¹ Bolognai Nyilatkozat (1999) www.edupress.hu/dokumentumok/Bolognai_nyilatkozat

multi-cycle programmes. Before the changes induced by the Bologna process, Hungarian higher education offered 3–4-year college and 5–6-year university programmes. As a result of the Bologna process, Hungarian higher education adopted the three-cycle system of BA/BSc, MA/MSc and PhD programmes. The former system of higher education was retained only in the case of some programmes, such as law, medicine, dentistry, veterinary, pharmacy and architecture. As a result of the changes, the 400 programmes that had been offered until then were cut down to 108.

In the past decades, the financing of higher education has also changed significantly. Without going into minute details, we would like to point out the most important element of the financing, which for state-owned institutions means that they have to find their own sources from which they can supplement the funds provided by the state. Apart from the state-owned institutions, there are 25 institutions of higher education owned by the church and 12 by various foundations.

Figure 1. Distribution of Hungarian institutions of higher education on the basis of ownership and location

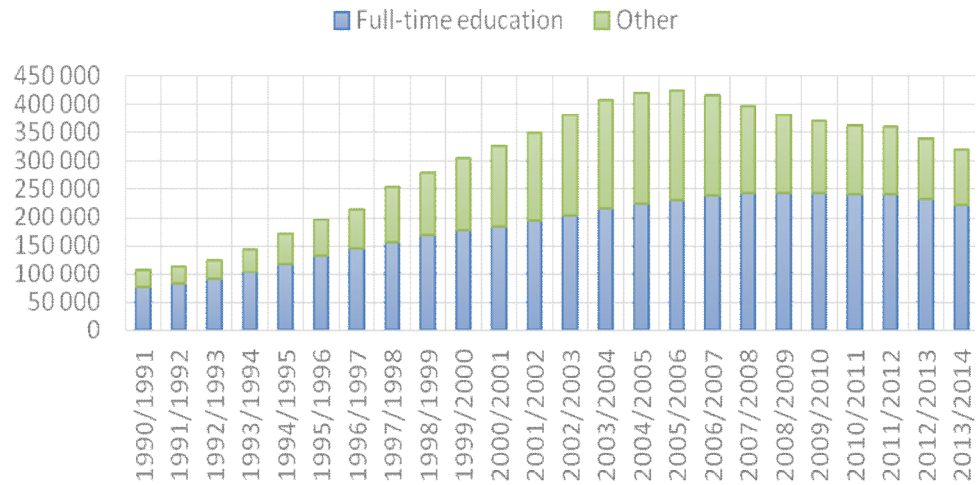
66 Institutions											
State-owned 29				Church and private institutions 37 (8 universities, 29 colleges)							
				Church owned 25				Private 12			
Universities		Colleges		Universities		Colleges		Universities		Colleges	
26		3		5		20		3		9	
Buda pest	Other location	Budapes t	Other location	Budapes t	Other location	Budapes t	Other location	Buda pest	Other location	Budapes t	Other location
13	13	2	1	4	1	8	12	3	0	5	4

Source: 2011, CCIV. law on higher education, Appendix 1.

The student numbers in higher education support the view that it is one of the biggest sub-systems of society. How has the number of participants changed in the past 25 years?

Due to the expansion of higher education in the last two decades, the number of enrolled students and the capacity of the institutions have increased considerably. From 1990 to 2010, the student population in higher education quadrupled.

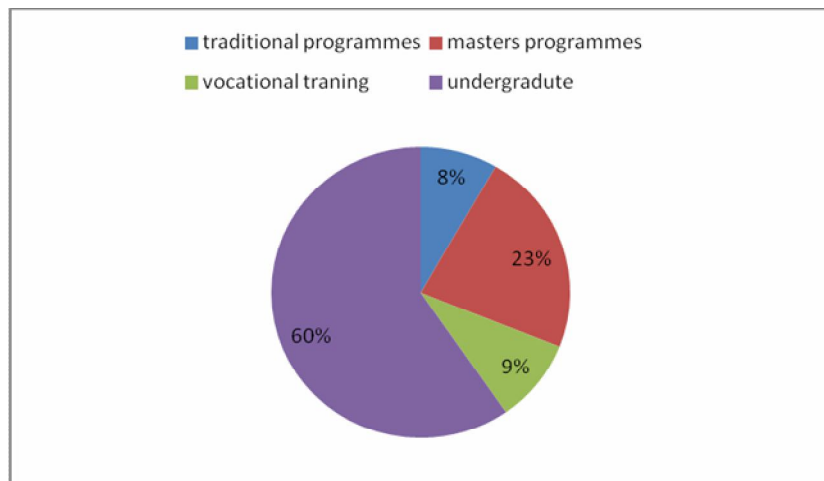
Figure 2. Student numbers in higher education from 1990 to 2014



The number of students in 2015 was 295,316 and the number of the academic and research staff was 26,178.

Looking at the student numbers in the various cycles, including the vocational training programmes, we can see that the students on undergraduate programmes accounted for 60% of the total number of students in 2015.

Figure 3. The ratio of students in the various cycles in 2015



Source: Felvi.hu 2015

3. Is it worth investing in higher education?

Investing in knowledge is important both from the point of view of the individual and that of society. The Hungarian European Business Council (HEBC), the members of which are the top managers of the 13 multinational companies in Hungary, in its annual report in 2015 declared that the country's competitiveness would be best served if there were a significant move towards creating high added value and if the basis for creating new jobs was innovation and research and development. It is expected that as a result of the changes in industry, more specifically due to automatization and the intelligent production processes, work requirements will change, especially as regards their content. In future, workers will be in charge of controlling machines and supervising production processes instead of manual labour. The number of jobs will not decrease in the economy as a whole, but these jobs will require different skills and a higher level of knowledge. The precondition of these changes is that higher education be more prepared and equip students with knowledge that is required by the changed work processes. Our aim is to create a welfare state which shall redistribute the results of the higher added value, giving more to the individual, thereby creating more consumer power and improving the quality of life. «We should aim to create favourable conditions for the young generations to consider Hungary as an attractive alternative when planning their future. Education plays an important role in achieving that»¹

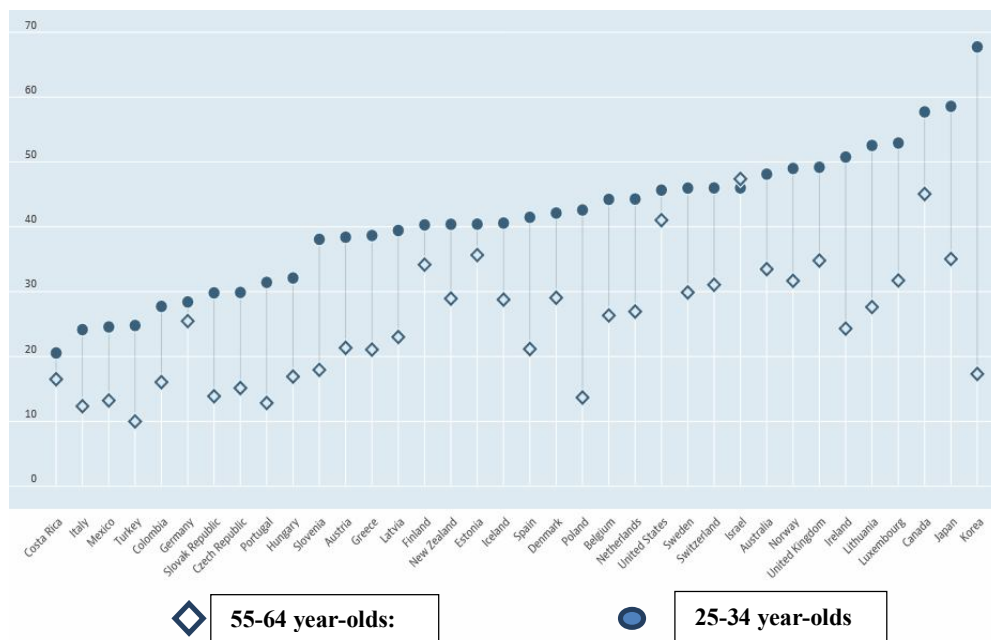
It is worth to study in Hungary because compared to other OECD countries the 'salary top-up given to university graduates is the highest here. This means that a university graduate gets +107%² higher salary than someone with secondary school qualifications. The OECD average is +57%.

As regards the number of university graduates, we can find significant differences in terms of age groups. The proportion of university graduates is much higher among the younger age groups: 32.1% among the 25-34-year group and 16.9% among the 55-64 year olds. The biggest difference, 50.5%, between the two age groups can be seen in Korea.

¹ Faragó, A. in HEBC FOR A STRONGER HUNGARY IN A STRONGER EUROPE, The Annual Report of HEBC 2015, p.14.

² Education at a Glance, OECD Indicators 2013 [https://www.oecd.org/edu/eag/2013%20\(eng\)--FINAL%2020%20June%202013.pdf](https://www.oecd.org/edu/eag/2013%20(eng)--FINAL%2020%20June%202013.pdf)

Figure 4. Population with tertiary education in 2014¹



3.1 A quick return on investment: case of Budapest Business School (BBS)

Employment figures support the view that knowledge is worth the investment because the higher the qualification the better the job prospects. Although fee-paying education means a considerable financial burden for families, a good undergraduate degree from the right institution will increase job prospects. According to the Hungarian Statistical Office, in companies employing more than five people, the average net pay for a person without a university degree is 97,000 HUF² per month, while with a degree from a good institution of higher education, such as BBS, the average net monthly income for a fresh graduate is 180,000 HUF. It is also easier to find employment with a university degree than without.³

It is also much easier for a university student to find work while studying. The results of the Alumni Survey Report (DPR) carried out among

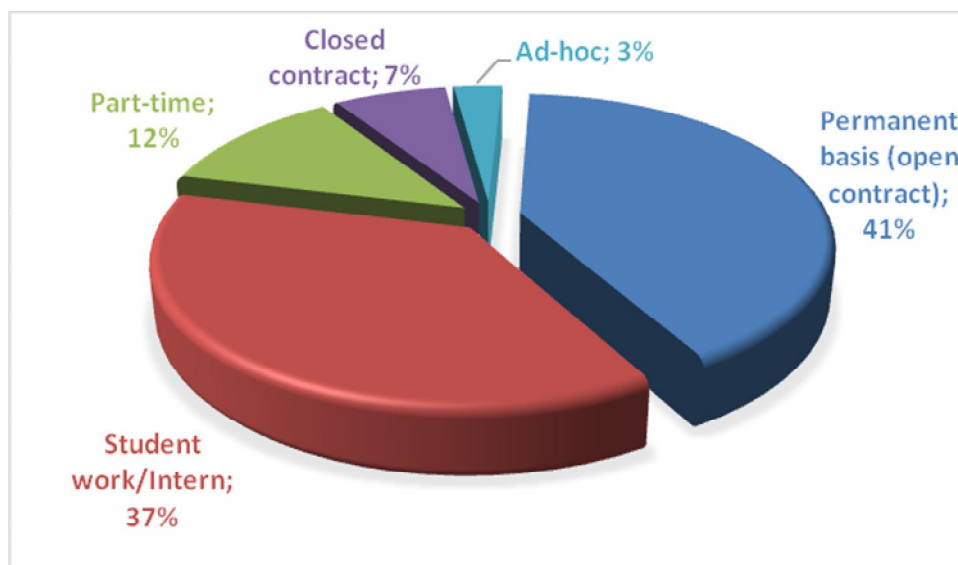
¹ OECD iLibrary.

² 1€ = 309.63 HUF, 1 UAH = 10.67 HUF; 19.09.2016.

³ Survey of undergraduate students at Budapest Business School (2013–2014).

students who graduated from Budapest Business School¹ show that 49% of the undergraduate students work during their studies, what is more, 73% of them hold down jobs related to their field of study. Forty-one per cent say they work on a regular basis under an open contract, while 37% say they work as interns or as student workers. The number working on a part-time basis is 12%, while 7% work under a closed contract and 3% on an ad-hoc basis (see Figure 5).

Figure 5. Student employment types



With regard to the extent to which the work done relates to the students' field of study, 14% say they work in an area that is linked to their studies exclusively, while 59% say their work is related to the chosen specialisation and to fields related to this specialisation. Only 16% say their work is not linked to their studies, while 12% say their work could be linked to any area of specialisation.

Although only 14% of the students have international work experience, 49% say they plan to work abroad after graduation. Of the students surveyed, 17% say they are not planning to work abroad, while 34% have not yet made up their minds.

¹ The survey was carried out in Academic Year 2013/2014 in the spring semester. The questionnaire was filled in by 438 undergraduate students.

What students appreciate in their studies at Budapest Business School is the practice oriented training, the international experience at home and abroad, the professional experience gained during their internship, and the higher than average starting pay. They are of the opinion that the degree is well thought of by employers and it is possible to find employment within two months after graduation.

An interesting question in the survey was one that asked students to comment on how it is possible to maintain and increase student satisfaction in practice-oriented institutions. What transpired from the answers was that students unanimously agreed that instead of focusing on what to teach, the teaching of skills and competences should be given priority.

It is their experience that the challenges of the 21st century require all employees to possess the necessary competencies that will enable them to become successful in today's globalised economy.

The employers point out that theoretical knowledge alone is not enough for employees to solve the increasingly complex tasks. The challenges of the 21st century require new recruits to have international experience and be capable of managing in any part of the world. The most important competences required by employers are language skills, primarily knowledge of English. Proof of language skills is not based on a certificate, but on the ability to communicate appropriately in a foreign language in an unfamiliar situation.

As a result of globalisation, the need for new recruits to be interculturally competent has also come to the fore. Multinational companies specifically emphasise this requirement.

IT skills are necessary too. The Y and Z generations are digital natives, but knowledge of the digital technologies and the use of the internet is today a must for all members of society.

The report found that the main reason students study for an undergraduate and a master's degree is because with such degrees it is possible to earn more, they ensure intellectual and professional development, as well as promotion to top managerial positions. The degree is also seen as an insurance against unemployment.

To facilitate tertiary studies, the government introduced the first stage of the student loan scheme in 2001. This was Diákhitel I. It was not a condition that this loan be spent only on tuition fees, so students could take on these loans whenever they needed an amount of money, and the interest rate on these loans was extremely favourable. When in 2012 the state decided to reduce the amount of money allocated to student grants, it seemed that many

students would not be able to come into tertiary education. Parallel to these grant cutbacks the second stage of the student loan scheme (Diákhitel II) was introduced. This loan could only be spent on financing studies, i.e. on tuition fees. The interest on the loan was still low, so as to encourage students to take advantage of it. In light of the economic developments in the country which was still trying to recover from the economic crisis of 2007-2008, not many families were willing to take on this loan for fear of not being able to start repayments.

Besides the schemes such as the Republic and the Bursa Hungarica Scholarships that were put in place to help talented students whose families could not afford to finance their studies, students can apply for a welfare grant. To encourage students to excel in their studies, Budapest Business School awards the Safe Future Scholarship, which covers all or part of their tuition fee.

Since the scholarships mentioned above are not available to each and every student, the Business School asked its students to prepare an information booklet to be distributed to all potential applicants on how long it would take to repay the (Diákhitel II) loan. The conditions used in the calculations were as follows:

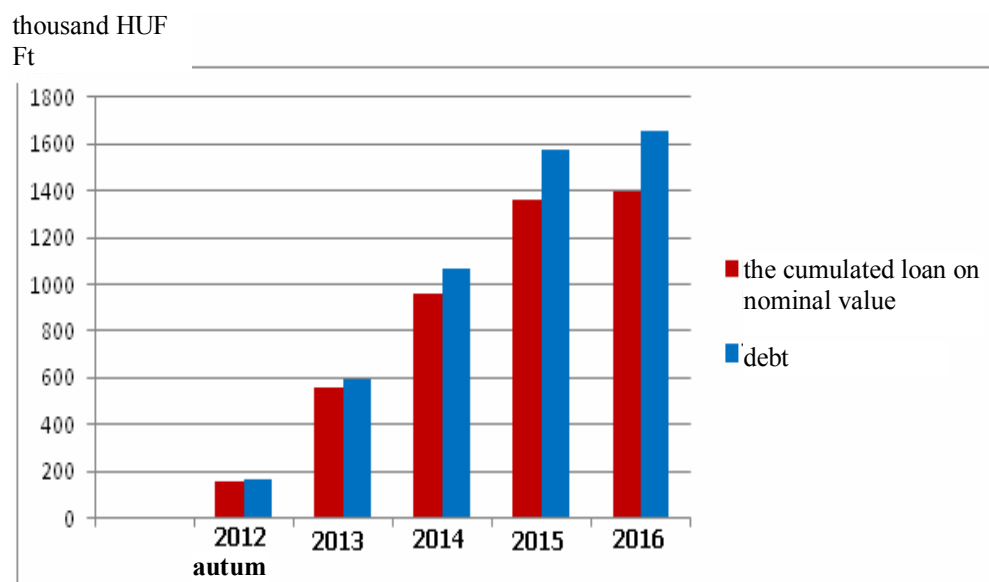
- the average tuition fee per semester: 220,000 HUF;
- programme length: 7 semesters;
- while BBS students are studying those who chose not to study further in tertiary education but go into employment earn, according to the Hungarian Statistical Office, 97,000 HUF per month (the figure refers to companies that have more than 5 employees);
- the average net pay per month of a Business School graduate is 180,000 HUF.

According to the calculations, students who receive a state grant will be 27 by the time the money invested in their studies is disbursed (at an interest rate of 5%). If there are students who take longer to graduate, e.g. 9 semesters instead of 7, and start work at the age of 23, their investment will be disbursed by the time they are 30.

In the case of fee paying students, the amount invested will be disbursed by the age of 30, and if students study for 9 semesters instead of 7, they will be 33 by the time the invested amount is disbursed.

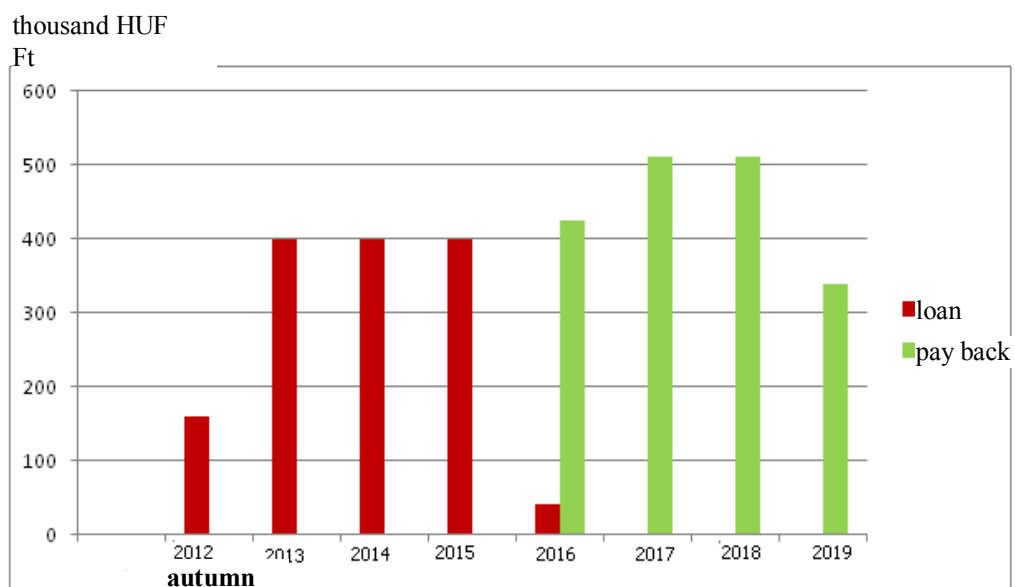
If students take a loan of 40,000 HUF per month for 7 semesters, the financial balance will be as shown in the bar graph below (the interest rate on the 40,000 HUF loan is 8%).

Figure 6. Student loan pay back 1.



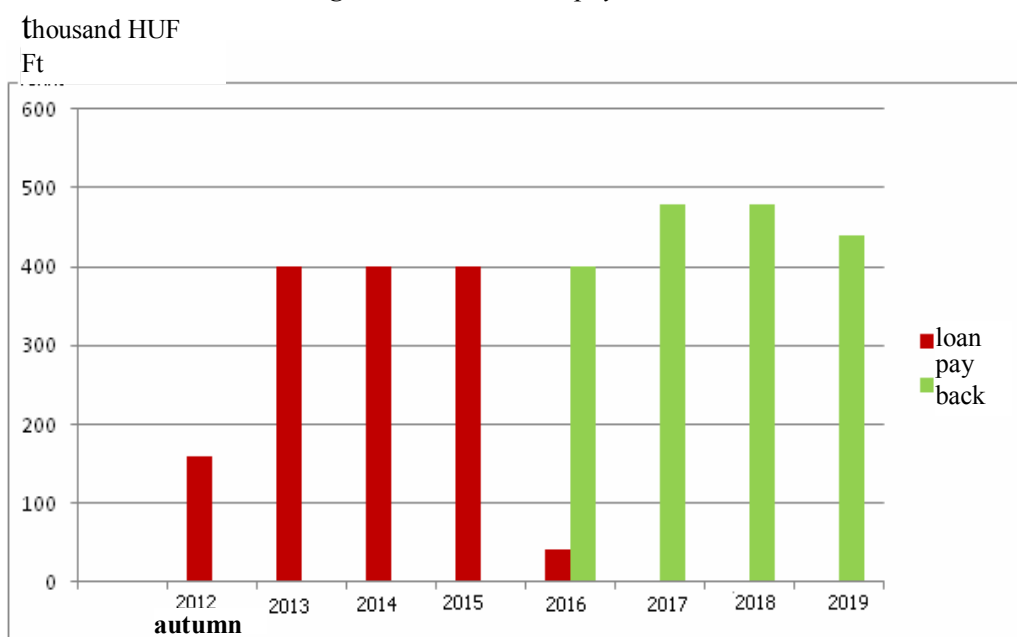
If the loan is paid back within three and a half years, the balance will be as shown in the bar graph below.

Figure 7. Student loan pay back 2.



If students decide to repay the loan by 40,000 HUF monthly instalments, their financial obligations will be as shown in the graph below.

Figure 8. Student loan pay back 3.



The student loan scheme is flexible, and it is up to the students to decide the amount of the instalments of the repayment. If 40,000 HUF per month is paid out of a 160,000-180,000 HUF per month salary, i.e. 22–25% of the monthly salary, the loan can be repaid in less than four years.

Conclusion

Globalisation which has now become an integral part of our economy and society provides numerous opportunities. The value creation function of education cannot be called into question; today not only knowledge transfer is important, but also the teaching of various skills and competences that will help orientate students in the world at large. Knowledge transfer is not only important between students and professors, and between Hungarian institutions, but even more so on the international scene. Best practices should be shared; we should not be afraid to learn from each other and to take advantage of the opportunities presented by institutional collaboration.

It is worth to choose the Budapest Business School

Figure 9. Student investment at BBS



Further Information:

Knowledge is growth – OECD,

<http://www.oecd.org/sti/knowledge-is-growth.htm>

Sándorné Kriszt Éva – Hidasi Judit: Economics and Internationalization in Higher Education

Public Lecture, International Seminar, Society Empoverment Through Multidimensional Approach: An Integrated View To International Development, Universitas Mercu Buana, Yogyakarta, 2015, 27. November 2015.

Marián Vongrej, PhD.,
Assistant professor,
University of Economics in Bratislava,
Slovakia

SELECTED HISTORICAL AND THEORETICAL VIEW OF THE SIGNIFICANCE OF PRIVATE PROPERTY

This article is dedicated to a research project VEGA Ekonomické aspekty ochrany práv duševného vlastníctva (prípadová štúdia SR) – Economic aspects of intellectual property rights protection (case studies of the Slovak Republic). Number of the project: 1/0020/16. Duration of the project: 2016-2018.

Introduction

As already mentioned above, this project addresses the issues of intellectual property. The project aims to address current issues in the field of intellectual property rights in the academic environment. Based on empirical research and analysis, conducted in the academic field of Slovakia, we try to identify the status and problems in terms of copyright and industrial property rights. The project aims to contribute to the development of knowledge on efficient means of selected forms of intellectual property, as well as to formulate relevant policy recommendations for the protection of intellectual property. Effective protection of intellectual property is an integral part of the effective use of outcomes in every field of research.

The article represents a theoretical introduction of our contribution to the project. When we talk about intellectual property, we think that it is necessary to start at the theoretical and historical level. Protection of private property is fundamental for the protection of intellectual property. Currently, the issues of intellectual property are being researched, for example, by New Institutional Economics. In our contribution we make a brief selective historical and theoretical basis, starting from the ancient Jewish point of view, through Greek philosophy and scholasticism, and then up to the present time.

Property rights define the behavior of economic agents toward goods and services and also affect rules of exchange in economic relations. The arrangement and structure of ownership affects the behavior of the target owners and their motivation and determines the penalties for the violation of property rights.

The owner can be regarded as an economic entity which has the right to possess and use the goods (if its acquisition was not violated) and rights of so-called disposal and possessive law (applicable by decision-making). «Possessive law provides a yield of use of the item and carries a positive or negative consequences of possessing the product. Disposal law allows the owner to change the nature of matter and form of acquired goods, together with the legal acts and control activities, such as sale, exchange, lease, inheritance, donation of a gift.»¹

Any interference with the property rights of other persons is excluded; therefore, the principle of law enforcement should be protected by the state. That is why the private property and its protection represents an important role not only for the individuals but also has a significant impact on the order of society and the nature and functioning of economic systems (the issue of equity and distribution).

One particular aspect of private property is intellectual property. According to World Intellectual Property Organization (WIPO), «an intellectual property (IP) refers to creations of the mind, such as inventions; literary and artistic works; designs; and symbols, names and images used in commerce. IP is protected in law by, for example, patents, copyright and trademarks, which enable people to earn recognition or financial benefit from what they invent or create. By striking the right balance between the interests of innovators and the wider public interest, the IP system aims to foster an environment in which creativity and innovation can flourish.»²

During the 1st century A.D., in the Middle East, Christianity arose and, gradually, it had a significant impact on global economic and social events in the following centuries. Christian moral, social, cultural and economic doctrine is based on Judaism. Additionally the most significant representative of Christianity, Jesus Christ, was Jewish, and his first followers, including the apostles, were also Jews. Therefore, if we want to better understand the Christian perspective on economic theory and practice, we need to look first at its in Judaism.

The Jewish Torah, including famous Decalogue, has become the Alpha and Omega of Jewish life and society in different areas. Jews were obliged to observe the law and were promised great blessing, both individually and collectively, as the reward of obedience: «Be strong and very courageous. Be careful to obey all the law my servant Moses gave you; do not

¹ Dušková, I. – Džbáňková, Z. Etická dimenze institucionálních změn : (vybrané problémy). (Ethical Dimensions of Institutional Changes: selected issues)., p. 74.

² What is intellectual property? Online: <http://www.wipo.int/about-ip/en/>

turn from it to the right or to the left, that you may be successful wherever you go. Keep this Book of the Law always on your lips; meditate on it day and night, so that you may be careful to do everything written in it. Then you will be prosperous and successful.»¹ The moral, social and economic status of individuals and the whole nation was, thus, dependent on their relationship to God and their obedience to God's Word.

«The Jewish scriptures describe the Law (Torah) as a «lamp» for their feet and a »light» for their path of life».² Jewish law has a broad spectrum, including areas of social, economic, human and religious – interpersonal regulations; codes of slavery; laws against causing bodily injury; theft and property damage; inheritance rights, forgiveness of debts, issues of taxation, loans, interest and tithes (one tenth of any income serving the religious and human social purposes) and many others.

«Jewish thinking is always characterized by a sincere focus on private property, business, market and profit.»³ In Jewish religious and economic activities and attitudes, Jews were more oriented to current conditions, not for the future, «according to Jewish religion, to be rich has never been considered sinful, degrading or morally dubious (if the wealth has been obtained legally and responsibly) ... It is generally believed that the spirit of commerce is fully compatible with full Jewish religious faith and full religious practice».⁴

The Decalogue serves to protect the institution of private property, especially through the commandments:

- Do not murder;
- Do not comitt adultery;
- Do not steal;
- Do not covet your neighbour's house or his wife, servants or possessions.

The protection of private property is, in fact, crucial for the development not only of capitalism or liberalism, but in general, to a meaningful interpersonal relationship. Jews view private property as a gift from God. To own (legally acquired) assets is considered natural and acceptable. In Judaism, people are expected to use their possessions wisely. Education and hard work are highly valued. Laziness is seen as a vice and a sin. The charging of interest in dealings with non-Jews became a tool for expanding wealth; but with fellow-Jews, it was forbidden by the Law.

¹ Bible; book of Joshua 1:7-8.

² Novak, M. 1996. *Biznis ako poslanie*, p. 41.

³ Novak, M.: *Filosofie svobody*, p. 112.

⁴ *Ibid*, p. 223.

In this next section, we still stay in the era of B.C., but we are leaving the topic of Judaism and moving to ancient Greek history. The Jewish and Greek culture were influencing each other.

Plato's (428-347 B.C.) ideal state in his work, *The Republic*, was composed of three social classes. Plato introduced a class society which was to lead to harmony:

- 1) politicians (rulers – philosophers) should fulfil the first (mind-brain) function of soul,
- 2) soldiers – assigned to the brave and strong part of the soul,
- 3) common people (farmers and craftsmen) should take care of the production of consumer goods necessary for survival.¹

The philosopher Plato refused private ownership for the first two classes. According to him, private ownership and wealth destroys the moral values of those classes and leads to selfish interests. Private property should be allowed only for the peasants and craftsmen, since participate in the production of goods. The rulers of the people, by contrast, should be wise and «enlightened» philosophers who know what is good.

A philosopher himself believed that philosophers (the highest layer of society) were endowed with wisdom and a sense of justice. For them, therefore, communal property is most appropriate, not private property.

In contrast to this, Aristotle (384-322 B.C.) considered private property as natural for everybody. Aristotle differed in his philosophical and economic theory two concepts: economics and chrematistics. Economics meant the production of goods to satisfy needs, while chrematistics meant the production of goods to satisfying human desires, especially the accumulation of money and their non-utilizing for the exchange of goods. Chrematistics represents the inappropriate private property.

Medieval thinker Thomas Aquinas (1224-1274) advocated private ownership, which supported the individual efforts, cared for the property, helped maintain social order and stability. Uncertainty of (private) ownership or lack of protection led to economic decline and has been the source of political uncertainty and social disorder.

T. Aquinas in his writings focused, among other things, on two economic aspects – usury (related to interest) and fair price. Usury, according to Aquinas, was immoral and sinful. Interest, however, was different. Aquinas

¹ Raeper, W., Smith, L.: *Myslenie západnej civilizácie*, p. 168.

understood interest as the price for the time which the lender has to «pay» and, therefore, represents a valid form of compensation.

The scholastic approach to economics must be seen through so-called natural laws, that are based on the theory of natural rights. The concept of natural rights played a key role in the moral, economic and social analysis of later scholasticism. Natural law consists of obvious principles and moral conclusions of the so-called «Golden Rule» – «Do unto others as you would have them do unto you» and its application to private property.

According to late scholastics, natural rights were divided into analytical rights (natural laws) and normative laws. The analytical part of natural rights includes universal and objective laws created by God (order) that people cannot control. Human beings can use the analytical knowledge of natural law only for technical purposes. Natural law describes a strict, unchanging regularity. By contrast, a normative natural law consists of principles of good human behavior. It is intended as a set of rules for moral human dealings. In contrast to analytical natural law, normative law can be violated by people, but not without consequences.

However, it is important to note that while ethical considerations can either promote or restrict science and scientific research, they have no impact on the basic truth (the laws of nature – Analytical rights). No ethical tribunal example can invalidate the laws of economics. Economic science describes the facts «as they are». Ethics describes «what they should be». The difference between «what is» and «what should be», the difference between facts and values, is the basis of all normative ethics. Although facts are distinct from values, they are associated with them. Any discussion of ethical issues must take this relationship into account.

Property rights, according to the scholastics, are derived from natural law. Latter scholastics believed that God created the visible things which are needed for our survival. For example, Jesus did not condemn the ownership of assets, but He condemned our clinging to them too tightly.

Private ownership is beneficial to the development of humanity; the purpose of property is to be used. Private ownership of goods and services is better than communal ownership. This helps explain the roots of the theory of economic development: the division of goods leads to increased production, and increased production often leads to the common good. From this statement we can use a moral reason «Those who do not own anything, they cannot be generous. And the virtue of hospitality would become impractical,

because nobody owns the house.¹ «Virtues of love, hospitality and generosity without private property would not be possible. Financial gifts and alms are also given out by the private property, not by the communal one.

Based on preceding analysis, we can state the following about private ownership:

1. It helps to ensure fairness. Evil exists because people are sinful. If all goods were owned in common, the greatest benefit would be enjoyed by «bad» people, who take more than they share and give less. Good people would, in turn, contribute more and receive less. The fact that the most immoral people would rule over the society, introduces a harmful element and a violation of the natural order;

2. It is useful for keeping peace and harmony among people. Anytime goods are owned communally, more conflicts and controversies arise.

3. It is useful for keeping order in society and supports free social cooperation. If everything were owned by everybody, most people would refuse to do inconvenient or unpleasant work. The outcome of private ownership, however, is positive, it is natural for people to care more about their own property than that which belongs to all.

Let's move from scholasticism through medieval era to the industrial revolution. In addition to increasing production and starting a new wave of technology, the industrial revolution brought social insecurity and misery for many people, especially in the British islands and continental Western Europe. This naturally led to thoughts of change. The unfavorable situation of workers sparked the rise of utopian socialistic theories that were based on the ideas of compulsory labor and the equal distribution of wealth, and the common ownership of property. According to the main representatives of this economic stream – Ch. Fourier (1772–1837), H. Saint-Simon (1760–1825), R. Owen (1771–1858) and Karl H. Marx (1818–1883) – the cause of evil and injustice was private property, so it had to be eliminated.

According to Karl H. Marx (1818–1883), the plight of the common worker was due directly to the economic laws of capitalism. The existence of the workers is reduced to the existence of any other product. Increasing wages leads to overwork, because the more one wants to earn, the more free time he must sacrifice. As a result, workers lose freedom and become slaves in the service of capitalistic greed. They are gradually worn down and their life is shortened.

¹ Although the institute of private property promotes peace and equality, it cannot seize and remove all evil; private ownership itself cannot influence the way people engage (use/misuse) with the property.

For the worker, his own work increasingly becomes (transforms into) foreign ownership and the means of existence and activity is increasingly concentrated in foreign hands. By the influence of the division of labor and the development of machine production, the worker more and more gets the status of the machine. He becomes more dependent on market fluctuations, use of capital and mood of the rich. Because of the worker fell into the position of the machine, the machine becomes his competitor.

While the division of labor increases productivity and enriches the society as a whole, the impoverishment of the worker leads to the level of inanimate machines and, therefore, in the wealth of society, the worker experiences permanent work misery. Political economy ignores the man when he is not working, he is known only as a «pulling cattle», limited to the most essential necessities of life.

Max Weber (1864–1920) was an important German sociologist, economist, politician and representative of the German historical school; he is considered one of the founders of modern sociology and the sociology of religion. In his work, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (1904), he dealt with the question of why capitalism arose just in the West and not elsewhere (and why in the European and American territories, dominated by Protestantism rather than Catholicism).

Weber focused his research on the world's major religions: Hinduism, Buddhism, Taoism, Judaism, and, especially, on Christianity. He concluded that Eastern religions represent an insurmountable obstacle for the development of industrial capitalism. The cause of backwardness in Eastern cultures was the fact that they had a different value scale than those in Western Europe. Hinduism, for example, seeks to escape from the material world and achieve a higher level of spiritual existence, it is not trying to take control of this world; considered material reality beyond the veil hiding the actual knowledge on which people should be directed.

The Christian doctrine of salvation, according to Weber, has a revolutionary character, while Eastern religions, through the ideas of reincarnation and karma, predispose a person to a passive attitude to the outside world and the existing social conditions. Christianity, especially Protestantism, involves a permanent struggle against sin, an active effort to improve one's condition, a rejection of laziness and apathy, and an equally important emphasis the social sphere.

The functioning of the market mechanism – money and trade freedom, private property, the policy of *laissez faire* (classical economy), is not enough; a unique kind of spiritual power is also necessary. Weber noted that the Protestant Ethic and the boom of capitalism have a certain relationship. The

spirit of Capitalism is built on a Christian foundation, and a faith that does not reject property. Judaism and Christianity proclaim that humans are God's instruments and that God expects them to fulfill his mission: to cultivate and guard the earth, to work and produce.

According to the American economist Michael Novak (1933-), the spirit of the capitalistic economic system should have a market character. Government policies must respect freedom, property and the right to live. Democracy and the political system must be compatible with market mechanisms and ethics.

Ronald H. Coase (1910–2013) is one the well-known representatives of the transaction costs theory, as well as the economic stream Law & Economics. Law & Economics affirms that property rights play a key economic role. Its main objective is «to return to the concept of ownership economy, which analysis was completely ignored in terms of its post-war mainstream direction.»¹ Imperfect determination of property rights leads to negative externalities and to a violation of property rights in interpersonal and social conflict: «Whenever a society begins to flout or ignore property, social order has collapsed and the society is heading towards poverty».²

When we compare the most advanced economies with the poorest, one of the main attributes of maturity is a respect for the right to private property: «The creation of property rights is crucial to the development of civilization and where such right is not recognized and protected, there begins to dominate barbarism and misery».³

A second danger is when owners cease to care about their property, which leads to functional degradation and gradual destruction. Even, according to some supporters of Law & Economics, the right to private property together with the freedom, represents an integral part of the essence of human being, resulting in the principle of ownership of oneself – self-ownership: «To create peace among all people, everybody must respect the physical integrity of the bodies of other people. If this rule is not followed, there necessarily begins a conflict – someone will be killed, abducted, raped or enslaved».⁴

The theory of property rights is based on Roman law, which stipulates the right of the owner to manage the subject property, as well as commercial property and to change forms of property. In every market transaction not

¹ Šíma, J.: *Ekonomie a právo*, p. 25.

² *Ibid.*, p. 11.

³ *Ibid.*, p. 12.

⁴ *Ibid.*, p. 51.

only goods are exchanged, but also property rights. Various representatives of the theory of property rights try to explain how different types of property rights affect the behavior of economic entities and thus the functioning and efficiency of the economic system. We may define property rights on the basis of three attributes (These attributes make possible to classify three forms of ownership.):¹ the right to use the assets, the right to receive income from them and the right to transfer the right to another person.

Property rights guarantee owners power; in a world of imperfect information and transaction costs, it really matters of ownership structure. Ownership affects motivation, human action and its results. Property right includes the right to possess goods and to gain income from them, the right to further modify them, and also to transfer ownership to others. Freely transferable property rights are keys for the functioning of the market economy.

The economic exchange does not exchange the good itself, but there is an exchange of property rights. Any good should be defined not just by its technical abilities and usefulness, but also by the legal limits governing its exchange and use.

Conclusion

Proper theoretical views on the significance of the protection of private property in the B.C. era, and also later during the formation and spread of Christianity in Europe (Scholasticism) created the starting point for developing and understanding the institution of private property. Interpreting the role of institutions and property rights in the economic environment has become a key subject of interest of the new institutional economics; its representatives and the theory are perhaps the most beneficial for development of private and intellectual property.

Property rights are derived from natural laws. Private property must be protected and defended because of individual and economic freedom. Institute of private property helps to ensure justice, maintains order in society, supports free and social cooperation and promotes peace and harmony among people.

Sources

1. Biblia (Bible): Tranoscius 1990. – 1092 p.
2. DUŠKOVÁ, I. – DŽBÁNKOVÁ, Z.: Etická dimenze institucionálních změn : (vybrané problémy). (Ethical Dimensions of Institutional Changes: selected aspects): Oeconomica, 2005. – 123 p.

¹ Přívarová, M. et al. Heterodoxná ekonómia, p. 188.

3. HOLMAN, R. et al.: Dejiny ekonomického myšlení (3. vydání). (History of Economic Thinking; 3rd Edition): C. H. Beck, 2005. – 539 p.
4. CHAFUEN, A. A. et al.: Víra a svoboda (Ekonomické myšlení pozdních scholastiků). (Faith and Freedom – Economic Thinking of Later Scholastics): Wolters Kluwer, 2011. – 212 p.
5. LISÝ, J. et al.: Dejiny ekonomických teorií. (History of Economic Theories): IURA Ed. 2003. – 386 p.
6. NOVAK, M.: Filosofie svobody. (Philosophy of Freedom): Vyšehrad, 1998. – 240p.
7. NOVAK, M.: Biznis ako poslanie. (Business as a Mission): Charis, 1996. – 216 p.
8. PŘÍVAROVÁ, M. et al. Heterodoxná ekonómia. 1. vyd. (Heterodox Economics; 1st Edition): EKONÓM, 2014. – 258 s.
9. RAEPER, W. – SMITH, L.: Myslenie západnej civilizácie. (Thinking of Western Civilization): Porta libri, 1998. – 460 p.
10. ŠÍMA, J.: Ekonomie a právo. (Economics and Law): Oeconomica, 2004. – 207 p.
11. VOLEJNÍKOVÁ, J.: Moderní kompendium ekonomických teorií : od antických zdrojů až po třetí tisíciletí. (Modern Compendium of Economic Theories: Since Ancient Sources to the Third Millennium.): Profess Consulting, 2005. – 378 p.
12. VONGREJ, M.: Morálne aspekty v ekonomických teoriách : dizertačná práca. (Moral Aspects of Economic Theories. Dissertation paperwork): University of Economics in Bratislava, 2009. – 161 p.
13. What is intellectual property? Online available at: <http://www.wipo.int/about-ip/en/>

Prof. Ryszard Borowiecki,
Cracow University of Economics
Barbara Siuta-Tokarska, PhD
Cracow University of Economics

**PROBLEMS AND CHALLENGES
IN THE DEVELOPMENT OF NATIONAL STATES
IN THE GLOBALISATION ERA¹**

1. INTRODUCTION

The term globalisation is variously interpreted, both in the literature of the subject and in open-access sources of international institutions. However, we can say that this term is understood as characteristic and prevailing at the end of the 20th and at the beginning of the 21st century «trends in the world economy, politics, demography, in social life and in culture, consisting in the spread of analogous phenomena, regardless of the geographical context and the level of the economic growth of a given region» [25].

It is also assumed that globalisation processes are leading to the standardisation of the image of the world as a homogenous wholeness in which the linkage of the economic elements and the common culture of consumer type occurs [25]. Regardless of that, we can consider globalisation as the final stage of the historical transformation, the beginning of which is traced to the times of modern capitalist and colonial economy [20]. Moreover, attention is drawn to the fact that the contemporary economic and political dominance of the West over the rest of the world nowadays takes the form of the world dominance of finance, technology and electronically transmitted popular culture, combined with the propagation of liberal ideology by developed democratic countries [25].

In the UNCTAD document it was indicated that globalisation is a process consisting in «growing relationships of countries in respect of the world trade, foreign direct investment and capital markets, which has accelerated in effect of technical progress in transport and communication, as well as in consequence of the fast liberalisation and deregulation of trade and the flows of capitals and technologies, both on the domestic and international level» [16].

According to the European Commission, globalisation «is a process in which production and markets in different countries are becoming more and

¹ The publication was financed by funds granted to the Faculty of Management of the Cracow University of Economics under the scheme for subsidising university research potential.

more interrelated due to the high dynamics of the exchange of goods and services, and the flows of capitals and technologies», which is aiming at the emergence of the integrated global market [2].

However, such definitions and explanations of the term of globalisation as a progressing process do not indicate or give an answer to the question whether this process is intrinsic or it is to some extent regulated, controlled or steered. Therefore, attention should be paid to its essence, as well as to international organisations and institutions supporting this process.

2. International organisations and institutions and the issue of the globalisation of power

The accelerated globalisation process began right after the end of World War II. Based on the project of creating a new worldwide economic order prepared by the American administration, the plan of creating the following was formed and implemented:

- the Monetary Fund (appointed in December 1945), transformed in the following years into the International Monetary Fund (IMF) based in Washington,
- the International Bank for Reconstruction and Development (which commenced its activity in 1946), known under the name of the World Bank which associates 189 countries [http 1];
- organisations regulating the world trade (from 20 October 1947 General Agreement on Tariffs and Trade, and since 1995 the World Trade Organization – WTO). According to the data of 29 July 2016, there were 164 members of the World Trade Organization [http 2].

Apart from the organisations mentioned above, China with the ASEAN countries engaged in the creation of a new economic and political centre in the world, China-ASEAN Free Trade Area (CAFTA), including China and ten countries of the Association of Southeast Asian Nations ASEAN¹, as well as the market amounting to about 2 billion people [9].

The aims and tasks of the mentioned international organisations are presented below.

The following are indicated as the aims of the International Monetary Fund: the development of international monetary cooperation, the protection of stable exchange rates, or the monitoring of international debt, and in the situations of an economic crisis in a given member state the development of stabilisation programmes on the basis of which financial aid is granted for their implementation. Moreover, the Fund grants medium- and long-term

¹ CAFTA is among the largest free trade zones in the world and the third with regard to the GDP value. [Majchrowska]

credits for specific purposes but obtaining a credit is possible upon fulfilling specific conditions, related, for example, to the implementation of the recommendations concerning the reduction of the budget deficit. However, adaptation programmes agreed between the Fund and the states taking advantage of its financial help have been criticised for many years, because they are accused of too restrictive, monetarist approach, in a short time leading to considerable drops of production and serious social costs [9]. It should be also noted that in the era of the global economic crisis, which started in 2007 in the USA, a decrease in the demand for the IMF funds from the member states was observed, which was a threat for the budget liquidity of the Fund [17]. In consequence, the accusations against the IMF, as well as problems with budgetary liquidity even led to calling into question the sense of the existence of this institution.

The most important goals of the World Bank include: supporting investment and economic development of countries, among others via the implementation of the programmes of combating unemployment, the improvement of the level of health protection and education, improving state administration and local self-governments, as well as the reduction of poverty in the world by helping the poorest countries and creating proper conditions for sustainable development [9]. It is also assessed, however, that the adopted assumptions are implemented with various effect, and the institution of the World Bank itself requires specific and substantial reforms [24]. It is worth emphasising that the World Bank is a specialised organisation of the UN, and consists of two expert institutions, namely the International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), and the International Development Association (IDA) whose work is completed by the International Finance Corporation (IFC), Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA), and the International Centre for Settlement of Investment Disputes (ICSID), jointly forming the World Bank Group [http 3].

The main aim of the World Trade Organization, also being a branch of the UN, is the liberalisation of the international trade of goods and services and the removal of technical obstacles in trade and the implementation of principles concerning the adherence of intellectual property rights, and regardless of this, conducting an investment policy influencing trade and the settlement of disputes [http 4].

It is believed that the fundamental problem of the World Trade Organization is «an inability to modify the existing rules of the world trade because in the contemporary globalising world the solutions which are valid today are becoming a greater and greater obstacle for maintaining a high pace of economic development» [19]. Regardless of this, a various level and scale of the implementation of often divergent interests of individual members of

the WTO are related to the occurrence of some conflicts, including those concerning:

- the opening of the world markets to agricultural products from the poorest member countries,
- tariffs for industrial goods,
- the protection of intellectual property rights,
- the occurrence of so-called trade wars.

When characterising such world organisations as IMF, WB, WTO in the globalisation era, we can indicate, as E. Wysłocka states, that «they form a quasi artificial state which constitutes a power without any social foundations, and is subordinate only to financial markets, bosses of funds and huge supranational concerns, still revealing its weaknesses and drawbacks, and real states are downgraded to the role of societies without power» [27].

When presenting the role and significance of mutual connections among numerous international organisations more broadly, we can refer the globalisation of power to three levels which are led by [18]:

- on level I – the highest one:
 - the USA, as a state,
 - the elites of states concentrated in NATO, G7, OECD, in the London Club, in the Paris Club and in central institutions of the European Union,
 - supranational institutions, such as the United Nations, the World Bank, the International Monetary Fund, the World Trade Organization, and others;
- on level II – the intermediate one:
 - supranational industrial and financial corporations,
 - the set of national states nominally sovereign,
- on level III – the lowest one:
 - groups and organisations representing «bottom-up» interests, e.g. the media, groups of interest and non-governmental organisations, such as Amnesty International, Doctors Without Borders, Helsinki Committees, PEN-Club, and others.

As the authors of the book «The Empire» show, the old international order is dying and «the empire is materialising before our very eyes», and moreover, that «the empire is not emerging spontaneously from the interaction of various global powers, or from one centre of single power» [18]. Other authors express the view that the globalisation of power is related to political power and reigning, with the use of many instruments, such as: military, economic, technical, communication, medial and financial ones [15].

3. Fundamental benefits and costs of globalisation and some threats related to that process – an outline of the problem

The problems of the benefits and costs, as well as threats related to globalisation can be discussed from various points of view, on many levels of

reference. Table 1 juxtaposes selected benefits and costs referring to three spheres of globalisation, namely: the economic, political and socio-cultural sphere.

Table 1. The assessment of selected benefits and costs of the economic, political and socio-cultural sphere

Benefits	Costs
Economic sphere	
<ul style="list-style-type: none"> - growth of the quality of goods and services, - reduction of the costs of communication and production, - new jobs, - activation of exports, - access to information and advanced technologies, - broader (bigger scale) and more liberalised capital flows 	<ul style="list-style-type: none"> - often insufficiently controlled privatisation of the sector and the public space, - privatisation of social problems, - bigger distance among individual segments of labour market, - fast spread of crises on the integrated markets, - growth of unemployment rate, - intensification of fierce competition, - concentration of power around selected markets and countries, - weakening of domestic industry in countries accepting foreign capital within that scope
Political sphere	
<ul style="list-style-type: none"> - gradual disappearance of barriers in international cooperation, - democratisation and linearisation of the world system, - gradual universalisation of human rights, - growing institutionalisation and formalisation of international relations, - strive for regional integration, - dispersion of power 	<ul style="list-style-type: none"> - limitation of the sovereignty of states, - decrease in the significance of international political organisations, - decline in the role of national governments, - crisis of international institutions, - reduction of democracy level in the international scale, - disappointment with and loss of trust to institutions, - globalisation of social problems and pathologies
Socio-cultural sphere	
<ul style="list-style-type: none"> - easier access to varied goods, services, new technologies, cultural achievements, management methods, - growth of global thinking and international awareness, - openness to cultural differences, - increasing access to diverse cultural offer 	<ul style="list-style-type: none"> - disappearance of cultural differences and national separateness, - expansion of the areas of poverty, hunger, - rise of international crime, - no control over the Internet content, - uncertainty of own identity, position

Source: on the basis of: [26, 21].

The opinions on the distinguished spheres in respect of the benefits and costs of globalisation presented in Table 1 give a view on the impact of the globalisation process on various aspects of socio-economic life, discussed in the world scale. However, they do not reflect major problems and threats for individual countries and their societies which arise from globalisation, and are related to the globalisation of power, as well. Such problems and threats in the globalisation era can include, among others [21]:

- the rise of poverty in the world,
- the growth of debt in poor countries, including the Third World countries,
- pollution of the environment,
- terrorism,
- epidemics and infectious diseases transmitted much faster due to easier and faster transport of people and animals,
- others.

When analysing benefits and costs, as well as problems and threats arising from globalisation, attention should be also paid to entities of the world economy profiting and losing in consequence of this process. The issue is undoubtedly related to the level of their development, namely whether they are developed or developing countries, based on knowledge and advanced information and communication technologies, industrialised, or perhaps based on traditional – agricultural economy. All these aspects are significant and are connected with the division of benefits and costs of globalisation. Table 1 presents entities profiting and losing in consequence of globalisation.

Table 2. Entities of the world economy gaining profits and making losses related to the globalisation process

Benefits/ profits	Costs/losses
<ul style="list-style-type: none"> - the Triad countries, namely Japan, the USA, Canada and Western Europe, - East and Southeast Asia, - global markets, - so-called «strong countries», - huge, multinational economic entities, - modern sectors and industries, - people with proper qualifications, - mobile individuals, - «strong and dynamic» individuals, - individuals who can take a risk 	<ul style="list-style-type: none"> - the Third World countries, - so-called «weak countries», - small and medium-sized firms (in comparison to large, international concerns), - traditional sectors and industries, - local communities, - individuals without proper qualifications, - individuals without resources, - «weak» individuals who are afraid to take a risk, - people dependent on social protection

Source: on the basis of: [23].

The benefits and costs of globalisation with regard to its various spheres and indicated entities profiting from or losing in consequence of globalisation presented in Tables 1 and 2 prove two faces of this process. In spite of considerable simplification of the presented balance, it should be stressed that to some extent it outlines the shape of the undergoing turbulent changes in the world economy. Yet, we can definitely say that globalisation does not favour the improvement of the natural environment, it does not favour the improvement of the world stability, and most of all it does not serve the needs of poor people in the world (however, it is worth noting that some countries, for example China, have benefited from globalisation because they managed to use adequate factors of globalisation for their development, enabling the access to the market and the advanced technologies).

4. Challenges and dilemmas for national states in the globalisation process

We can assess that one of more important challenges for national economies of individual countries of the world is the problem of their debt. The problem is noticeable not only in the scale of individual countries, but also in the global scale. According to McKensey Global Institute data, the value of debt of the economies of 47 countries of the world, considering public debt, households, the sector of financial firms and institutions increased from the 4th quarter 2000 to the 2nd quarter 2014 from the level of 87 trillion USD to 199 trillion USD, which with regard to Gross Domestic Product was 246% of GDP in 2000 and 286% of GDP in 2014. In the analysed periods there were also some changes in the structure of the debt of the countries, taking into consideration the indicated sectors of economy, manifested in an insignificant decrease in the share of the debt of households (from 22% to 20%) and the sector of firms (from 30% to 28%) in total debt, and an increase in the share of public debt (from 25% to 29%), with unchanged share of the financial sector debt. The data on the global debt are presented in Figure 1.



Fig. 1. The value of global debt by institutional sectors in individual quarters of the years 2000, 2007 and 2014

Explanation: the data concern 47 countries of the world.
Source: on the basis of: [12].

Among the countries of the world for which the value of the total global debt by institutional sectors was calculated, both developed and developing countries are isolated, and with regard to GDP the highest debt level concerned Japan (400% of GDP in the 2nd quarter 2014), then Ireland, Singapore, Portugal, Belgium, the Netherlands, Greece, Spain and Denmark (more than 300% of GDP). The first seventeen countries with regard to the volume of debt to GDP are developed countries, whereas among the countries for which the value of debt in relation to GDP was below 100% there were: Argentina, Nigeria, Saudi Arabia, Peru, Russia, Mexico, Columbia and Indonesia. Table 1 presents adequate data.

Table 1. The value of debt of the countries of the world in relation to GDP in the 2nd quarter 2014 and changes in the debt in the years 2007–2014

Rank	Country	Debt-to-GDP ratio ¹ %	Real economy debt change, 2007–14 Percentage points				Financial sector debt change
			Total	Government	Corporate	Household	
1	Japan	400	64	63	2	-1	6
2	Ireland	390	172	93	90	-11	-25
3	Singapore	382	129	22	92	15	23
4	Portugal	358	100	83	19	-2	38
5	Belgium	327	61	34	15	11	4
6	Netherlands	325	62	38	17	7	38
7	Greece	317	103	70	13	20	1
8	Spain	313	72	92	-14	-6	-2
9	Denmark	302	37	22	7	8	37
10	Sweden	290	50	1	31	18	37
11	France	280	66	38	19	10	15
12	Italy	259	55	47	3	5	14
13	United Kingdom	252	30	50	-12	-8	2
14	Norway	244	13	-16	16	13	16
15	Finland	238	62	29	17	15	24
16	United States	233	16	35	-2	-18	-24
17	South Korea	231	45	15	19	12	2
18	Hungary	225	35	15	21	-1	10
19	Austria	225	29	23	6	0	-21
20	Malaysia	222	49	17	16	16	6
21	Canada	221	39	18	6	15	-6
22	China	217	83	13	52	18	41
23	Australia	213	33	23	-1	10	-8
24	Germany	188	8	17	-2	-8	-16
25	Thailand	187	43	11	6	26	21
26	Israel	178	-22	-4	-21	3	-2
27	Slovakia	151	51	28	8	14	-5
28	Vietnam	146	13	10	-1	5	2
29	Morocco	136	20	8	7	5	3
30	Chile	136	35	6	20	9	9
31	Poland	134	36	14	9	13	9
32	South Africa	133	19	18	2	-2	-3
33	Czech Republic	128	37	19	9	9	4
34	Brazil	128	27	3	15	9	13
35	India	120	0	-5	6	-1	5
36	Philippines	118	4	-3	9	-2	-5
37	Egypt	106	-9	9	-18	0	-8
38	Turkey	104	28	-4	22	10	11
39	Romania	104	-7	26	-35	1	-4
40	Indonesia	88	17	-5	17	6	-2
41	Colombia	76	14	1	8	5	3
42	Mexico	73	30	19	10	1	-1
43	Russia	65	19	3	9	7	-4
44	Peru	62	5	-10	11	5	2
45	Saudi Arabia	59	-14	-15	2	-1	-8
46	Nigeria	48	10	7	1	2	-1
47	Argentina	33	-11	-14	1	2	-5

¹ Includes debt of households, non-financial corporations, and government; 2Q14 data for advanced economies and China; 2013 data for other developing economies.

NOTE: Numbers may not sum due to rounding.

Source: on the basis of: [12].

The analysed period from 2007 to 2014 is the period of the occurrence of the global economic crisis, which started in 2007 in the USA. It was triggered by the collapse of the financial market, which took place as a result of the detachment of the market valuation of assets from their real economic value, being the consequence of a speculative «financial bubble» consisting of computer records of various financial derivatives. They led to the functioning of virtual money according to the principle of a financial pyramid, and in the face of the crisis the world economy had the sense of uncertainty and little predictability of economic processes [14].

We can admit that the strive for obtaining underserved wealth underlay the crisis, and «virtual money» was a tool to achieve it. Thus, a question arises how this type of «virtual money» could be found on the financial market in such a great amount?

What arises for national states from the above deliberations is not only a need but an uncompromised necessity to prevent getting into further debt as it is a threat for the safety of their finance but also their safety as independent states. It should be noted that in the globalisation era the impact of the state on the socio-economic space, implemented through traditional tools of monetary, exchange, fiscal, industrial and social policies, has been greatly reduced in recent years [29].

The presented problems also include a scientific discussion on globalisation and the place of a national state in these conditions, ongoing for a long time. One can indicate three scientific positions on that: the global approach, the traditional approach and the transformationalist approach [13].

Globalists represent a view of globalisation as an unavoidable path of the development of mankind, within which the emergence of a new world structure is assumed, where countries, organisations and human activities will be subordinated to its functions. Among globalists the views of optimists or positive globalists, as well as of pessimistic globalists are distinguished. Among the latter group, one can see a negative attitude to the effects of globalisation related to the homogenous form of the world and interpreting the occurring processes as a contemporary colonialism, in the world in which the dominance of the economy and political interests of mainly North America, Western Europe and Japan takes place. They are «able to resist any local pressures, they introduce changes and impose them through their branches all over the world. Globalists also perceive a negative influence of those dominances on the national identity and sovereignty and the reasons for unequal consequences of globalisation» [13].

Traditionalists represent a sceptical attitude to globalisation, indicating that its significance as an unavoidable path of the development of mankind is exaggerated, and the economic and social activeness on the regional level, and not in the scale of global space, is still vital for development. Hence, the pressure is put on the superior role of a nation-state as an expression of the systemic social relations, which retains many more rights and opportunities than globalists indicate [13].

On the other hand, transformationalists reject polarisation and polarity of both the globalist and traditionalist perspective. They express opinions that in the global system national states play a crucial role, and they point out the lack of a possibility to eliminate a nation from the globalisation processes or reject its material effects and achievements, at the same time admitting that their autonomy is constructed by various forms of supranational forces, including corporations, implementing their own goals. Therefore, they draw attention to interactions between globalisation trends and initiatives undertaken by the states, local and non-local branches [13]. In effect, the occurring global interactions appear to be comprehensive, varied but to a great extent also unpredictable in the long-term, which is particularly manifested in the behaviours of concerns, corporations, as well as in war conditions [1].

One of more important challenges which contemporary states are facing is making use of the positive effects of globalisation with the simultaneous mitigation of the negative effects. However, one has to keep in mind that the effects of globalisation are not divided equally among the countries and the globalisation processes are leading to the division into «winners and losers» [11]. The costs and threats of globalisation are experienced by all economies and their societies in the global competition. Stronger rivals profit from the global market, whereas the weaker ones – the losers consider globalisation as the dictatorship of supranational business [11].

It seems that such divisions and so advanced opposites are leading to a constant struggle between rich and poor countries. Instead of ruthless and fierce competition there should be broadly understood cooperation based on partnership. Cooperation, by definition, should be voluntary, not forced, giving a chance for real sustainable development of individual countries and the world as a whole.

5. Conclusions

We can assume that globalisation as a process is not defined unambiguously. Nevertheless, we can indicate that it is a multilevel,

multidimensional phenomenon occurring in many spheres of socio-economic life, and the globalisation process is leading to the standardisation of the image of the world as a homogenous wholeness in which the linkage of economic elements and common culture of consumer type takes place. The progression of globalisation is spontaneous, both in the global scale and in the scale of a single state. At present, it is difficult to indicate an unequivocal direction of the occurring changes or to define the state globalisation is heading for. It is only possible to say that these are dynamic changes in which various obvious contradictions clash, evoking fierce social conflicts, distorting international economic and political relations. Thus, attention should be paid to the need for mutual economic cooperation, profitable among individual countries which ought to replace offensive competition.

In the globalisation era one can notice excessive consumerism, both among countries, nations and individuals, often connected with excessive running into debt, which breaches the rules of rational management. Such a practice leads to living beyond one's means, the example of which was the global economic crisis which started in 2007 in the USA. It should be added that in the deregulated world economy rich countries achieve greater benefits and poor countries make losses. In effect, globalisation in its spontaneous form poses a threat for social and economic order and the established market economy which social market economy is.

References

- [1] A Globalizing World: Culture, Economics, Politics, Held E. (ed.), Routledge 2004.
- [2] Annual Economic Report for 1997, European Economy No 63, European Commission, Brussels 1997.
- [3] Borowiecki R. (ed.), Management and Organizations During Economic Integration and Globalization, AE-CECIOS-TNOiK, Warsaw-Cracow 2003.
- [4] Borowiecki R., Permanentna restrukturyzacja jako czynnik rozwoju i sukcesu przedsiębiorstw w dobie globalizacji rynku, Zeszyty Naukowe nr 836 Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2010.
- [5] Borowiecki R., Jaki A. (ed.), Global and Regional Challenges for the 21st Century Economies, Cracow University of Economics, Foundation of the CUE, Cracow 2009.
- [6] Borowiecki R., Jaki A. (ed.), Restrukturyzacja przedsiębiorstw i gospodarek w warunkach rozwoju rynków globalnych, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Fundacja UEK, Kraków 2013.

- [7] Borowiecki R., Kaczmarek J. (ed.), Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach współczesnych wyzwań gospodarczych. Modele – metody – procesy, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Fundacja UEK, Kraków 2014.
- [8] Borowiecki R., Siuta-Tokarska B. (ed.), Restructuring as the Imperative of Developmental Changes in Economy, Cracow University of Economics, Foundation of the CUE, Cracow 2015.
- [9] Borowiecki R., Siuta-Tokarska B., Wyzwania i dylematy społeczno-gospodarcze Polski w procesie transformacji, TNOiK (The Scientific Society of Organization and Management), Toruń 2012.
- [10] Borowiecki R., Wysłocka E., Analiza ekonomiczna i ocena ekspercka w procesie restrukturyzacji przedsiębiorstw, Difin, Warszawa 2012.
- [11] Dach Z., Globalizacja – wyzwania i zagrożenia [in:] Polska wobec procesów globalizacji. Aspekt społeczno-ekonomiczne, Dach Z. (ed.), PTE, Kraków 2010.
- [12] Debt and (not much) deleveraging, McKinsey Global Institute 2015.
- [13] Drozd-Piasecka M., Globalizacja – proces i próby jego opisu przez nauki o społeczeństwie, Etnografia Polska, Vol. XLVIII, bulletins 1-2, 2004.
- [14] Geografia polskiego kryzysu. Kryzys peryferii czy peryferia kryzysu?, Gorzelak G. (ed.), Regional Studies Association, Polish Section, Warszawa 2009.
- [15] Globalizacja. Tożsamość lokalna wobec trendów globalnych, Piekarski R., Grabań M. (ed.), Towarzystwo Autorów Prac Naukowych Universitas, Kraków 2003.
- [16] Globalization and Liberalization Effects of International Economic Relations on Poverty, UNCTAD, Geneva 1996.
- [17] Grotte M., Życieńska A., Międzynarodowy Fundusz Walutowy i stojące przed nim wyzwania, Materiały i Studia, Zeszyt No. 254, National Bank of Poland, Warszawa 2011.
- [18] Hardt M., Negri A., Imperium, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2005.
- [19] Kolka M.A., Światowa Organizacja Handlu WTO – nadzieje, szanse, zagrożenia, niebezpieczeństwa, Wydawnictwo Instytutu Analiz i Prognoz Gospodarczych, Gliwice 2006.
- [20] Koperek J., Ekonomiczne przesłanki globalizacji we współczesnym świecie – sytuacja Polski, [in:] Polska w obliczu globalizacji, materiały z seminarium popularnonaukowego, Kercher L. (ed.), Towarzystwo Kultury Świeckiej, Łódź 2002.
- [21] Lemańska-Majdzik A., Globalizacja – szansa czy zagrożenie dla współczesnego świata, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas No. 1/2013.

- [22] Majchrowska E., Chiny-ASEAN (CAFTA) – nowa strefa wolnego handlu, [in:] *Gospodarka światowa w dobie globalizacji*, Lasoń M. (ed.), Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2011.
- [23] *Przemiany we współczesnej gospodarce światowej*, Oziewicz E. (ed.), Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.
- [24] *Repowering the World Bank for the 21-st Century. Report of the High-Level Commission on Modernization of World Bank Group Governance*, World Bank, Washington 2009.
- [25] *Wielka Encyklopedia PWN*, Vol.10, entry: globalizacja, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- [26] Ślusarczyk B., *Teoretyczno-praktyczne aspekty globalizacji gospodarczej*, Częstochowa University of Technology, Faculty of Management, Częstochowa 2010.
- [27] Wysłocka E., *Globalizacja – błogosławieństwo czy przekleństwo*, [in:] *Ekonomiczne aspekty procesu globalizacji*, Wysłocka E. (ed.), Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2009.
- [28] Żmija K., *Supporting the Development of Micro-enterprises in Rural Areas in Poland*, [in:] *Knowledge-Economy-Society, Global and Regional Challenges of the 21st Century Economy*, Lula P., Mikuła B., Jaki A. (ed.), Cracow University of Economics, Faculty of Management, Foundation of the CUE, Cracow 2013.
- [29] Zaorska A., *Ewolucja państwa i jego działalności* [in:] *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, Liberska B. (ed.), PWE, Warszawa 2002.

Netography

- 1) <http://www.imf.org/external/about.htm> (as of 23.09.2016).
- 2) https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm (as of 23.09.2016).
- 3) <http://stat.gov.pl/statystyka-miedzynarodowa/instytucjeorganizacje-miedzynarodowe/bank-swiatowy/> (as of 23.09.2016).
- 4) *Porozumienie ustanawiające Światową Organizację Handlu ec.* [europa.eu/enlargement/ccvista/pl/21994a1223\(01\)-pl.doc](http://europa.eu/enlargement/ccvista/pl/21994a1223(01)-pl.doc) (as of 23.09.2016).

Summary

The publication entitled «Problems and Challenges in the Development of National States in the Globalisation Era» presents the basic problems and challenges which appear in the context of the activity of countries in the globalisation era. The publication also points out to the profits

and costs connected with globalisation referring to such areas as the economic, political and socio-cultural sphere. A problem of countries taking out excessive debts as well as the problem of consumptionism which is present among the rich countries of the world is also described in the publication together with the problem of poverty.

The polarization of contemporary world and a vivid character of globalisation processes may constitute a threat for the social and economic order. It is also worth adding that low effectiveness of activity of the international organizations and institutions mentioned in the publication requires proper reforms and transformations.

Streszczenie

W publikacji zatytułowanej «Problemy i wyzwania w rozwoju państw narodowych w dobie globalizacji» przedstawiono zasadnicze problemy i wyzwania jakie jawią się w kontekście działalności państw narodowych w dobie globalizacji. Wskazano ponadto na korzyści i koszty związane z globalizacją w odniesieniu do sfery ekonomicznej, politycznej oraz społeczno-kulturowej. Zwrócono uwagę na problem zadłużania się państw oraz na zagadnienie nadmiernego konsumpcjonizmu społeczeństw w świecie, a z drugiej strony biedy i ubóstwa.

Polaryzacja współczesnego świata, przy żywiołowym charakterze procesów globalizacji, stanowi zagrożenie dla porządku społecznego i gospodarczego, a niska efektywność działań wskazanych organizacji i instytucji międzynarodowych, wymaga właściwych reform i ich odpowiednich przeobrażeń.

Білозор Д.В.,
к. філ.н, доцент кафедри філософських
та соціальних наук
Київського національного торговельно-економічного
університету

ЗМІНА СВІТОГЛЯДУ ОСОБИСТОСТІ В ПЕРЕХІДНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПЕРІОД

Набуття українським суспільством нової соціальної якості відбувається в процесі соціально-культурної трансформації, яка передбачає зміни не тільки в економічній сфері, але, що сьогодні чи не більш актуальне, зміни у формуванні світоглядних орієнтирів. Процес трансформації викликає закономірні зміни, що обумовлені цілою низкою факторів, які детермінуються змінами в перехідному соціумі. Можливість дослідження і виявлення таких закономірностей наблизить українське суспільство до сталого світоглядного поля, а вивільнена соціальна енергія знайде своє застосування у вирі сьогодення.

Проблема світогляду у філософських дослідженнях є однією з центральних. Це пояснюється складністю даного феномену і його фундаментальною роллю в особистісному розвитку й формуванні людини. Як зазначає О.Спіркін, «людина у своєму індивідуальному розвитку стає особистістю тільки тоді, коли в неї формується певний світогляд, без якого вона ще не є особистістю у власному розумінні цього слова». Один з представників філософії культури, лауреат Нобелівської премії миру Альберт Швейцер з великою переконаністю наголосив: «Для суспільства, як і для індивіда, життя без світогляду є патологічним порушенням вищого почуття орієнтації».

Як світоглядні уявлення ми розглядаємо узагальнену форму розуміння навколишнього та свого внутрішнього світу людиною, що виникає внаслідок сприймання явищ світу та в результаті творчого переробки вражень про світ (їх синтезу, узагальнення та інтерпретації).

Саме світоглядні уявлення з їх звичайним, буденним змістом стають найбільш реальним та діючим засобом пізнання світу і себе через світ – самопізнання засобом орієнтування і буття людини у світі [5].

Особливості світоглядної конструкції формуються під впливом об'єктивних так званих «реальних факторів» (економіка, ідеологія, держава і т.д.) і суб'єктивних факторів. В умовах транзиту соціальний фактор розглядається як провідний з точки зору причинного впливу на

формування або зміну світоглядних орієнтацій. Це не виключає аналіз такого фактору, як самобудування особистості, конструювання або вибір нею образу світу і власного образу, вибір нею соціальної ролі, цінностей, ідеалів.

Розпочнемо з сучасного геополітичного фактору. Протистояння цінностей Заходу і Сходу розривало та продовжує розривати зараз країну та соціум, не даючи можливості сформуватися світогляду на базі цілісної єдності. Плюралізм та можливість вибору зіграла «злий жарт» в цьому сенсі з українцями. Адже світоглядні особливості географічного положення сприяли формуванню уявлення про хиткість та нестабільність оточуючого світу, відсутності цілісності уявлення про Батьківщину, прагматизм у стосунках з сусідами. Схід з відмінними ідентичностями – вагомий чинник впливу на орієнтацію українця. Саме такою, роздertoю, сприймає українську державу переважна більшість власних громадян та міжнародна спільнота. Закріпленню цього образу країни сприяє і протистояння політичних еліт всередині країни. Окрім того, існує також протиріччя між централізацією й децентралізацією в економічній та політичній сферах. Еліта прагне централізації, а регіони протистоять цьому, тому що обмежені ресурси не дозволяють задовольнити запити населення регіонів. З іншого боку, саме центр ініціює трансформаційні зміни, на які різною мірою опираються регіони. Значний потенціал зручного географічного положення, наявності корисних копалин та історично сформованих економічних зв'язків зараз не використовується Україною, а марно витрачається.

Також фактором формування світогляду людини виступає її матеріальне становище. В залежності від наявності або відсутності матеріальних благ, світоглядні орієнтації людини змінюються. Ми говоримо про багатих і бідних, про еліти і маси народу. Розбіжність позиції еліти й маси позначається в різноманітних формах: явному або неявному опорі, інформаційних бар'єрах. Проблемою є можливість та здатність отримувати та використовувати досвід багатьох народів (для широких верств населення, а не лише для еліти). Виникають сфери соціокультурної невідповідності еліти і значної частини суспільства. Соціальні відносини України як такі та їхня структура залишилися недорозвинутими, застиглими. Це об'єктивно впливає на світогляд сучасного українця, на його бачення свого місця у суспільстві та світі. Український соціум змушений братися за формування прагматичних характеристик ідентичності, не пройшовши належним чином свого «романтичного» етапу, характерного для історії європейських націй 20-го століття.

Важливим фактором формування світоглядної орієнтації в перехідному суспільстві виступає момент трансформації свідомості до сприйняття ринкових відносин після краху планованої економіки. Тому актуальним та своєчасним є аналіз змісту та спрямованості ринкового світогляду. Ринковий світогляд є складовою ринкових відносин, а в Україні ринкова культура тільки починає формуватись. Для значної частини населення характерна відсутність: 1) розуміння структури та механізмів ринкової економіки; 2) досвіду участі у функціонуванні ринкових структур; 3) вміння здійснювати ефективну підприємницьку діяльність. Дефіцит ринкової економічної культури торкається всіх рівнів людської свідомості: знань, практичного досвіду, навичок, вмінь тощо. На відміну від командно-бюрократичної форми управління економікою, де абсолютним домінантом виступає держава, у ринковій економіці відносини в ідеалі повинні складатися окремо від держави, на приватному рівні, через ринки ресурсів та продуктів. В рамках ринкової економіки будь – який продукт або послуга виробляються з метою продажу на ринку і є товаром.

Ринковий світогляд базується на вмінні особи аналізувати плинні умови її соціального буття, на її готовності до соціальної та професійної мобільності. Особа повинна мати альтернативи щодо «майбутніх сценаріїв» її життєдіяльності в наслідок зростання екстремалізації функціонування суспільства. Сучасна людина не може мислити і бачити світ тільки локально: глобалізація вимагає розширення світоглядного горизонту людини і постійного «оновлення» картини світу для досягнення результативності своєї економічної діяльності. Обізнаність і «глобалістський світоглядний горизонт» є передумовою життєвого і професійного успіху сучасної людини. Ринкова світоглядна орієнтація вимагає від людини поглибленого вивчення тенденцій, факторів і механізмів розвитку економіки, сучасним феноменом якої є глибинні процеси трансформації соціуму.

Сучасна економічна парадигма, яка в певній мірі формує ринковий тип світогляду, базується на варіантності суспільного розвитку, спонукає розуміти людини як економічного агента, бачити логіку економічного розвитку з урахуванням усіх чинників у сферах культури, релігії, освіти, відносин з навколишнім світом з усвідомленим інтересом, впорядкованими за споживацькими вподобаннями. Ринковій трансформації суспільства притаманна соціальна атомізація, ослаблення сили традиції, внутрішньогрупової інтеграції і соціального контролю. Особистість стає більш відкритою по відношенню до світоглядних нововведень. Вважається, що людина з ринковим світоглядом у госпо-

дарській діяльності керується раціональністю, корисністю, спрямованістю на отримання максимальної вигоди. І тут криється небезпека для суспільства і самої людини, бо нема того злочину, як казав ще К. Маркс, на який людина не піде за 300 відсотків прибутку. Повинні бути моральні та правові заборони щодо обмеження можливих шляхів збагачення.

Цінності ринкових відносин впливають на життєві орієнтації людини неоднозначно. З одного боку, вони, безперечно, пробуджують ініціативу, активність, енергію людей, розширюють можливості для розвитку здібностей і творчості особистості. Але не можна забувати чи не звертати уваги й на інший бік впливу цінностей ринку на формування людини. Це – подвійна мораль, загальне відчуження, аксіологічний вакуум, психічні розлади, неврози тощо. Не тільки матеріальне, але і духовне життя суспільства й особистості будуються за законами ринкових відносин. В умовах ринкового соціального простору сталі конструкції ціннісних уподобань особистості нерідко набувають ситуативного характеру. Формування світоглядних орієнтацій особистості є безперервний процес через постійну зміну об'єктивних умов її життєдіяльності і освоєння людиною нових соціальних ролей. Перехід до ринкових світоглядних установок є необхідною формою відповіді, реагування особистості на ринкову модернізацію соціального простору.

Як відомо, особливості світоглядної конструкції формуються під впливом як об'єктивних, так званих «реальних факторів» (економіка, ідеологія, держава та ін.), так і суб'єктивних факторів. Соціальний фактор виступає як провідний з точки зору причинного впливу на формування ринкового світогляду. Це не виключає впливу і такого фактору як самобудування особистості, конструювання або вибір нею образу світу і власного образу, вибір нею долі і соціальної ролі, цінностей і ідеалів. Сучасна освіта повинна формувати ринкову культуру, тобто навчати людину такій соціально-економічній поведінці, яка є адекватною природі ринкових відносин та духовним настановам та цінностям тієї чи іншої спільноти. Людина повинна усвідомлювати, що ринок надає можливість для підвищення її матеріального становища відповідно до власних зусиль, знань та вмінь. [10,2]

Ринковий тип поведінки лише починає формуватися й великою мірою залежить від перебігу реформ, соціальних очікувань індивідів. Правила ринкового буття повинні бути відображені в законодавстві і реальній практиці життєдіяльності соціальних суб'єктів. Програми ринкового реформування суспільства повинні бути конструктивними і

мати на меті те, що об'єднує більшість населення. Заохочення підприємницької ініціативи, соціально затребуваної праці, ліквідація всіх форм паразитизму, консолідація країни і соціалізація (олюднення) суспільних відносин повинні відбиватися в соціально-економічній політиці держави.

Зазначимо, що факторною домінантою постіндустріального розвитку стає інтелектуальний капітал. Тому поступово зростає значення таких цінностей в системі ринкового світогляду як інтелектуальний капітал і якісна освіта (як одного із шляхів його досягнення). Інтелектуальний капітал на відміну від традиційних факторів виробництва, які примножували фізичні можливості людини, реалізує розумові потенції людини, створює більші можливості для людини в економічному й суспільному житті, а також відбиває тенденцію можливого поєднання в людині власника і виробника.

Необхідно звернути увагу на аспекти, що сприяють становленню ринкового світогляду. Так М. Мегрелішвілі розділяє їх на дві групи: деструктивні та конструктивні [13].

До деструктивних аспектів становлення ринкового світогляду слід віднести:

1) дефіцит ринкової культури. «Під дефіцитом ринкової культури маються на увазі певні особливості масової економічної свідомості та поведінки людей, для яких характерна відсутність: 1) розуміння структури та механізмів ринкової економіки; 2) досвіду участі у функціонуванні ринкових структур; 3) вміння відігравати певні економічні ролі за умов ринкових реалій. Тобто дефіцит ринкової економічної культури, що торкається всіх рівнів людської свідомості: знання, практичний досвід, навички, вміння тощо» [16, 401]. Проте, зазначена особливість не є критичною, оскільки знання, навички, вміння набуваються з досвідом.

2) небажання громадян орієнтуватися на ринкову економіку, оволодіти ринковою культурою. Цей аспект має більш деструктивний характер. За сучасних соціально-економічних умов певний прошарок населення опинився в ситуації виживання, власники платять найманим робітникам мінімальну заробітну платню, яка не може забезпечити належним чином навіть базові потреби. Тому переважна більшість людей пенсійного віку вороже сприймає зміни у сфері економіки, вони з ностальгією згадують минуле життя, яке може і не було надто забезпеченим, проте було більш комфортним і передбачуваним.

3) відсутність сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу. Навіть при створенні державою відповідних умов

для розвитку середнього класу, світогляд не можна змінити миттєво, потрібен час, щоб люди були готові до самостійної діяльності, особистої відповідальності за свої рішення. Що ж до стану суспільства, що перебуває в аномії, то всі суб'єктивні позитивні зміни особисті будуть мати незначний ефект.

Конструктивним аспектом формування ринкового світогляду є те, що більшість молодого покоління демонструє орієнтацію на ринкові цінності. Так, наприклад, студентська молодь, за даними соціологічних опитувань, бачить вихід України з кризи в переході до ринкових реформ. «Молодь України все більше думає по-ринковому. Ступінь ринкового мислення складає біля 52%... У студентському середовищі зароджуються нові стереотипи позитивного ставлення до бізнесу, підприємницької діяльності, на противагу пануючій сталості емоційно-негативної її оцінки, характерної для всієї української ментальності. Студенти більше ніж інші вікові соціально-демографічні групи адаптувалися до ринку не лише психологічно, але й реально: 80% респондентів мають додаткові заробітки, які тією або іншою мірою їх задовольняють» [25, 42].

Проте викликає занепокоєння той факт, що активні ініціативні молоді люди з вищою освітою (особливо зі знанням іноземних мов і новітніх комп'ютерних технологій) намагаються віднайти себе і реалізувати свій потенціал не на батьківщині, а за кордоном.

Отже, у становленні ринкового світогляду в українському суспільстві на сьогоднішній день деструктивні тенденції переважають. Саме по собі формування ринкового світогляду у більшості населення країни ще не вирішить економічних, соціальних і політичних проблем, крім того, ринковий світогляд має не тільки виключно позитивні характеристики. Проте, в сучасних умовах розвитку українського суспільства він безумовно буде більше сприяти як розвитку окремої особистості, так і розвитку суспільства загалом [13].

Становлення транзитного суспільства супроводжується глибокими соціально-політичними, економічними й культурними трансформаціями, які, в свою чергу, спричиняють світоглядні зміни та світоглядну розгубленість. Тому важливо з'ясувати, як у добу глобалізації змінюється світ і уявлення про нього, як змінюється уявлення людини про саму себе і свої взаємозв'язки зі світом, які зміни відбуваються у ціннісній підсистемі світогляду, у його спонукальній складовій.

Процеси глобалізації прискорюють виникнення нового способу організації соціального життя, що у теоретичному плані призводить до формування нового ідеально типового світоглядного конструкту, а саме: планетарного світогляду. Але важливо усвідомлювати, що цей

новий світогляд є не емпіричним феноменом, а саме ідеально типовим конструктом, в якому фіксуються універсальні ідеї, цінності, ідеали, норми, принципи діяльності і життєдіяльності, які стосуються спільної долі людства.

Виникнення цього нового світоглядного конструкту ускладнює діалектику загальнолюдського, національного та індивідуального в оцінно-пояснювальній, орієнтаційно-інтегративній та мотивоційно-спонукальній підсистемах світогляду на всіх рівнях його суб'єктивної представленості і вимагає врахування цих змін у формах організації освіти і виховання у добу транзиту.

Світоглядна проблематика у добу глобалізації не вичерпується лише проблемою ідентичності. Усі дослідники процесу глобалізації все наполегливіше застерігають не тільки від кризи ідентичності, а й від антропологічної кризи і навіть антропологічної катастрофи. Загроза антропологічної катастрофи вбачається, насамперед, у деструктивному ставленні людини до світу природи, а в більш загальному вимірі – у деформації ціннісному світу людини, що знаходить прояв у девальвації надутилітарних цінностей і смислів у світогляді сучасної людини, у ціннісній аномії, цинізмі, переважанні споживчих орієнтацій над творчо-продуктивними [23, с. 46].

Тепер звернемось до посилення впливу релігії і релігійних організацій, на світоглядні установки пересічного українця.

Релігійний чинник в Україні здійснив неймовірно потужний тиск і майже досяг своєї мети – стати домінуючим у свідомості пересічних громадян. Цьому сприяла низка чинників. Вітчизняна дослідниця Л. Кривега, що досліджувала світоглядні орієнтації особистості у суспільстві, що трансформується, назвала низку чинників сприяння посиленню релігійної складової у світоглядній культурі особистості [9]. Зупинимось на деяких з них.

У першу чергу трансформації світогляду сприяв крах інтелектуального і морального оптимізму, який був характерний для радянської людини, став однією з причин звернення до релігії в якості обґрунтування своїх світоглядних орієнтацій. Поразки зазнав раціоналістичний оптимізм відносно прогресу людини і суспільства, і можливості перевлаштування життя на принципах розуму і справедливості. В порівнянні з наївною довірою до життя і вірою в можливість удосконалення людини і суспільства в марксизмі і комуністичній ідеології в цілому, християнство і новосектантська релігія виявилися стриманішими. Вони краще виражали надію людських спрямувань, необхідність зважати на недосконалість світу.

На цьому фоні реалістичне відображення в релігії переживань і звичайних тягот життя людини з її скорботою і печалю, турботами і занепокоєнням стало одним з чинників релігійного ренесансу в перехідний час. Трансформація суспільства затребувала такі функції релігії як порятунок (для тих, що не знайшли доки своє місце в новій соціальності), так і форми подяки (для тих, що досягли успіху в цих умовах) або спокутування гріхів. Бо « гріхи», на думку Ф.Ніцше, завжди неминучі – в них справжня опора влади [15, с. 43]. Для релігії знання вторинне, її покликання – порятунок людини і, передусім його душі. « Релігія є, або принаймні претендує бути, художницею порятунку, і справа її рятувати. Від чого ж рятує нас релігія? Вона рятує нас від нас, рятує наш внутрішній світ від хаосу, що таїться в нім... Вона залагоджує душу. А вміщуючи світ у душі, вона умиряє і ціле суспільство, і усю природу [22, с. 818]».

Не останнім чинником ренесансу релігійного обґрунтування світобачення сучасної людини є обцинності релігійного життя. Втративши співвіднесену себе з партійною організацією, трудовим колективом, патерналістською державою, пострадянська людина виявилася затребуваною лише релігійним колективом, общиною.

Перебування в общині дозволяє дезорієнтованій особі, що не вписалася в ринок, знайти хоч якийсь сенс своєї життєдіяльності. Але перебування в общині робить людину несприйнятливою до логіки, до будь – якої світської інформації. У психіці людини формується механізм так званого перцептуального захисту, при якому усе, що не відповідає релігійній установці, особливо не сприймається. Людину притягає в релігійну общину атмосфера комуни, братерства – того, що вона втратить в умовах ринкового суспільства. Тут частенько панує дух подвижництва, взаємодопомога і взаємопідтримка, немає значної майнової диференціації, є можливість бути почутим.

Ренесанс релігійного обґрунтування світоглядної орієнтації особи на пострадянському просторі свідчить про прагнення і наполегливу потребу людини набути духовної опори і упевненості перед лицем сучасної кризи, численних потрясінь, загроз, розчарувань. Але це відродження проте саме по собі свідчить не лише про те, що справжній зміст релігій порятунку дійсно стає світоглядним орієнтиром сучасної людини, але і про те, що в його бажанні опертися на міцну, заслуговуючи повагу і довіри світоглядну орієнтацію відсутні світські еквіваленти релігії.

Звернення до релігійного обґрунтування пов'язане і із спробою людини в такому нестійкому, швидко такому, що змінюється соціумі знайти не зовнішню, а внутрішню духовну опору. У своєму зверненні до релігії, церкви людина швидше шукає духовність, етичну, а не політичну орієнтацію. Сучасна релігійність акцентує увагу на розумінні віри як внутрішньої справи і вибору особи, а не як справи державної, нав'язуваної ззовні.

В період трансформації пострадянського суспільства, цей мотив звернення до релігійного обґрунтування світоглядних орієнтацій посилюватиметься у міру послаблення значення мотиву «реваншу» – звернення до релігії як демонстрації протесту проти атеїстичної комуністичної ідеології. Цьому сприятиме твердження в суспільстві ліберально-демократичних норм відносно релігійного світогляду і церковних установ.

Потрібно зазначити і таке джерело як використання нетрадиційних релігій в якості обґрунтування світоглядних орієнтацій особи.

Причини популярності означених культових організацій полягали в наступному:

- привабливість, властива усьому малозрозумілому і незнайомому;
- падіння популярності історичних релігій, в яких роль пересічних вірян, як правило зводиться до пасивної участі у богослужінні і дотримання обрядів. Тому властиві їм жорсткі статuti і приписи сприймаються людьми, особливо молоддю, як перешкоди до самовираження і духовних пошуків реалізувати свої світоглядні запити в альтернативних формах;
- більшість нетрадиційних релігій пропонують проекти радикального перевлаштування світу «тут і зараз», що в умовах інфляції, злочинності, безробіття, розпаду зв'язків між поколіннями відповідає очікуванням максималістські налаштованих людей, прагнучих знайти духовний спокій в обстановці різких несподіваних змін у своєму матеріальному становищі, в політичному житті країни в цілому [14, с. 4–5].

Відмічаючи ренесанс релігійного обґрунтування світоглядних орієнтацій особи, водночас слід підкреслити, що релігійні установи, і зокрема православ'я, не відповідають в повній мірі принципам ринково-орієнтованої особи. Така риса православної духовності як соборність є породженням системи патріархальних цінностей. Цій системі властиві патерналізм і патріархальний колективізм, духовне подвижництво і обрядовість. А ці риси різко протистоять диктату ринку, затребуваності їм таких характеристик як індивідуалізм, прагматизм, соціальна активність, уміння ризикувати. Прагнення жити як усі, звільнення від

мирських пристрастей, споглядальність, пригнічення соціальної активності – ось спадщина православної моральної виучки: це мораль не для людини і справи, не для практичного життя, а для життя, присвяченого подвижництву, подвигам духу, для боротьби з Богом в собі, а не у зовнішньому світі [14, с. 23].

Розкриваючи особливості трансформації світогляду в умовах ринку, потрібно відзначити вплив науки на обґрунтування світоглядної орієнтації особистості. У добу краху марксистської світоглядної свідомості позбавлені інтелектуального керівництва і опіки маси стали легкою здобиччю астрології, яснобачення, езотерики, хіромантії, спиритизму та інших антинаукових концепцій. Зазначимо, що у світогляді сучасної людини все більше місця займає псевдонаука. Можна говорити про її масовану рекламу у засобах масової інформації. Повсюдна практика типу цілительства молитвою або зняття «родових гріхів», телепатичних діалогів з позаземним розумом, астрологічних прогнозів свідчить про чергове занурення ментальної картини світу особистості у містицизм.

Ще на початку століття О. Шпенглер відмічав, що згадані постулати псевдонауки пронизані смертельною отрутою розпаду і невідворотно ведуть до занепаду цивілізації.

Послаблення наукових основ світоглядних орієнтації особистості викликано і тим, що висунені наукою ідеали мають здебільшого абстрактний характер, не зачіпають повсякденного життя людини.

Криза наукового обґрунтування світоглядних орієнтації особистості характерна для пострадянських країн. Сучасна наука, філософія і культурологія мали б позитивно вплинути на формування більш високого рівня світоглядної культури особистості пересічного українця, але вони це зробити неспроможні в силу того, що сучасна епоха, яку умовно можна охарактеризувати в якості періоду між «модерном» та «постмодерном», насправді вимагає поєднання «класичних» та «сучасних» підходів, потребує зважання на плюралізм сучасних методологічних установок. Адже система культури та суспільства в нестабільному перехідному стані складна і багатокomпонентна. Це, безумовно, позначається і на культурі методологічного мислення науковця, зокрема, призводить до певного «перехрещення», співвіднесення класичного та некласичного (в значенні – сучасного) типів раціональності; до появи певних «синтетичних» парадигм, як, наприклад, герменевтична феноменологія, аналітична психологія.

Перехідність епохи для України позначається і в тому, що «країна переживає болісний процес трансформації тоталітарного, однопартійного політичного режиму та намагається віднайти шляхи до демократії, образно кажучи, «з людським обличчям». Цей процес також актуалізує інтерес до міфології, що набуває ознаки важливого чинника в сучасних соціально-політичних, культурних та економічних перетвореннях українського суспільства», – слушно зазначає О.П. Полісаєв [17].

Становлення української політичної нації відбувається в складний період, коли стагнація основних інституцій українського суспільства – наука, освіта, культура, право, політика, виробництво і навіть релігія – потребують реформування, а підстави до цивілізованого варіанту розв'язання назрілих проблем на даний час відсутні. Адже як свідчить історичний досвід, суспільні кризи, подолання яких вбачається лише шляхом нав'язування раціоналізованих форм прийняття рішень «верхівкою» суспільства, не можуть бути подоланими. Щодо цього слушною є думка А. Кольєва про необхідність «урівноваження інновацій традицією, яка тісно пов'язана з релігією та міфологічною спадщиною [7, с. 6]».

Характерним для сучасного етапу формування світоглядної культури є синкретизм її обґрунтування. Він проявляється у використанні особистістю засобів науки, філософії, релігії, міфу, мистецтва, магії і інших систем для побудови картини світу і його розуміння. Сама перехідна епоха за своїм змістом синкретична – в ній тісно переплітається старе, відживаюче і нове, таке, що тільки зароджується, традиційне і новаторське, соціалістичне і капіталістичне, ринкове і планове. У зв'язку з «переоцінкою цінностей» відбувається народження нової картини світу і світоглядних уявлень. У зв'язку з цим необхідно констатувати, що жодна людська система мислення, включаючи релігійну або таку, що ґрунтується на світських гуманістичних принципах, не може претендувати на втілення абсолютної істини, повної «святості», правоти і досконалості. «Будь-яке домагання на володіння абсолютною Істиною, на будь-яке земне, конкретне втілення досконалості веде у безвихідь або до тоталітаризму, або цинізму і повного безвір'я» [6, с. 24].

Синкретизм світоглядного обґрунтування сучасної особи обумовлений мозаїчністю культури, що стало постмодерністською реакцією на відчуження особи в умовах реалізації тоталітарних ідеологічних проєктів. Постмодернізм протиставив ідеологічному центруванню гру культурних

кодів (мистецтва, релігії, філософії, магії та ін.) на периферії контролюваного світоглядного простору. Кожен вільний вибрати, споживати або просто мати ту, що задовольняє його комбінацію світовідчуття і розуміння, ту або іншу програму соціальної діяльності [21, с. 159].

З боку макрорівня формування світоглядної культури особистості забезпечує національна еліта країни, оскільки вона є джерелом, носієм і захисником національного інтересу. Вона це робить шляхом концептуалізації суперечностей і тенденцій соціального розвитку.

Початок дев'яностих років минулого століття продемонстрував успішність перш за все тих громадян, які не були обтяжені моральними чеснотами та не відзначались глибиною духовних запитів, а часом і інтелектом. На зміну одних міфологем комуністичного гатунку, прийшли інші, згідно з якими сучасна духовна парадигма в основі своїй повинна ґрунтуватись на засадах меркантильного прагматизму та пролонгації ідей ринкового лібералізму. Однак ліберальна модель розбудови соціально-економічних засад ринкового суспільства, по-перше, ніколи не буде сприйнята широким загалом як оптимальна, по-друге, вона не здатна дати адекватну відповідь на виклики часу в сучасному українському соціумі. Розпад СРСР зумовив не лише зміну духовних пріоритетів, але й необхідність формування формотворчої державницької парадигми, основаної на довірі та повазі до державних інститутів.

Реалії українського життя однозначно засвідчують, що невирішені проблеми духовного та зокрема світоглядного плану все більше стають на заваді подальшого розвитку нашого суспільства, при цьому ми вважаємо цілком обґрунтованою точку зору тих науковців, які вважають, що подальша трансформація України до європейських цінностей можлива лише за умови максимального залучення творчого потенціалу переважаючої кількості членів всього суспільства.

При цьому важливим є не лише вибір найбільш оптимального шляху трансформації української держави, а й концентрація зусиль на найбільш перспективних напрямках її розвитку, що є можливим лише за умови потужної об'єднавчої ідеї, носієм та генератором якої виступає ідея національної єдності, поступ до європейської культурної парадигми.

Війна на Донбасі загострила застарілу проблему нашого суспільства. Сьогодні немає єдиного набору принципів існування або цінностей, які здатні були б об'єднати всю країну. Свої набори цінностей у різних регіонів, вікових груп і соціальних верств. Молоді, яка не зводить захопленого погляду із Заходу, все важче зрозуміти людей похилого віку, що сумують за згаслою славою Сходу. Донбас

живе в одній ціннісній парадигмі, Наддніпрянщина – в іншій, а Галичина у третій. Селянський менталітет, що, ймовірно, сягає своїм корінням ще в часи Русі, конфліктує з світоглядом бізнесменів, які багато запозичили від підприємливості та хоробрості запорожців; осібно стоять люди з «пролетарським» поглядом на речі, винесеним із недоброї пам'яті радянських часів. [18, с. 19]

Особистість громадянина виступає фундаментальною демократичною цінністю, навколо якої будується демократичний світогляд та розбудовується сама демократія. Демократію в жодному разі не слід розуміти як підкорення більшістю меншості, оскільки без захисту інтересів меншості, урахування конкретних індивідуальних потреб людей демократія перетворюється на авторитаризм. Для успішної розбудови демократії на теренах сучасної України важливими є наступні аспекти: успішна політична соціалізація та виховання у громадян відповідного рівня політичної культури; формування компетентності, відповідальності та автономії особистості; знаходження оптимального балансу між двома напрямками ціннісної самореалізації людини – соціальною ідентифікацією та індивідуальною реалізованістю [1, с. 9].

Війна між демократичними та авторитарними цінностями триває сьогодні. І одна з битв цієї війни розгорнулася на українській землі, в українських головах та серцях. Насправді це не битва між державами та арміями. Це двобій між тим, хто хоче сам визначити своє життя, і тим, хто чекає на милість господаря.

Отже, сьогодні в Україні гостро відчувається необхідність формування нового світогляду. XXI століття повинно стати століттям формування вільної особистості. Становлення вільної особистості багато в чому залежить від умов функціонування суспільства в цілому, але, як зазначає І.Ф. Прокопенко, «рушійний поштовх до зміни традиційного, патріархального світогляду, повинна зробити освіта» [19, с. 9]. Саме тому виключно актуальною в теоретичному і практичному аспектах є проблема формування нового світогляду.

Етап транзиту, який визначає напрям розвитку українського соціуму, розвиває усталені уявлення про взаємодію людини, природи, суспільства, породжує цілий спектр нових форм міжособистісних взаємодій, які не тільки відкривають нові шанси і можливості, але й підвищують ступінь ризиків у перехідному суспільстві. Формування такого світогляду, який в умовах утвердження ринкових відносин, вимагає бути людиною успішною в усіх сферах своєї життєдіяльності.

Література

1. Андрієнко О.В. Особистість у світоглядній системі координат демократичного суспільства// Наука. Релігія. Суспільство. – 2010, №1. – С. 4–12.
2. Андрущенко В. П. Освіта як чинник формування демократичного світогляду студентів //Нова парадигма, 2014, Випуск 119, Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова. – С. 3–12.
3. Бек У. Космополитическое мировоззрение. – М. : Центр исследований постиндустриального общества, 2008. – 336 с.
4. Бойко А. І. Соціальна трансформація суспільства та проблема світогляду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bibl.kma.mk.ua/pdf/naukpraci/history/2004/32-19-4.pdf>
5. Демиденко В.В. Формування світоглядних уявлень особистості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.iai.donetsk.ua/_u/iai/dtp/.../9/.../s6a7.html
6. Духовность, художественное творчество, нравственность: материалы «круглого стола» // Вопросы философии. – 1996. – № 2. – С. 3–40.
7. Кольев А. Политическая мифология: Реализация социального опыта / А. Кольев. – М. : Логос. 2003. – 384 с.
8. Кремень В. Політична стратегія України. Порівняльні перспективи// Віче. – 1994. – № 6.
9. Кривега Л. Д. Мировоззренческие трансформации личности в условиях трансформации общества/ Л. Д. Кривега. – Запорожье : ЗГУ, 1998. – 202 с.
10. Кривега Л.Д., Сухарева К.В. Ринковий світогляд: зміст і цінності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.confcontact.com/20101224/1_krivega.php
11. Кротков Е.А. Множественность мировоззрений – территория конфликтов? // Человек. – 2012. – № 1. – С. 105–115.
12. Леонтьев Д.А. Мировоззрение как миф и мировоззрение как деятельность // Менталитет и коммуникативная среда в транзитном обществе. – Томск.: Томский гос. ун-т., 2013. С. 11–29.
13. Мегрелішвілі М.О. Деструктивні та конструктивні аспекти становлення ринкового світогляду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.confcontact.com/20101224/1_megre.php

14. Нетрадиционные религии в посткоммунистической России : материалы круглого стола // Вопросы философии. – 1996. – № 12. – С. 3–32.
15. Ницше Ф. Антихристианин/ Ф. Ницше // Сумерки богов; [сост. и общ. ред А. А. Яковлева: перевод]. – М. : Политиздат, 1989. – С. 17–93.
16. Пилипенко В.Є. Ринкові реформи і поведінка населення: проблеми дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua / portal / Soc _ Gum / Mtpsa /2009_15/ Pilipe.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtpsa/2009_15/Pilipe.pdf)
17. Полісаєв О. П. Архітектура сучасного міфу / О.П. Полісаєв. – Тернопіль : Видавництво «Астон», 2008. – 336 с.
18. Примост В. 2015-й: що ми напишемо на прапорі перемоги? // Український тиждень. – 2014.- № 52. – С. 16–21.
19. Прокопенко І.Ф. Суспільно-творчий потенціал сучасної освіти і перспективи самоствердження України // Філософсько-педагогічний дайджест. Вип.1. 2003, Харків, ХДПУ ім. Сковороди, 2003. – С. 7–12.
20. Сайр Д. Парад миров. Типология Мировоззрений. Пер. с англ. – СПб. : Мирт, 1997. – 247 с.
21. Филоненко А. Наука и религия: культурологическая рецепция диалога / А.Филоненко // Философская и социологическая мысль. – 1996. – № 3-4. – С. 153-163.
22. Флоренский П.А. Слово пред защитой книги « О духовной Истине», Москва, 1912 г., сказанное 19-го мая 1914 года / П.А. Флоренский // Столп и утверждение Истины . – М. : «ПРАВДА», 1990. – Т. 1 : Столп и утверждение истины: В 2 ч. – Ч. 2. – С. 818.
23. Хайрулліна Ю.О. Світоглядна культура особистості: структурно – функціональний аналіз: монографія/ Ю. О. Хайрулліна; Мін- во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. пед. ун-т імені М.П. Драгоманова. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. – 235 с.
24. Холтон Дж. Что такое антинаука? / Дж. Холтон // Вопросы философии. – 1992. – №2. – С. 26-58.
25. Шмалей С.В. Динаміка ціннісної свідомості молоді в сучасний період [Електронний ресурс]: – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua / portal / soc _ gum / pedalm / texts /2008-1/ 006.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pedalm/texts/2008-1/006.pdf)

Білоус Н.П.,
к.філ.н., доцент,
Чала Н.М.,
ст. викладач,
Київський національний
торговельно-економічний університет

ПІДГОТОВКА ПЕРЕКЛАДАЧІВ ДЛЯ РОБОТИ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Переклад є засобом міжмовної комунікації. Важлива роль перекладу вже давно визнана у сучасному суспільстві. Практично жодного контакту на міжнародному рівні або навіть між будь-якими двома іноземними особами, що говорять різними мовами, не можна встановити або підтримувати без допомоги перекладачів.

Не менш важливим є переклад для безперервного та вдалого функціонування різних міжнародних установ таких як ОБСЄ, МВФ, ПАРЄ або ООН з її численними радами, комісіями, комітетами. Вони можуть працювати тільки завдяки армії перекладачів, які представляють різні держави і працюють з різними мовами. Робота міжнародних конференцій, симпозіумів, конгресів тощо, так само неможлива без професійних перекладачів.

Декілька факторів сприяли підвищеному зростанню попиту на переклад протягом останніх років:

- глобалізація ринків, міжнародної торгівлі і фінансів призвели до збільшення попиту на переклад фахової літератури та документів декількома мовами;
- збільшення числа поїздок у формі відряджень, конференцій, туризму;
- виникнення нової термінології у зв'язку з появою новітніх технологій, процесів, програм;
- бажання задовольнити великі ринки призводить до необхідності опису продукту декількома мовами одночасно;
- створення нових платформ і медійних засобів для передачі і публікації інформації;
- зміна шляхів і каналів розподілу продукції;
- зростання числа мов, які використовуються у міжнародних ділових операціях.

Завдяки щоденним перекладам науково-технічних матеріалів і текстів стає можливим розвиток та прогрес численних галузей національних економік. З розширенням світового ринку, зростанням значення промисловості та бізнесу на глобальному рівні та посиленням обміну товарів і послуг з'являється підвищений попит на перекладацькі послуги у багатьох сферах таких як: економічна (угоди про вільну торгівлю), екологічна, освітня (програми обміну), медична, фінансова, авіаційна і т.д.

Таким чином, компаніям, що працюють на глобальному ринку, доводиться перекладати інформацію для міжнародної аудиторії. Це дозволяє полегшити ділове партнерство за кордоном, розширити ринки збуту і продавати на глобальному рівні. Але незалежно від причини, підприємства стають більш вибірковими до аудиторії, на яку спрямований переклад, та інформації, яку потрібно перекласти. Компанії все частіше відмовляються від нашвидкуруч виконаних перекладів, оскільки саме вірне та адекватне відтворення текстів безпосередньо впливає на аудиторію та передає необхідне смислове навантаження.

За дослідженням Яна Хендерсона, голови компанії Rubric, що спеціалізується на наданні перекладацьких послуг, однією з ключових умов для кожної компанії, яка займається (або планує зайнятися) глобальним бізнесом, є переклад. Дослідження показують, що більше 75% клієнтів бажають купувати товари, про які дізнаються рідною мовою. Саме тому підприємство повинно забезпечувати переклад вебсайтів, товарів та маркетингових матеріалів для своєї цільової аудиторії. А отже, переклад низької якості може справити негативне враження про бізнес. Такий переклад не найкращим чином впливає на ефективність брендингу і може поставити під сумнів репутацію компанії. З цієї причини варто перекладати інформацію про продукцію не просто іншою мовою, а й у інший культурний контекст [1].

Сьогодні існує три основні варіанти, якими може скористатися компанія для перекладу офіційної інформації та ділових паперів:

- машинний переклад;
- професійний перекладач;
- краудсорсинг.

Кожен з них має свої переваги і служить для досягнення певної мети.

Машинний переклад, прикладом якого є Google Translate, як правило, вільно використовується і дає миттєвий переклад. Слід мати на увазі, що такі переклади часто не зовсім точні і не відповідають високим вимогам глобальних клієнтів. Однак вони в більшості випадків

дозволяють зрозуміти суть документа, який перекладався. Далі цей документ можна корегувати, маючи базові знання іноземної мови та добре орієнтуючись в предметній галузі, до якої належить інформація, що перекладається.

Останнім часом якість комп'ютерного перекладу покращилася. Проте існують проблеми з граматичними та синтаксичними зв'язками у реченні, з відтворенням термінології. До граматичних проблем перекладу можна віднести неправильне розпізнавання типів зв'язків між членами речення, що в свою чергу порушує порядок членів речення, заміна одного члена речення на інший, комп'ютерному перекладачеві досить складно дається розпізнавання родової та відмінкової форм. До лексичних проблем, перш за все, відноситься неправильний принцип відбору словникових відповідників, повна або часткова неперекладність, неправильний переклад термінології.

Найчастіше машинний переклад застосовується при перекладі документації, інструкцій, листів з електронної пошти, сторінок з Інтернету (Web-сторінок). Інше застосування систем – полегшення рутинної роботи перекладачів, виконання за них підрядкового перекладу, який можна легко відкорегувати [2, 107].

Багато науковців працюють над вирішенням проблем автоматичного перекладу, що зумовлено практичною необхідністю у ньому. Крім того, у сучасному суспільстві спостерігається тенденція до збільшення обміну інформацією. На 2009 рік кількість сторінок, перекладених тільки засобами автоматичного перекладу, оцінювалася в 1,5 млн сторінок на рік. З іншого боку, це всього лише 1% від усіх перекладних у світі текстів [3, 86].

- Професійні перекладачі, які є носіями мови або вільно володіють мовою, забезпечать високу якість перекладу за окрему плату. На відміну від машинних перекладачів, професіонал може брати до уваги правила граматики і розмовні фрази.

Професійні послуги у сфері перекладу мають важливе значення для багатьох підприємств і установ. Спілкування з представниками різних країн світу стає все більш і більш важливим у наш час, особливо за умов частих переїздів з однієї країни до іншої, відправлення документів до інших держав.

Перекладачі необхідні для того, щоб переконатися, що будь-який документ, відправлений іншій стороні, яка не володіє мовою, буде зрозумілим і навпаки.

Власники компаній все частіше звертаються до професійних перекладачів, щоб отримати якісний переклад, замість того, щоб

покладатися на перекладачів-фрілансерів. Професійні перекладачі можуть працювати з різними типами документів, такими як юридичні, фінансові, медичні тощо. Вони не лише володіють мовою, а й опановують різні сфери діяльності; що дозволяє освоїти професійний жаргон та сленг.

Перекладачі компанії повинні бути в змозі надати вірні переклади документів. Вірний переклад є перекладом, в якому зберігається сенс оригіналу. Ідіоми з мови оригіналу можуть втратити свій сенс при перекладі слово в слово іншою мовою. Будь-який кваліфікований перекладач не буде перекладати за допомогою Google Translate; а відтворюватиме зміст тексту-оригіналу. Професійні перекладачі компанії часто співпрацюють з коректорами і редакторами, щоб переконатися, що у будь-якому перекладеному документі зберігаються мовні норми.

При виборі компанії, яка надає професійні послуги з перекладу, потрібно звертати увагу на наступні фактори. По-перше, враховувати кваліфікацію і досвід перекладачів. Кваліфікація перекладача залежить від досвіду його роботи у конкретній галузі. Проте, для перекладу деяких документів, потрібно більше, ніж робочі знання, тобто досвід. Перекладачі повинні не лише добре володіти багатьма мовами, але і бути знайомі з культурою країн, мовами яких вони перекладають.

Слід також враховувати професіоналізм – здатність перекладачів до роботи у встановлені терміни, етику перекладача при обговоренні професійних питань.

- Краудсорсинг (в перекладі з англійської – використання ресурсів натовпу) набуває все більшої популярності. Це є одним зі способів виконання перекладу, але може зайняти деякий час, необхідний для пошуку добровольців, які, ймовірно, мають мало досвіду у галузі перекладу. Проте, послуги краудсорсингу є дешевшими ніж професійного перекладача, при цьому забезпечують досить високу якість перекладу [4].

Використовуючи нові технології краудсорсингу, можна подолати недоліки традиційної моделі перекладу і зробити переклад інформації доступним навіть для найменших організацій.

Краудсорсинг дозволяє знайти двомовну людину, яка готова у свій вільний час перекласти необхідну інформацію. Основні причини, з яких потенційний перекладач-волонтер може виконати роботу: зацікавленість проектом, програмою, тематикою текстів для перекладу; бажання вдосконалити свої перекладацькі уміння, наявність вільного

часу, можливість використання результатів своєї роботи у власному портфолію, відома назва та імідж компанії-замовника.

Вартість таких перекладів значно нижча від вартості перекладів, виконаних професіоналом. Така послуга дозволяє уникнути проблеми з мовами, на які потрібно перекладати тексти.

Те, якими способами користуватися, залежить від пріоритетів компанії.

Для перекладу рекламних текстів краще звертатися до професійного перекладача, машинний переклад добре підходить для внутрішнього використання, а краудсорсинг – для користувацького контенту, зазначає Роберт Ленг, генеральний директор і співзасновник служби перекладу Gengo. Для виконання великомасштабних проєктів можна користуватися усіма інструментами.

Існує велика потреба в поліпшенні технологій перекладу. Компанії можуть розширювати свою діяльність по всьому світу так швидко, як тільки знаходять ресурси, щоб ознайомитися з новою країною або опанувати нову мову.

За умов швидкого розвитку традиційна модель перекладу іноді виявляється неефективною. Тому ринок перекладу ХХІ ст. повинен бути:

- глобальним: ця характеристика притаманна в цілому усьому світові, в якому ми живемо. Рушійними силами у процесі глобалізації стають перш за все торгівля (адже задля досягнення успіху компанії стали виходити поза межі геополітичних кордонів, пропонуючи свою продукцію та послуги по всьому світі), а також новітні технології, які уможливили надзвичайно швидке поширення та передачу інформації. Усе це спричинює зростання обсягів міжнародної комунікації, а відповідно, і збільшення попиту на переклад та, звичайно ж, перекладачів;

- децентралізованим: завдяки новітнім технологіям географічне місцезнаходження перекладача втратило свою актуальність. Так, перекладач може мешкати в Україні, виконуючи при цьому замовлення для компанії у, скажімо, Австралії. З одного боку, це є перевагою, оскільки розширює можливості професії, але з іншого – приховує і певні недоліки, зокрема розширення конкуренції;

- спеціалізованим: новітні технології впливають на типи текстів, які необхідно перекласти. Окрім попиту на переклад текстів у традиційних галузях на кшталт фінансової або науково-технічної, постійно з'являються нові сфери, в яких збільшується обсяг перекладів. Образ перекладача-універсала відходить у минуле, адже сучасний перекладач опановує певну галузь (або кілька галузей), в яких спеціа-

лізується. Йому доводиться постійно поповнювати свої знання в обраній сфері – знайомитися не тільки з новою термінологією, а й з сучасним технічним забезпеченням, що використовується в процесі перекладу;

- динамічним: передбачити, які новітні технології з'являться та які саме сфери користуватимуться попитом, неможливо, а тому на даному етапі мова йде про підготовку перекладача з певним універсальним набором навичок та вмій, які дозволять йому у подальшому успішно адаптуватися до змін на перекладацькому ринку та опанувати переклад у необхідних галузях;

- віртуальним: більшість перекладацьких послуг пропонується та надається через Інтернет. Перекладачам та замовникам більше не потрібно зустрічатися очно. Деякі перекладацькі агенції існують лише у віртуальній реальності, інші мають офісні приміщення, однак, незважаючи на це, перекладачі у таких агенціях дуже часто все одно працюють віддалено, так само надходять і замовлення. В Інтернеті існують численні платформи, на яких фрілансери можуть пропонувати свої послуги та шукати нових клієнтів;

- вимогливим: сучасне технічне забезпечення перекладу, з одного боку, полегшило роботу перекладача, але з іншого – поставило низку нових викликів. Наведемо приклади кількох з них. По-перше, засоби автоматизації перекладу постійно розвиваються й вдосконалюються, а отже, перекладачеві доведеться вдосконалювати свої навички та вміння користування ними. По-друге, такі засоби надали можливість замовникам розробити власні глосарії та термінологічні бази, якими перекладачам доводиться користуватися, що значно обмежує їх творчу свободу.

Важливим етапом у підготовці майбутніх перекладачів є опанування основ теорії перекладу. Термін «теорія перекладу» в широкому значенні протиставляється терміну «Практика перекладу» і включає в себе всі спостереження, ідеї та концепції, що стосуються перекладацької практики, способів та умов її здійснення, різного роду факторів, що впливають на неї прямо або опосередковано. В теорії перекладу розрізняють «Загальну теорію перекладу», «Приватні теорії перекладу», «Спеціальні теорії перекладу» [5, 23].

Загальна теорія перекладу вивчає найбільш загальні закономірності перекладу, що існують незалежно від конкретної пари мов, які беруть участь у процесі виконання перекладацької діяльності.

Приватні теорії перекладу вивчають особливості перекладу в рамках конкретної пари мов.

Спеціальні теорії перекладу розкривають особливості процесу перекладу текстів різних жанрів та стилів.

Загальна історія перекладу надає основні поняття приватних і спеціальних теорій перекладу, тому знання її базових положень є абсолютно необхідними для перекладачів.

Основними завданнями теорії перекладу є наступні:

- опис загальнолінгвістичних основ перекладу;
- визначення перекладу як об'єкту дослідження;
- розробка класифікації видів перекладацької діяльності;
- розробка принципів побудови приватних і спеціальних теорій перекладу;
- розкриття сутності перекладацької еквівалентності;
- розробка принципів наукового опису дій перекладача по перетворенню тексту оригіналу в текст перекладу;
- вивчення впливу прагматичних і соціальних факторів на процес перекладу;
- визначення поняття «норма перекладу» і розробка принципів оцінки якості перекладу.

Варто зазначити, що теорія перекладу носить дескриптивний характер, тобто займається виявленням та описом об'єктивних закономірностей перекладацького процесу, в основі котрих лежать особливості функціонування мов, що беруть участь у цьому процесі. Інакше кажучи, теорія перекладу не надає вказівок стосовно того, як слід перекладати, проте описує механізм перекладу на основі аналізу перекладів, що виконуються перекладачами-практиками. Разом з тим, на основі опису механізмів перекладу стає можливим сформулювати деякі нормативні рекомендації, принципи та правила, методи і прийоми, слідуючи яким, перекладач може успішніше досягти поставлених цілей. Однак знання цих нормативних вимог не передбачає їх бездумного, механічного виконання перекладачем. В будь-якому випадку переклад є творчою мисленневою діяльністю, для виконання котрої перекладач повинен мати цілий комплекс знань, умінь та навичок, брати до уваги різні лінгвістичні та екстралінгвістичні фактори і робити на їх основі правильний вибір. Прийняття до уваги подібних факторів є інтуїтивним і відбувається в результаті творчого акту і окремі перекладачі різною мірою вмють виконувати переклади. Висока ступінь такого вміння називається мистецтвом перекладу, що невід'ємно пов'язане з поняттям культури перекладу.

Визначення терміну «культура», як зазначено в Concise Oxford Dictionary варіюється від опису гуманітарного значення цього терміну до мистецтва культивування рослин і бактерій та включає в себе широкий спектр проміжних аспектів. Варто розглянути цей термін більш конкретно з огляду на мову і переклад. Так, Ньюмарк визначає культуру як «спосіб життя, властивий суспільству, що використовує конкретну мову та свої засоби вираження» [9, 94], а, отже, визначає, що кожна мовна група характеризується своїми власними культурними особливостями. Крім того, він додає, що «мова не є компонентом або особливістю культури» [9, 95], заперечуючи думку Вермеєра, який стверджує, що «мова є частиною культури». На думку Ньюмарка, позиція Вермеєра унеможлиблює процес перекладу, хоча останній вважає, що переклад тексту вихідної мови відповідною формою мови-перекладу (TL) є частиною ролі перекладача в міжкультурному спілкуванні.

Поняття культури має важливе значення при вивченні перекладу і, незважаючи на розбіжності в думках щодо того, чи є мова частиною культури чи ні, ці два поняття здаються нероздільними. Обговорюючи проблеми відповідності в перекладі, Ніда надає рівне значення для обох мовних і культурних відмінностей між SL і TL, і робить висновок, що «відмінності між культурами можуть викликати більш серйозні ускладнення для перекладача, ніж відмінності в мовній структурі» [10, 130]. Він також пояснює, що паралелі в культурі часто дають загальне розуміння, незважаючи на значні формальні та структурні зміни при перекладі. Культурні наслідки для перекладу, таким чином, мають таке ж істотне значення як і лексичні та граматичні проблеми.

Теорія Лотмана стверджує, що «жодна мова не може існувати, якщо вона не занурена в контекст культури, а жодна культура не може існувати, якщо в її центрі не лежить структура природної мови» [8, 211–232]. На думку С. Баснет [7, 13–14] важливість цього подвійного розгляду при перекладі є незаперечною, оскільки мова є «серцем культури», а обидва ці поняття є взаємозалежними. Таким чином, передача лише лінгвістичних факторів є тільки частиною складного процесу перекладу, який передбачає розгляд цілої низки додаткових екстралінгвістичних критеріїв. Звідси можна зробити висновок, що перекладач повинен перекладати вихідний текст таким чином, щоб версія у мові перекладу повністю відповідала оригіналу. [7, 23]. Отже, при перекладі, важливо враховувати вплив на читача не тільки лінгвістичних факторів, але і культурних аспектів.

Отже, ми бачимо, що підготовка перекладача має бути комплексною, оскільки професія перекладача вимагає широких знань (лінгвістичних, екстралінгвістичних, загальнокультурних з галузі країнознавства, історії і літератури, а також знань, необхідних для перекладу в спеціальних галузях – економіці, юриспруденції, політиці, освіті, медицині і т. ін.). Професійний світогляд перекладача – це система узагальнених поглядів на світ професії, яка динамічно розвивається, її роль і місце в соціумі, що визначають ставлення до галузі міжкультурної, іншомовної і міжособистісної комунікації та до самого себе як суб'єкта професійної перекладацької діяльності [5].

Успішна реалізація майбутніх перекладачів повною мірою залежить від їхньої професійної підготовки, якостей і вмінь. Професійна підготовка майбутніх перекладачів є процесом формування їхньої комунікативної компетентності та передбачає не тільки оволодіння мовою як засобом спілкування, навчання, самоосвіти та забезпечує вільне, нормативно-правильне й функціонально-адекватне володіння всіма видами мовленнєвої діяльності іноземною мовою на рівні, близькому рівню носія мови [6], а й дозволяє їм після закінчення вищого навчального закладу здійснювати всі передбачені для перекладача функціональні обов'язки.

Проте робота перекладачів у глобальному середовищі ставить перед ними нові виклики, що в свою чергу вимагає поглянути на процес їх підготовки та навчання з нового боку. Сьогодні професійний перекладач – це вже не просто посередник при спілкуванні різномовних груп. Це має бути повноцінний фахівець у певній галузі (фінанси, інвестиції, торгівля тощо), що володіє теоретичними знаннями та практичними навичками перекладу. В цілому українська освіта прагне відповідати сучасним тенденціям і підготовка перекладачів у певній галузі вже відбувається, проте досить часто вона не є якісною. Тому варто звернути увагу на можливість здобування студентами фаху такого як «інженер-перекладач» або «перекладач-економіст» і т.д. Це дозволить майбутнім перекладачам зайняти на ринку праці гідне місце.

Література

1. <http://www.ex-primo.com/ru/>
2. Кузьменко Д.М. Комп'ютерна лінгвістика і Web 2.0. – К. : Наукова думка, 2009. – 250 с.
3. Евдокимов А.С. Искусство машинного перевода. – М. : Hard'N'Soft, 2005. – №7. – С. 86-91.

4. <http://www.cmswire.com/cms/customer-experience/the-importance-of-translation-in-business-and-the-world-014896.php>
5. Осокин Б.А. Введение в теорию и практику перевода. Перевод политологического текста. – М. : Москов. гос. ин-т междунар. отношений (Университет) МИД России, 2008. – 152с.
6. Програма з англійської мови для університетів / інститутів (п'ятирічний курс навчання): Проект / Колектив авторів.: С.Ю.Ніколаєва, М.І.Соловей, Ю.В. Головач та ін. – К. : – Держ. лінгв. ун-т, 2001. – 245 с.
7. Bassnett S. 1991. Translation studies. London: Routledge.
8. Lotman J., Uspensky, B. On the semiotic mechanism of culture, New Literary History, 1978. – pp. 211-232.
9. Newmark P. A Textbook of Translation. – A.Wheaton & Co.Ltd., 1987. – 311 p.
10. Nida E. Principles of Correspondence. In Veniti, L. The translation studies reader. London: Routledge, 1964.

Бондаренко Н.О.,
канд. юрид. наук.,
доцент кафедри
загальноправових дисциплін
Київського національного
торговельно-економічного університету

КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС ОСОБИ: ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ

Конституційно правовий статус особи – поняття багатовимірне, що являє собою втілення міри свободи особи в політично організованому суспільстві, в державі. Ці питання стали предметом дослідження фахівців в галузі права, зокрема, О.Ф. Скакун [1], О.П. Горбаня [2], А.М. Шульги [10], В.М. Шаповала [11], В.В. Панасюка [8], В.О. Ріяки [12], А.З. Георгіца [13]. Вказані вчені мають як загальні підходи щодо розуміння сутності конституційно-правового статусу особи, так і роблять своєрідні висновки щодо структури, змісту, класифікації цього явища. В цих дослідженнях майже відсутні засади практичного втілення теоретичних доробок в сучасну світову практику.

Отже, метанашого дослідження полягає в з'язуванні сутності поняття конституційно-правового статусу особи з урахуванням практичних засад його втілення в сучасну світову практику.

Завдання дослідження полягають у визначенні змісту, структурних елементів, різновидів конституційно-правового статусу особи, виходячи з сучасних наукових доробок та практичних знань.

В науковій літературі, конституційних, законодавчих актах термін «особа» вживається як родове поняття на позначення людини, учасника суспільних відносин. Зокрема, О.Ф. Скакун зазначає, що «людина саме тоді стає істотою суспільно, коли вона є біологічно сформованим індивідом із волею та свідомістю» [1, с. 24]. Вважаємо слушним висновок О.П. Горбаня про те, що основу правового статусу людини створюють відносини громадянства, бо саме від суспільства людина отримує свої права, гарантовані законодавчими актами держави [2, с. 26].

Щоби з'ясувати структурні елементи конституційно-правового статусу особи, звернемось до його понятійного визначення. Становище індивіда в суспільстві, відображене та закріплене в основному законі, визначається як конституційний статус особи. Варто відмітити, що на сьогодні склалися різні підходи до розуміння терміну «правовий статус». Зокрема, М.М. Рассолов вважає, що це «сукупність прав, свобод, обов'язків та відповідальність особистості, що встановлюють її правовий стан в суспільстві». [3; с. 217]. В.М. Корельський, В.Д. Перевалов вважають, що «це правовий стан людини, відображаючий її фактичний стан у взаємовідносинах з суспільством та державою» [4, с. 503]. На думку М.Н. Марченко це «складова частина системи прав, що виступає у якості відносно самостійного регулятора суспільних відносин» [5, с. 267].

Як бачимо, більшість сучасних дослідників розглядають поняття «правового статусу» з точки зору системи санкціонованих Конституцією, законами прав, свобод, обов'язків особи та її відповідальності перед суспільством [6, с. 91].

Права, свободи, обов'язки, на нашу думку, виступають центральними елементами змістовної структури правового статусу особи, проте не вичерпують його.

Більш слушною. в цьому сенсі, є позиція Т. Шаповал, яка визначає правовий статус особи через сукупність прав, обов'язків та юридичних гарантій цих прав, що закріплені в статтях Конституцій та законодавчих актах [7; с.32].

Фахівець конституційної галузі права В.В. Панасюк стверджує, що правові принципи є невід'ємними складовими правового статусу особи [8; 132].

Враховуючи наукові здобутки фахівців у галузі права, можемо дійти висновку, що структурними елементами конституційно-правового статусу виступають: права, свободи, обов'язки особи, правові принципи та юридичні гарантії їх реалізації, закріплені в основному законі держави. На слушність нашої позиції вказує назва і зміст розділу II Конституції України «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина» [9]. Так, суб'єктивні права виступають мірою дозволеної поведінки особи в державі; суб'єктивні обов'язки виступають необхідною мірою поведінки особи в державі; свободи особи – це вираз міри автономії особистості в суспільстві [8; с. 133]; правові принципи – керівні ідеї та засади, що визначають зміст правого регулювання статусу особистості; юридичні гарантії являють собою систему правових засобів захисту суб'єктивних прав, закріплених в конституційних актах та законах держави.

Видова класифікація конституційно-правового статусу особи може бути здійснена за ознакою громадянства: правовий статус громадянина; правовий статус іноземця; правовий статус особи без громадянства [10; с.20].

Стан громадянства втілює особливість політико-правового зв'язку між особою та державою, є засобом інституціоналізації принципів їхніх взаємовідносин, наділяючи осіб усією повнотою прав у сфері владарювання.

Конституційна теорія та практика розрізняють два аспекти громадянства: державно-правовий й міжнародно-правовий. З другим пов'язують термін «держана належність» під яким розуміють існування між державою та особою юридичного зв'язку особливого характеру, але при цьому особа може і не бути громадянином. Така особа є політично підвладною відповідній державі і має право на міжнародно-правовий захист з її боку. Але якщо ця особа не є громадянином, держава не зобов'язана гарантувати її права і свободи в повному обсязі [11; с. 103].

Особливість юридичного зв'язку, що виникає між громадянином та державою полягає в тому, що він є сталим у часі та просторі. Це означає, що відносини громадянства не можуть перериватися автоматично, навіть, якщо особа-громадянин тимчасово перебуває на території іншої країни, вона продовжує знаходитись під захистом держави своєї належності.

Іноземцями визнаються особи, які не мають громадянства держави, на території якої вони перебувають, але мають докази громадянства іншої держави. Правове становище іноземців регулюється законодавством країни перебування та міжнародними угодами.

Сукупність прав та обов'язків, встановлених національним та міжнародним правом по відношенню до іноземних осіб, створює їхній статус, правовий режим іноземних громадян. Існує кілька його видів: національний, найбільшого сприяння і спеціальний правові режими. Так, надання країною перебування іноземцю обсягу прав в основному рівному тому, що мають громадяни цієї країни створює національний правовий режим. Виключенням тут можуть бути політичні права (право участі в референдумах, виборчому процесі, право нести військову службу), а також деякі трудові права (працювати на державних посадах, в адвокатурі, нотаріаті). Режим найбільшого сприяння для іноземців встановлюється на підставі договору і має створювати для них в основному той самий обсяг прав та обов'язків, що їх мають громадяни будь-якої третьої держави. Спеціальний режим – встановлює пільговий або обмежувальний режим користування правами іноземними громадянами на підставі багатосторонніх регіональних і двосторонніх угод між державами (безвізовий в'їзд, спрощений режим перетинання державного кордону).

Правовий статус особи без громадянства (*апатриди*) – особи. Як і за рішенням державно-владного органу чи за власним бажанням позбавлені громадянства і не набули іншого громадянства [12; с. 73]. Апатризм з позицій національного і міжнародного права сприймається негативно [11; с. 109].

Запропоновані Шульгою А.М. класичні види правового статусу особи за ознакою громадянства, на наш погляд, не вичерпують існуючи в світі юридичні зв'язки між особою і державою. Так, в науковій літературі та практиці виділяють категорію осіб з подвійним, множинним громадянством, яких узагальнено називають «біпатриди». Так, Семенов В.С. визначає *біпатризм* як правовий статус особи, за яким вона одночасно має громадянство двох або більше країн [12; с. 72]. Таке явище може виникати в силу різних обставин: шлюбних відносин осіб, що мають громадянство різних країн, законодавством яких встановлено принцип неможливої автоматичної втрати громадянства жінкою та обов'язкового набуття дружиною громадянства чоловіка; у зв'язку з народженням дитини від іноземців, законодавством країни походження яких встановлено принцип «права крові» на території держави, де діє принцип «права ґрунту»; під час натуралізації осіб, у

випадку, якщо законодавство країни нової належності не вимагає відмови від попереднього громадянства.

В національному та міжнародному праві біпатризм вважається аномальним явищем, а у законодавстві більшості країн не визначаються його юридичні наслідки[11; с.109]. Навпаки, застосовуються різні заходи, щоби запобігти цьому явищу: законодавчо скасовується принцип автоматичної втрати громадянства жінкою у випадку її одруження; використовується практика оптації – вибору громадянства на підставі міжнародно-правових договорів[13;с.109].

Принцип невизнання множинного громадянства закріплений у Гаазькій конвенції 1930 року «З деяких питань стосовно колізій законів про громадянство»[14]. Принцип єдиного громадянства закріплений в статті 4 Конституції України [9].

Скоріше виключенням, аніж правилом є політична практика окремих країн світу, які на законодавчому рівні або на підставі міжнародного договору припускають можливість подвійного громадянства. Зокрема, ст.62 Конституції Росії допускає подвійне громадянство на підставі міжнародного договору. Історичні зв'язки Іспанії з рядом латиноамериканських держав породили практику встановлення біпатризму на підставі конституційних норм та міжнародних угод [13;с.101].

Де-факто біпатризм існує, що викликало в практичній діяльності судових установ та органів державної влади встановити єдиний критерій визнання законного громадянства біпатридів. Так, за основу був взятий прецедент Міжнародного суду ООН у справі Ноттебома, який одночасно був громадянином Гватемали та Ліхтенштейну. Рішенням цього юрисдикційного органу встановлені наступні критерії визнання єдиного законного громадянства: місце постійного проживання особи; знаходження її нерухомого майна; одержання постійного джерела прибутків; вияву політичних прав.Зазначені критерії покладені в основу концепції ефективної громадянської належності [12; с. 73].

Політична практика зарубіжних країн знає ще одну категорію осіб – негромадян, статус яких знайшов законодавче закріплення в нормативно-правових актах Латвії, Естонії. Так, відповідно закону від 12 квітня 1995 року «Про статус громадян колишнього СРСР, які не мають громадянства Латвії або будь якої іншої держави» негромадянами вважаються особи, котрі не є та не були громадянами ніякої країни, крім СРСР, які відповідають наступним вимогам: «1 липня 1992 року вони були поза залежності від статусу, вказаної в прописці житлової площі, зареєстровані на території Латвії, або їхнє останнє зареєстроване місце

проживання до 1 липня 1992 року було в Латвійській республіці, або рішенням суду встановлений факт того, що до зазначеної дати вони не менш ніж 10 років безперервно перебували на території Латвії», а також їх діти, які не отримали жодного громадянства [15].

Негромадянами в 1990-х рр. стали особи, які переселилися в Латвію з інших республік СРСР в 1940 – 1989 рр, їх діти. Причинами появи цієї категорії населення стали великі людські втрати Латвії під час між двома Світовими війнами, повільні демографічні процеси, велика міграція сюди населення з території СРСР через більш високий життєвий рівень у порівнянні з іншими радянськими республіками.

Юридичною підставою появи негромадян в Латвії стало рішення Верховного Суду цієї країни від 15 жовтня 1991 року «Про відновлення прав громадян Латвійської Республіки та про основні умови натуралізації», відповідно якого громадянами визнавалися тільки особи, що перебували відповідному політико-правовому зв'язку з Латвійською Республікою з довоєнних часів. Як підсумок, лише 2/3 мешканців набули статусу громадян держави [16].

Статус латвійських негромадян на відміну від апатридів є ширшим, оскільки вони мають латвійські паспорти фіолетового кольору (червоного кольору громадянські) із зазначенням в них англійською мовою статусу «*alien*», тобто, негромадянин; ці особи підлягають дипломатичному захисту Латвії за кордоном; наділені правом проживати на території Латвії.

Правовий зв'язок негромадян з Латвією визнаний певною мірою. На підставі чого виникли взаємні права та обов'язки. Це впливає із статті 98 Конституції, котра серед іншого, визначає, що «кожен, хто має паспорт Латвії, має право на захист з боку держави и право на вільне повернення в Латвію» [17; с. 411]. Цим Латвійська Республіка обґрунтовує думку, що наявність категорії негромадян не є порушенням Конвенції ООН про скорочення кількості апатридів 1961 року.

Варто відзначити, що негромадяни не мають виборчих прав (на відміну від подібної категорії осіб в Естонії), хоча можуть перебувати у складі політичних партій та здійснювати їм адресні пожертвування.

Негромадяни обмежені в професійній діяльності: не мають право нести служби військової, правоохоронної, працювати в пенітенціарній системі, працювати в держслужбі, адвокатурі, нотаріаті, фіскальній системі.

Негромадяни мають певні обмеження соціально-економічного характеру: у придбанні нерухомості, у правах на приватизаційні сертифікати, в підрахунку пенсійного стажу, у праві на носіння зброї, у

можливостях навчання в ВУЗах, безвізовому виїзді до ряду країн (більшість країн Євросоюзу, Норвегію, Ісландію).

Негромадяни можуть отримати громадянство Латвії шляхом натуралізації. Проте, ця процедура ускладнена багатьма обставинами: існуванням «вікон натуралізації»; статтею 11 закону Латвії про громадянство, яка позбавляє право на громадянство «осіб, які демобілізувалися в Латвії з рядів Радянської армії; членів компартії; злочинців; колишніх службовців КДБ та іноземних спецслужб; за вироком суду – виразників ідей тоталітаризму, в тому числі комунізму; осіб, які антиконституційними засобами діяли проти незалежності та державного ладу Латвії).

Реєстрація в якості громадянина Латвійської Республіки можлива для осіб, які пройшли повний курс навчання в школі з латиською мовою викладання, а з лютого 1999 р. – і для дітей негромадян, які народилися після 21 серпня 1991 р. (дата відновлення незалежності).

Для натуралізації необхідно скласти присягу вірності Латвійській Республіці; сплатити державний збір; скласти іспити з латиської мови, конституції, гімну, історії Латвії. Уряд залишає за собою право відмовити особі у наданні громадянства з політичних міркувань. В середньому процес натуралізації обіймає 7 – 8 місяців.

Міжнародна спільнота висловлює певною мірою неоднозначне ставлення до негромадянства та умов натуралізації. В рекомендаціях міжнародних організацій типові побажання спростити процедуру натуралізації; скоротити відмінності в правах громадян та негромадян. Так, місії ОБСЄ з надзору за парламентськими виборами в Латвії констатували, що той факт, що суттєва частина дорослого населення не має виборчих прав є свідченням «дефіциту демократії». Рада Європи, Рада країн Балтійського моря в своїх рекомендаціях відмічає необхідність розгляду можливості надання негромадянам права участі у муніципальних виборах. Побажання допустити негромадян до виборчого процесу в місцеві органи, прискорити процес натуралізації висловили Комітет з прав людини ООН та Європейський парламент [18; с. 23].

Подібний прецедент існування категорії негромадян склався ще в одній прибалтійській країні Естонії на підставі закону про громадянство 1992 року, відповідно якого громадянами Естонії були визнані тільки ті особи, що були громадянами республіки в довоєнний час та їх прями спадкоємці. На відміну від громадян Естонії, негромадяни не мають виборчих прав до вищої представницької установи, проте, беруть участь у місцевих виборах та мають право перебувати у складі політичних партій.

Проведене дослідження дає нам підстави зробити наступні висновки: конституційно-правовий статус особи складне багатовимірне явище, що складається з конституційних принципів, прав, свобод, обов'язків особи та юридичних гарантій їх захисту. Цей статус визначається основними законами держав світу. Відповідно класифікації статусу особи за ознакою громадянства в конституційній теорії виділяють: громадян, апатридів, біпатридів, іноземців, осіб без громадянства. Конституційна практика Латвії та Естонії знає ще один вид осіб за ознакою громадянства, негромадян, які відповідно конституційного законодавства цих країн обіймають «особливий правовий статус». Рекомендації міжнародної спільноти урядам Латвії, Естонії в цілому виходять з того, що існування цієї категорії населення не відповідає міжнародним стандартам, у зв'язку з чим пропонуються заходи щодо її усунення.

Література

1. Скакун О.Ф. Теорія держави і права: підручник. – Харків : Консум, 2001. – 656 с.
2. Горбань О.П. Правовий та соціальний статус іноземця та особи без громадянства [Електронний ресурс]/ О.П. Горбань // Форум права. – 2007. – №1. – С.26-33. – Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index
3. Теориягосударства и права: Учебник /под ред. М.М. Рассолова, В.О. Лучина, Б.С. Эбзеева. – М.ЮНИТИ ДАНА, Закон и право, 2001. – 640 с.
4. Теориягосударства и права: Учебник/ Под ред. В.М. Корельского, В.Д. Перевалова. – М.: Изд.группа ИНФРА – М –НОРМА, 1997. – 570 с.
5. Общаятеориягосударства и права / Отв.ред.М.Н.Марченко. – М. : Зерцало, 2000. – 416 с.
6. Права человека: учеб. Для вузов / отв.ред. Е.А. Лукашева. – М. : НОРМА –Инфра – М. 1999. – 573 с.
7. Шаповал Т. Правовий статус фізичної особи: деякі питання теорії // Вісник національної академії прокуратури України – № 3 – 2008 – С. 32–38.
8. Панасюк В.В. Конституційно-правовий статус особи. Український вимір [Електронний ресурс]/ В.В.Панасюк // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2011. – № 10 – С. 131–38. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmju_2011_10_22

9. Конституція України // www.rada.gov.ua
10. Шульга А.М. Правовий статус особистості, його види [Електронний ресурс] / А.М. Шульга // Право і безпека. – 2012 – №2 – С. 19–22. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/JRNU/FPindex>
11. Шаповал В. М. Конституційне право зарубіжних країн: Підручник/4-е стереотипне видання. – К. : АртЕк, 2001 – 264 с.
12. Конституційне право зарубіжних країн : навч. посіб. / М.С. Горшеньова, К.О. Закоморна, В.О. Ріяка та ін. ; за заг. ред. В.О. Ріяки. – 2-е вид. допов. і перероб. – К. : Юрінком Інтер, 2004. – 544 с.
13. Георгіца А.З. Конституційне право зарубіжних країн: Підручник. – Тернопіль: «Астон», 2003. – 432 с.
14. Гаазька Конвенція 1930 року з деяких питань стосовно колізій законів про громадянство // www.rada.gov.ua
15. Section 1 and Section 8 Law «On the Status of those Former U.S.S.R. Citizens who do not havt the citizenship of Latvia or that of any Other State»//vvc.gov.lv/export/sites/default/docs/LRTA/Likumi/On_the_Status_of_those_Former_U.S.S.R._Citizen.doc
16. Населення Латвії з етнічною приналежністю і національністю. Департамент громадянства та справ міграції 2015 // www.pmlp.gov.lv/lv/assets/documents/statistira/01.01.2015/ISVN_Latvija_pecTTB_VPD.pdf
17. Бостан С.К., Тимченко С.М. Державне право зарубіжних країн : навч. посібн. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
18. Бузаев В.В. Неграждане латвии. – Рига :ЛКПЧ, 2007. – 181 с.

Бохан А.В.,
канд. екон.наук, доц.,
докторант кафедри міжнародних економічних відносин
Київський національний торговельно-економічний університет

АКТИВАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В ДРАЙВЕРАХ РИНКОВИХ ЦІННОСТЕЙ

Глобалізаційні тренди є новим витком у розвитку суспільних відносин, що обумовлюють посилення екологічних детермінантів у міжнародних економічних взаємодіях. Прогресивна громадськість все більше спрямовує увагу людства до ідей економічної солідарності,

вимог соціальної паритетності та екологічної відповідальності бізнесу. Інтернаціональний зміст модернізації суспільства змінює пріоритети стратегій поступу і мотивує до настанов екологічної дипломатії.

Наукові підходи в дослідженні екологічних аспектів розвитку дипломатії розглядаються вченими, насамперед, в контексті: історії розвитку цивілізації, торгівлі та дипломатії (А. Мазаракі [1], В. Потемкін, В. Смолій); екологізації системи міжнародної економічної політики (А. Алімов [2], К. Блізнецька, В. Гуаньцзюнь, Дж. Керролл [3], Т. Колпакова, Н. Рогожина); відображення екологічних складових в економічній, багатосторонній, колективній, публічній та інших видах дипломатії (Т. Зонова [4], Г.К. де ла Каррьер [5], О. Фоміних, Г. Яригін) та ін. Водночас дослідження специфіки здійснення прогностики у цій сфері вимагає комплексного підходу та узагальнень задля покращення ефективності прийняття в майбутньому взаємовигідних для країн політичних рішень у сфері еколого-економічної діяльності.

Логіка філософії дипломатії відображена в тезі Г. К. де ла Каррьєра: *«Політична могутність держави і, відповідно, її дипломатії, залежить не лише від її економічних показників. Вона є похідною від мудрого поєднання компетентності і результатів, отриманих у різних сферах діяльності, де економічна активність поєднується з розвитком культури, винаходи вчених – зі здібністю до збройного втручання, увага до міжнародної економічної активності – з соціальною згуртованістю всередині країни»*[5].

У контексті збільшення рівня транскордонного прояву наслідків екологічних проблем, міжнародне співтовариство ініціює оновлення формату консолідації зусиль країн задля їх розв'язання. Саме тому активація екологічної дипломатії є закономірним явищем, еволюційним процесом і стратегічно важливим напрямом діяльності суспільства, що передбачає:

- формування, узгодження, лобіювання й представлення країнами національних комерційних, торговельних і політичних інтересів екологічного характеру на світових ринках;
- включення екологічних питань у контракти та договірне право; виявлення специфіки екологічних імперативів у торговельній політиці іноземних держав;
- відстоювання позицій під час участі у ділових міжнародних форумах, переговорах і консультаціях щодо екологізації зовнішньо-економічної діяльності країн;

□ удосконалення інструментарію досягнення взаємоприйнятних бізнес-компромісів, які мають забезпечувати поліпшенню еколого-економічної ситуації в країнах чи регіонах світу;

□ врегулювання політичних і торговельно-економічних конфліктів, спрямованих на захист довкілля та покращення рівня екологічної безпеки;

□ застосування превентивних заходів щодо зловживань у контексті протекціонізму та екологічно загрозливих експансіоністських намірів;

□ проведення ратифікації міжнародних угод та їх інкорпорації в систему національного екологічного законодавства та ін.

Доцільно відзначити, що екологічна дипломатія знаходить своє апробування, насамперед, в практиці розвитку міжнародного бізнесу, де конструктивність ділових відносин залежить від комплексу інноваційних заходів стимулювання ділових контактів. Зазвичай, вони формуються у процесі ведення переговорів, а також осередках бізнес-конгресів, ділових форумів і виставкової діяльності, що переважно орієнтовані на виявлення передових досягнень у сфері науково-технічного прогресу, інвестицій, інновацій та екології.

Все це мотивує суб'єктів міжнародного бізнесу до створення нових комбінацій продуктів і послуг, спроможних у взаємодії з споживачами і партнерами збільшувати створювану ними ринкову цінність. Унікальним джерелом нових ідей та інновацій є: бізнес-партнери, стратегічні альянси, міжфірмові мережі, виробники, посередники, покупці, консультанти, споживачі та конкуренти. До того ж «агенти дипломатії» можуть виступати реальними чи потенційними посередниками в структуруванні контенту ринкових комунікацій, у т. ч. екологічного спрямування.

Можна стверджувати про те, що назріла нагальна потреба в спільнотворенні нових ринкових цінностей на основі розробки й впровадження бізнес-моделей системного й екологічного характеру.

Економічну сутність «бізнес-моделі» визначають як: 1) нову одиницю досліджень, що стосується опису, аналізу, побудови, трансформації, розуміння та пояснення нових концепцій ведення бізнесу; ці дослідження дозволяють більш системно пояснити процес бізнес-діяльності, а також того, як створюється і привласнюється цінність на ринку [6]; 2) нове джерело забезпечення стійкості конкурентної переваги суб'єкта на ринку (міжнародному, світовому) [7]; 3) спосіб, за допомогою якого компанія створює цінність для клієнтів, отримує від

цього прибуток, забезпечує стратегічний контроль над ланцюгом створення цінностей.

Здобуття конкурентних переваг компанії залежить також від того, наскільки бізнес є інноваційним, унікальним та захищений від імітації. Розвиток «дипломатії контактів» є невід’ємним атрибутом комплексного підходу до розробки бізнес-моделей із урахуванням: основних її властивостей оновлення, критеріїв формування, цілей та ефектів взаємодії учасників у даному процесі (табл. 1).

Таблиця 1

«Дипломатія контактів» у розвитку бізнес-моделей [8]

Функціональна спрямованість дипломатії контактів	Комплекс інноваційних компонентів у формуванні бізнес-моделей
↓	↓
Організаційна Креативна Превентивна	<i>Основні властивості оновлення бізнес-моделей</i>
	▪ Генерованість бізнес-моделі
	▪ Інноваційність бізнес-моделі
	▪ Реалізованість бізнес-моделі
Прогресивна Експансійна Інтеграційна	<i>Цілі взаємодії суб’єктів ринку (міжнародного, світового)</i>
	▪ Розширення сфери бізнес-діяльності
	▪ Формування унікальності бізнес-моделі
	▪ Присвоєння нових цінностей на ринку
Комунікаційна Стимулююча Мотивуюча	<i>Ефекти взаємодії господарських агентів (посередників)</i>
	▪ Маневреність у випередженні конкурентів
	▪ Неможливість імітації бізнес-моделі
	▪ Швидкість реалізації інноваційного процесу
Системна Контрольна Безпекова Об’єднуюча Екологічна	<i>Критерії формування та реалізації бізнес-моделей</i>
	▪ Види і специфіка функціонування бізнес-діяльності
	▪ Динаміка змін ринкових мотивів, інтересів і потреб
	▪ Параметри екзо- і ендogenous середовища бізнесу
	▪ Невизначеність строків досягнення бізнес-результатів
	▪ Забезпечення динамічності інноваційних процесів
	▪ Подолання інерційності компаній, партнерів, суспільства
▪ Утвердження імперативу консолідації та відповідальності	

Стратегічно важливим є необхідність забезпечення великої швидкості здійснення інноваційних процесів, оскільки при їх значній пролонгації знецінюються потенційно досяжні результати, оскільки ідеї та нововведення з часом втрачають комерційну цінність. Успіх можливий за умов постійного оновлення бізнес-моделей, швидкої реалізації інновацій, їх адаптації та поглинення ринком.

В епоху динамічних і радикальних змін на світовому ринку проявляється невизначеність дій і намірів економічних агентів, що є передумовою для диверсифікації напрямів міжнародного бізнесу. Цей процес може забезпечуватися і заходами «дипломатії контактів», які мають бути: довірчими, плідними, мобільними, системними, перспективними тощо. Необхідність дотримання в бізнесі таких постулатів обумовлюються специфікою реалій глобалізацій.

Зокрема, Й. Фрідман зазначає: *«Глобальна фрагментація передбачає стрімке зростання кількості інтерпретацій світу, і саме це становить собою специфічно-історичний зміст глобальних дискурсів. Світовий банк може переходити від орієнтації на фронтальний розвиток до серйозної підтримки племінних альтернатив і збереження екосистем. Але сам Банк не є джерелом жодної з цих позицій, які слід відстежити назад у часі до особливого ідентичного простору «модерності». Це вимагає формування усвідомлення глобального – і не тільки серед особового складу глобалізованих або глобалізуючих установ, від економістів Світового банку та дипломатів до антропологів»* [9].

У зв'язку з цим спостерігається модифікація «контенту дипломатії» – інформаційного наповнення процесу дипломатичних відносин, що має просторовий, часовий та ідеологічний вимір. Використання мережевої організації в дипломатичній сфері має включати такі структурні рівні охоплення як: інституціональний (структурна побудова та організація); нарративний (історія становлення, розвитку та функціонування мереж); доктринальний (стратегія, тактика, методи); технологічний (сумісність інформаційних систем); соціальний (особистісні зв'язки, довірчі контакти, ділове партнерство); екологічний (стійкість систем, симбіоз елементів, безпека розвитку) та ін.

Саме тому масштабне використання віртуальних, інформаційних, комунікаційних і дипломатичних каналів у бізнес-взаємодіях сприяє швидкості подолання невизначеності та різного роду ризиків за рахунок впровадження новацій у формуванні ринкових цінностей. Вони гарантують отримання відповідних сигналів зворотного зв'язку від зовнішнього середовища компанії для проведення циклічного оновлення чи удосконалення бізнес-моделі. За умов багатовекторності екологічної дипломатії в міжнародній економічній сфері, таких сигналів стає дедалі все більше на ринку.

Тому в діловій практиці стратегії розвитку бізнесу орієнтовані на виконання таких завдань як: «створення збалансованої бізнес-системи», «управління змінами & швидкість», «формування конкурентних і диференційованих стратегій». Успішне виконання цих завдань сприяє формуванню стійкості конкурентних переваг компанії та включає практичну реалізацію таких стратегій як:

- «стратегії покращення» – синергічна організація (інклюзивність або 7S-модель, корпоративні здібності, результативне лідерство, система підтримки інновацій); управління ланцюгом цінностей (управління процесами, системні інновації, удосконалення);

- «стратегії венчурні» – революційні продукти (радикальні продукти, внутрішньофірмові венчури, спін-аути, спін-офи, «проривні» дослідження); інновації в галузі інновацій (зростання на основі можливостей, венчурне інвестування);

- «стратегії екологічного лідерства» – першість у створенні інноваційних проєктів і бізнес-концептів на засадах екологічної індустріалізації та ринкової модернізації.

Внаслідок цього формується новий рівень культури екологічного менеджменту, що передбачає утворення більш диверсифікованих форм міжнародної бізнес-діяльності. Перспективним напрямом реалізації стратегій розвитку міжнародної діяльності може бути комбінація сценаріїв і реальних «опціонів бізнесу». Їх поєднання дозволяє розв'язувати протиріччя між прихильністю і невизначеністю на ринку. В результаті економічні контрагенти, що використовують такий підхід і дипломатичні заходи, спроможні створювати велику «цінність» власних бізнес-моделей за меншого рівня ризику.

Базуючись на теоріях інновацій, трансакційних витрат і ресурсних обмежень стратегічних мереж, виокремлюють 4 групи сил руху бізнесу – «драйверів» спільного створення ринкових цінностей компанією, її партнерами і споживачами: економічність, новизна, утримання і компліментарність (рис. 1).

Загалом можна констатувати про тенденції оновлення бізнес-моделей, використання нових інформаційних і дипломатичних ресурсів, що сприяють збільшенню рівня «ринкових цінностей» та активізації діяльності суб'єктів світового ринку інноваційної продукції. Динаміка змін в міжнародному політичному, економічному, та екологічному середовищах обумовлює необхідність комплексного аналізу передумов створення та можливостей оновлення бізнес-моделей з урахуванням традицій бізнес культури в країнах світу.

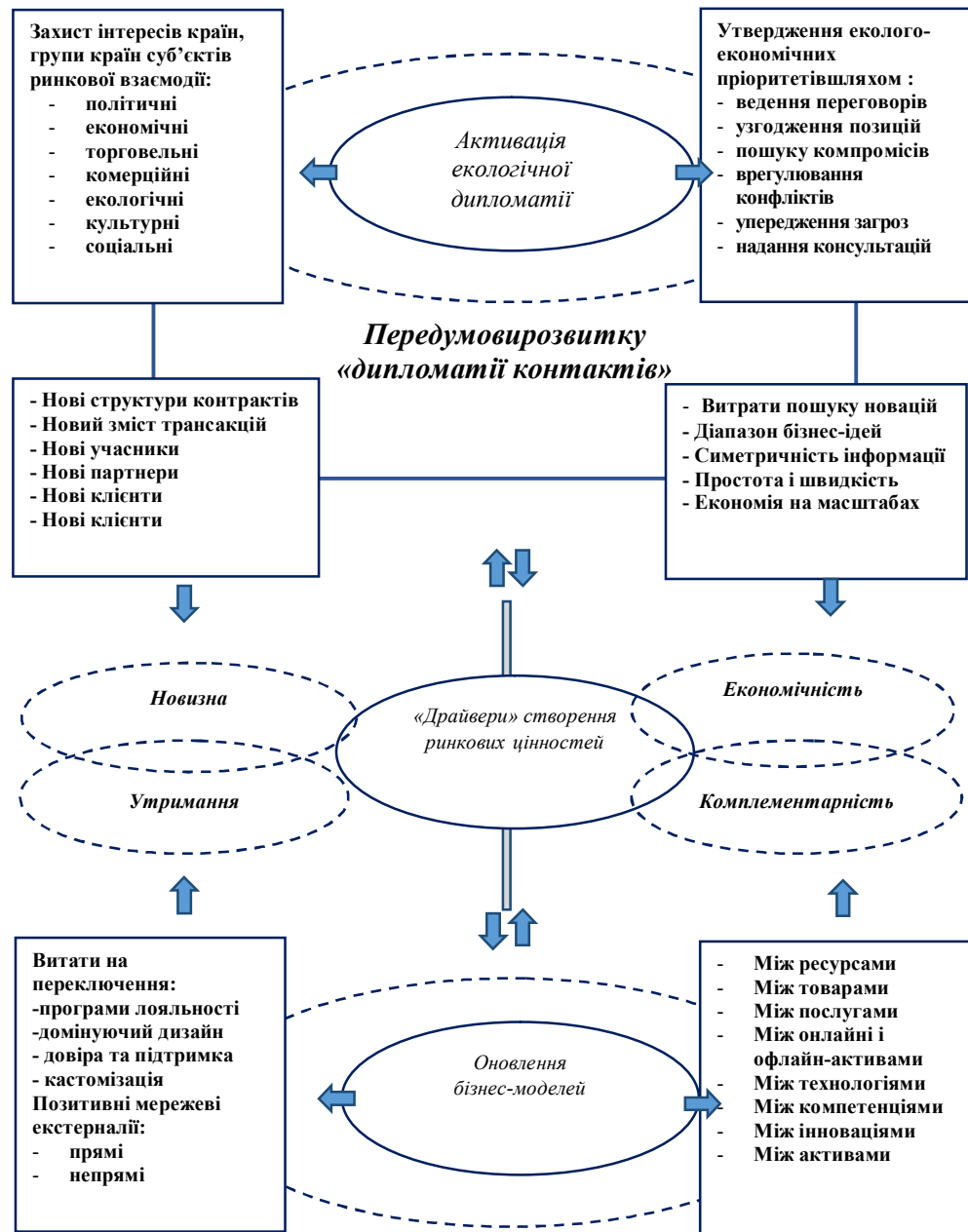


Рис. 1. Середовище активації екологічної дипломатії за умов оновлення бізнес-моделей*

*Авторська розробка

Так, Ф. Жульєн, виявляючи різницю між китайською та європейською концепцією ефективності, зазначив: *«Європейська традиція «побудови успішної дії» спирається на платонізм, тобто на підгонку практики до заздалегідь заданої абстрактної схеми, моделі, зразка, тоді як у китайців, навпаки, схема ефективності полягає не в тому, щоб «переслідувати» якийсь ефект, а в тому, щоб дочекатися певних умов і не заважати йому (ефекту) відбутися»* [10].

Зарубіжний досвід свідчить, що успіх бізнесу визначається не лише традиційними для компаній (країн) перевагами, але й типом міжорганізаційних, міжкрайових і міжнародних мережових взаємодій, ресурсним потенціалом у використанні нових способів ведення бізнесу, форм конкуренції та культури дипломатії.

Наприклад, Німеччина надає відповідну дипломатичну підтримку німецьким компаніями у виставковій бізнес-діяльності, що базується на розгалуженій мережі федерального та регіонального рівня, сприяючи їх ефективній дислокації на території національній чи країн-членів ЄС, а також ближнього й дальнього зарубіжжя. Особливе дипломатичне сприяння надається малому та середньому бізнесу через Комітет з виставок і ярмарків Німеччини «AUMA», Міністерство економіки і технологій, Міністерство продовольства, сільського господарства та захисту прав споживачів. Функціонування виставкової індустрії ФРН забезпечує активізацію міжнародних ділових контактів, урізноманітнення форм взаємодії між німецькими й зарубіжними торговельними компаніями. В даному разі існуючі міжнародні платформи у цій сфері демонструють інноваційні моделі бізнесу та розвиток партнерства, в яких екологічні аспекти постають все більш домінуючими.

Крім того, дипломатія впливає на процеси інституціональних перетворень у світі на різних рівнях, що відображено в різних партнерських угодах між екологічними організаціями (рис. 2). Зокрема, Європейське агентство з питань захисту навколишнього середовища (European Environment Agency – EEA) координує мережу спостереження за довкіллям. До складу агентства входить 33 держави (28 країн членів ЄС, Ісландія, Ліхтенштейн, Норвегія, Туреччина, Швейцарія); країни-учасниці Східного партнерства та Середземноморського Союзу, країни Центральної Азії та ін. (Канада, США, КНР, Росія). Інститут дослідження систем навколишнього середовища (Environmental Systems Research Institute – ESRI) і американська компанія (продукування геоінформаційних систем) уклали меморандум про взаєморозуміння-взаємодію (Memorandum of Understanding – MOU). Механізми спільного використання і доступу до важливих геофізичних даних про стан

довкілля, що надаються 38 європейськими країнами – можуть використовуватися для створення нових сегментів ринку екологічних технологій.

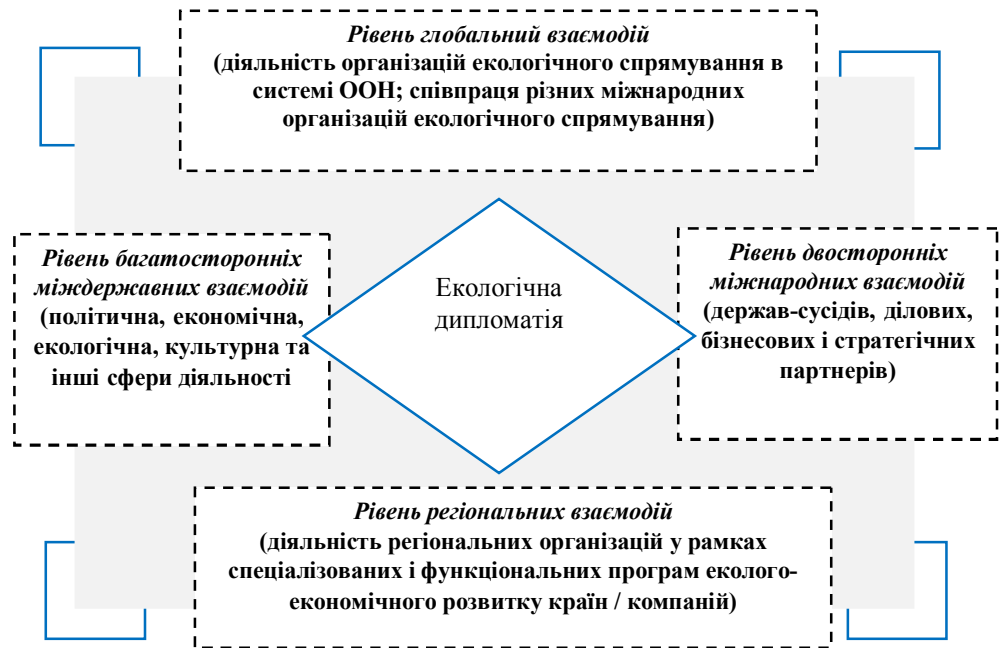


Рис. 2. Рівні взаємодій ринкових агентів у контексті використання механізмів екологічної дипломатії*

*Авторська розробка

Трансформація інституціональних основ ринкових відносин спрямовує суб'єктів міжнародного бізнесу до інноваційної активності та бізнес-мобілізації. Експерти є солідарними в констатації факту того, що інституціональні умови і правила конкуренції на різних ринках суттєво відрізняються за ступенем їх розвитку, сегментованості та диверсифікованості. Саме тому процес завоювання нових ринків передбачає відображення у відповідних бізнес-моделях таких аспектів як: апробування бізнес-операцій у новому інституціональному середовищі; модифікація специфічних переваг, трансферт активів і технологій; доступ до інноваційних ресурсів; узгодженість концепцій і методів ведення бізнесу окремими підрозділами компаній.

Наприклад, Китай затвердив Програму «зеленого» розвитку промислового сектору на 2016–2020 р., що презентується як драйвер економічного зростання і конкурентоспроможності китайської економіки на світовому ринку. Ця програма передбачає посилення уваги на: освоєнні «зеленої» продукції; збільшенні виробництва електромобілів і обладнання (на основі сонячної, вітряної та ін. видів альтернативної енергії); створенні соні зразково-показних технопарків і тисячі заводів, функціонуванні «зеленої» мережі поставок загалузями обробної промисловості тощо.

Загалом можна констатувати про активацію екологічної дипломатії, що пов'язується зі: збільшення обсягів експортно-імпортних потоків екологічної продукції, покращенням виконання діючого екологічного законодавства, пристосування економік країн до динаміки змін на світових ринках і оновлення сектору екологічних товарів, мотивуванням представників господарюючих суб'єктів до відповідального інвестування. Сучасна екологічна дипломатія набуває нових вимірів інноваційності у контексті залучення представників бізнесу до процесу екологізації міжнародних економічних відносин і формування прогресивних ринкових цінностей.

Література

1. Мазараки А.А. Торговля : история, цивилизация, мораль / А.А. Мазараки. – К. : Книга, 2010. – 624 с.
2. Алимов А. А. Экологическая политика и экологическая дипломатия (понятийный аппарат и отдельные проблемы) / А.А. Алимов // Вестник СПбГУ. – 2003. – Серия. 6 : Международные отношения. – Вып. 3. (№22). – С. 101–109.
3. Carroll J. E. Environmental diplomacy : an examination and prospective of Canadian-U.S. trans bound aryenvir on mental relations. Ann Arbor, Mich., University of Michigan Press, 1983. 382 p.
4. Зонова Т.В. Дипломатия. Модели, формы, методы / Т.В. Зонова. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 347 с.
5. Каррон де ла Каррьер Г. Экономическая дипломатия. Дипломат и рынок / Пер. с фр. – М. : РОССПЭН, 2003. – С. 13.
6. Соолятте А. Ю. Бизнес-модель – ключ к развитию бизнеса на основе инноваций / А.Ю. Соолятте // Менеджмент инноваций. – 2010. – №1(09) – С. 6–15.
7. Бек М.А. Бизнес-модели : инновационные аспекты / М.А. Бек, Н.Н. Бек // Менеджмент инноваций. – 2014. – №04(28). – С. 246.
8. Бохан А. Міжнародний бізнес: інноваційний концепт екологічного розвитку : монографія / Bochan A. Międzynarodowy biznes :

- innowacyjny koncept rozwoju ekologicznego. Monographie. – Kijów-Legnica-Monachium : Wyższa Szkoła Menedżerska w Legnicy, 2015. – 386 s.
9. Глобальны модерності / за ред. М. Фезерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона ; пер. з англ. Т. Цимабала. – К. : Наука-Центр, 2013. – С. 120.
10. Жюльен Ф. Путь к цели: в обход или напрямик. Стратегия смысла в Китае и Греции / Франсуа Жюльен / Пер. с франц. В. Лысенко. – М. : Моск. Филос. Фонд, 2001. – 360 с.

Грубов В. М.,
д. політ. н., проф.,
професор кафедри філософських та соціальних наук,
Київський національний торговельно-економічний університет

НА ЯКУ УКРАЇНУ ЧЕКАЮТЬ В ЄС: ДО ПИТАННЯ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ТЕХНІЧНОГО РЕГЛАМЕНТУ

В стихії соціального де взаємодіють суб'єкти політики та економіки, природно присутній основний закон життя – мислити і діяти, хто не діє той програє. Дія-це не тільки наміри у вигляді концепцій, планів і стратегій, але й можливості, ресурси і прогнози. Це результат аналізу комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників розвитку, мета якого благо суспільства і держави. Але все це втрачає сенс, якщо суб'єкти державної політики перебувають у стані або нестачі інформації, щодо тенденцій сучасного світового розвитку, або в силу певних обставин використовують її в вузько корисних цілях певних соціальних груп.

На європейському просторі найбільш виразно така особливість національної поведінки притаманна для України, яка впродовж тривалого часу знаходиться у стані реалізації проголошеного курсу на інтеграцію з ЄС. Наполегливість Києва щодо готовності виконувати вимоги ЄС схоже Європа почула на лютневому (2013) саміті Україна – ЄС. Результатом розуміння сторін стала готовність Брюсселя у листопаді місяці (2013) на черговому спільному саміті у Вільнюсі укласти з Україною Угоду щодо співпраці у форматі асоціації та утворення зони вільної торгівлі. Може здаватися, що на даному етапі розвитку України як молодій держави такий успіх слід привітати і вважати таким, що він відповідає національним інтересам. Проте аналіз

діалогу Києва і Брюсселя дає підстави стверджувати, що варіативне звучання попередніх документів та їх виконання з боку ЄС рівень оптимістичних очікувань Києва може дещо понизити.

Отже потрібно більш прискіпливо подивитися на поведінку партнерів по діалогу. Прикладом може слугувати виконання ЄС Угоди про партнерство і співпрацю між Україною і ЄС, яка була підписана ще у 1994 році. Нагадаймо українська сторона ратифікувала її у 1994, а ЄС лише у 1998 році. Причина такого тривалого рішення знаходиться на поверхні – ЄС виписав для України механізми і технічний регламент виконання цієї Угоди. Не знати такі тонкощі міждержавних відносин українська сторона не могла. Отже можна констатувати, що Угода була прийнята українськими політиками і бізнес-колами з позиції доцільності європейської перспективи скоріш «під себе», ніж для користі державного розвитку. Про сферу національних інтересів, які слід розглядати з позиції соціального самопочуття і рівня життя широких верств населення тут не йдеться. Укладання цієї Угоди засвідчило наміри впливових фінансово-промислових груп України, які в першу чергу лобіюють цей курс та угруповань політичних сил, які їх обслуговують жити в Європі якомога найскоріше за рахунок ресурсів країни.

В євроінтеграційні картині вітчизняного інформаційного простору проглядається декілька ключових сюжетів. Сюжет перший: через інститути політики великий український бізнес (фінансово-промислові групи) спромігся виконати два найважливіших для себе завдання: зробити державу виразником своїх інтересів та подати євромету як безальтернативній шлях розвитку країни. Сюжет другий: у свідомості пересічного українця європропаганда сформувала Європу як територію громадянського миру, достатку і гарного життя для всіх, де поняття «наполеглива праця кожного заради такого життя» на її сторінках фактично відсутнє. Європа територія процвітання, а всі її громадяни однаково щасливі і заможні. Сюжет третій, Україна в Європі позиціонується як «рівній серед рівних», а ЄС в Україні як донор передових технологій і ринок українських товарів. Все це дає підстави подивитися на зазначенні питання у контексті більш широкої аналітики та відомих методологічних підходів дослідження соціально-економічних систем, які у свій час запропонували А. Франк, Ф. Бордель, І. Валлерстайн та ін. Це надасть можливість розмежувати міфи і реальність євроінтеграції і подивитися на стратегію національного розвитку України у дійсно національному ключі.

Щодо ЄС, то тут є тенденція, яка по відношенню до євроінтеграційних сподівань України виглядає як певний парадокс. Йдеться про початок виходу Великобританії з ЄС за підсумками загальнонаціонального референдуму, який пройшов у літку 2016 року, на якому 51% британців сказали «ЄС – Ні». Головний мотив, що спонукав британців і британських політиків до такого кроку – це втомленість від європейської бюрократії, яка нав'язує всім «все і скрізь» та втрата Лондоном національного суверенітету у прийнятті самостійних рішень у ключових питаннях національного розвитку: економіці, фінансовому секторі, торгівлі та еміграційній політиці. Саме через неможливість уряду Британії приймати рішення на власній території на власний розсуд у відповідності до стратегії національного розвитку британська спільнота сказала «Ні» Європі.

Вивчення спільної заяви за результатами саміту Україна – ЄС, який відбувся 25 лютого 2013 року в Брюсселі та подальших документів, які пролонгували цю лінію дає підстави стверджувати, що по відношенню до України Європа як і раніш виступає з позицій «вчителя» і про діалог у рамках «рівній серед рівних» не йдеться. Скоріш – це розмова двох партнерів, серед яких один по праву сильно демонструє свою зверхність. Як політичне об'єднання, яке будується на спільних цінностях ЄС знову звернув увагу українського керівництва на необхідність імплементації у національне законодавство демократичних норм, дотримання прав і свобод людини, формування громадянського суспільства, модернізацію політичної системи, долання корупції у владі та ін [1]. Для Європи – це пріоритети життя, для України – це лише орієнтири, яких слід дотримуватися на шляху до Європи і вимоги, які потрібно імплементувати у політичну волю керівництва держави.

Отже в політиці європейської інтеграції України ці питання є ключовими і схоже за все вони стануть своєрідними індикаторами – бар'єрами, які поставлять Україну у тамбур європейського експресу, з якого їй прийдеться надто довго виходити. Тут слід нагадати приклад Туреччини, яка набагато ближча до Європи ніж Україна, і яка у стані європейських очікувань знаходиться вже понад 20 років саме через невиконання орієнтирів технічного регламенту. Амбітних турецьких політиків стримує Німеччина і Франція, які у політиці внутрішніх перетворень Анкари вбачають приховані пастки національного самоствердження, за яким стоїть фантом колишньої Османської імперії та її велич. Для політико-гуманітарного простору Європи заснованому на ліберально-демократичних цінностях – це є надто небезпечним викликом. З другого боку Києву слід взяти до уваги, що ці цінності є

базовими у будові європейських національних квартир як основи європейського дому. Європейська традиція з І.Канта, Й.Фіхте і Г.Гегеля щодо поєднання справедливого (демократичного) державного устрою з моральним і економічним чинником пройшла перевірку часом і визнана європейськими політиками універсальним методом оцивілізовування неєвропейських народів.

Європейський політичний бомонд постійно демонструє, що як спільнота стабільності ЄС формується на основі демократичних національних утворень, фундаментом яких виступає ланцюговий зв'язок: соціальне самопочуття окремого громадянина, стабільне громадянське суспільство, відкрита країна і конкурентна економіка. Оскільки така модель ґрунтується на кон'юнктивному зв'язку «і», то ланками, що з'єднують держави – елементи системи, можуть виступати тільки спільні цінності, цілі та інтереси. На рівні міждержавного діалогу це означатиме, що політичний курс країни, яка прагне стати членом такої системи цінностей, має перебувати у руслі ліберально-демократичних орієнтирів. Недемократичні країни учасницями такого утворення бути не можуть. Але вони можуть співпрацювати із системою через різноманітні інститути і сприяти поширенню поля демократії і стабільності. На сьогодні Україна і виглядає таким суб'єктом.

У свідомість пересічного громадянина України євроінтеграція найчастіше перегукується з такими термінами як «демократична Європа» «спільнота цінностей», «європейська демократія», «соціальне партнерство», «держава загального добробуту», «стабільна економіка» тощо. Європа позиціонується як продукт народної демократії і позбавлені політико-ідеологічного забарвлення. Це природно, адже в силу життєвих потреб людина не занурюється у тонкощі контекстів різноманітних міжнародних і міжурядових заяв, домовленостей та угод. Інша справа, коли це стосується представників науки, експертної спільноти і політиків. Тут слід звернути увагу на такий феномен міжкультурного простору як семантика звучання самого тексту.

Нагадаємо, що семантика – це галузь мовознавства, яка вивчає значення і зміст мовної одиниці: слова, речення. Відповідно, слова і речення, якими оперують науковці і політики при визначенні певних термінів і понять є проблемою змісту. У «Феноменології духу» великий Г.Гегель це визначив як гру сутності, явища і поняття. Особливо промовистою така гра стає, коли спілкування відображає вантаж культури, історії та політики сторін, які переслідують власні інтереси, сутність яких до кінця протилежній стороні невідома. Природно, що в такому випадку виникає питання адекватності форми (слова, речення,

поняття) та її змісту. Адже, може йтися про знайомі речі, але за термінологічною грою втрачатиметься їх зміст, і в подальшому вони виглядатимуть як певна суперечність.

З цього приводу звернемо увагу на знаних представників європейської і американської науки, які на наш погляд дають досить обґрунтовану відповідь, що криється за цими мовними сполученнями і текстами документів, які на них побудовані.

Німецький історик Е. Хельцль звертає увагу на «генетичну пам'ять» західних європейців, яка увібрала і сконцентрувала в собі уроки єдиної історії та цінностей лібералізму. Це не дає їм змоги подивитися на Європу Східну по-іншому, окрім як крізь «генетичну лупу». Він стверджує, що «географічно Європу можна позначити як крайню кінцівку Азії, як частку європейського континенту. Європа, у її вузькому сенсі, є в основному історичним, культурним, цивілізаційним, а також політичним поняттям» [2, с. 57]. У країн Східної Європи, впевнений він, неєвропейські соціальні та релігійні основи. Вони не знали повновладних станів, не знали Реформації і Ренесансу, не були морськими країнами.

Але неабияк на сформування генетичну пам'яті європейця вплинули соціально-культурні умови раннього періоду індустріалізму, духовною основою яких стала індивідуальна свобода. Як квінтесенція втілення ліберальної ідеї у суспільну практику свобода, перш за все, увійшла в економічну сферу відносин і покликала до життя «*homo faber*» – «людину фабричну». Сформував набір аксіом і гасел ліберальна ідея поступово охопила соціальні реальності на національному та міжнародному рівні і сприяла народженню європейських демократій, які підтримали економічну свободу й індивідуальну працю як шлях самовираження. Неабиякою привабливою силою залишаються ці гасла і сьогодні. Але у європейському соціумі свобода і демократія – це два антипода ліберальної ідеї, які протистоять один одному, а їх прихильники ворогують між собою. І причина тут криється не в приниженні ролі вільної особистості у суспільному розвитку, а в тому, що свобода прагне руйнування всіх існуючих і можливих духовно-культурних і соціальних кордонів, демократія навпаки – певних обмежень в інтересах більшості. В остаточному вимірі демократія і демократизація відчуються на рівні соціального самопочуття громадянина, яке пов'язується з кількістю отриманих матеріальних і духовних благ, охороною здоров'я, освітою, безпечними умовами існування тощо. Розширення демократії означатиме, що кількість соціально захищених державою людей в окремих країнах і в світі в цілому зростатиме.

Ліберальна ідеологема таку тенденцію схвалює, а лібералізм узагалі має її за апріорну мету. Але парадокс лібералізму полягає у тому, що такий хід подій він консервує на рівні ідеї.

Для прихильників ідеї лібералізму – це лише «процес», а не «кінцевий результат» у вигляді призу, який обов'язково мають отримати всі загалом і кожен зокрема. Принципу рівності протиставляється принцип справедливості на основі талантів кожного. Спекулятивний сектор світової економіки – це також талант. Це найяскравіший прояв втілення свободи та її невітшних наслідків, які у кінцевому рахунку отримало людство. Руйнівні механізми цього феномену капіталістичного способу виробництва вже добре описано. Згадаймо хоча б відому працю «Лексус і оливкове дерево» Т.Фрідмана. Однак, це не означає що всі поділяють таку точку зору. Наприклад захисник ліберальної ідеї Гв. Ді Руджеро зазначає, що «незаперечним є той факт, що однобічне та нерозумне застосування принципу рівності може завдати серйозної шкоди неминуче нерівним та відмінним один від одного продуктам особи й поширювати не тільки саму посередність, а й любов до опосередкованості. Демократична заздрість до особистого багатства, вважає він, зменшує практичні можливості і для індивідуальної незалежності, самоуправління та опору гнобленню центральної влади; яка зосереджує всю власність й усі цінності в руках дедалі абстрактніших анонімних й безособових сутностей, а отже, бюрократизує життя суспільства, справляючи гнітючий вплив на його ритм, характер і атмосферу...» [3, с. 1031]. Звідси Гв. Ді Руджеро пропонує свій вихід щодо розв'язання проблеми. На його думку, «шлях ліберальної демократії пролягатиме через прагнення демократії вільних людей – виховання почуття автономності в населення, плекання духу спонтанного гуртування та співпраці, ...турування шляху до управління державою за допомогою різноманітних та незалежних форм індивідуального й місцевого самоврядування. ...Це завдання може бути здійснене тільки шляхом терпеливої та ретельної освіти й практичного застосування індивідуальних талантів і здібностей» [3, с. 1031–1032].

Такий процес вкорінення ринкової демократії в традиційні культурні середовища найпослідовніший прихильник лібералізму Ф.Фукуяма охарактеризував як такий, що «переможцем виступає не так ліберальна практика, як ліберальна ідея» [4, с. 1038]. За таких умов ідеологічна риторика остаточно виявляє в ліберальній ідеї примхи його месіанського призначення: лібералізм не панацея всесвітнього щастя і стабільності, лібералізм – це шлях «м'якого» завоювання «світу історії» та утримання історичної перспективи в руках визнаного кола багатіїв і

нового світового класу «кочівників», якими керує не почуття «рідної землі», а почуття грошей і задоволень. Звідси демократизація «світу історії», до якого відноситься і Україна, як стверджує американський соціолог І.Валлерстайн, відбувається за правилами і критеріями Заходу, де поняття «цивілізований», «компетентний», «демократія», «свобода» тощо за своєю суттю описують ієрархію, у якій одні люди більш цивілізовані і розумні, ніж інші [5, с. 129]. Тому цивілізовані завжди будуть отримувати більше, ніж нецивілізовані, і цей стан провідні європейські демократії сповнені рішучості захищати.

Зазначену тенденцію світового розвитку підкреслює і американський економіст Джозеф Стігліц. У своїй праці «Globalization and its Discontents» він пише, що «вся справа в певному способі думки». У розвинутих країнах, вважає він, «дуже стійкий колоніальний менталітет – упевненість у тому, що вони краще, ніж самі країни, що розвиваються, знають, чого потребують останні» [6, с. 11]. Це є свідченням того, що такі поняття як «демократія», «свобода» і «політичний суверенітет» у вустах європейського ліберал-демократичного політика є поняттями подвійних стандартів, а «центри політичної влади і прийняття рішень висловлюють стратегії міжнародних трестів – економічних і політичних» [7, с. 54]. Безумовно у першу чергу це стосується Німеччини, Франції, Італії та Англії, які є лідерами європейської політики. Адже ЄС – це не стільки проект політичний і культурний, скільки проект економічний, за яким стоять інтереси великих фінансово-економічних корпорацій. Отже висновок перший – входження України в Європейський Союз неодмінно призведе до втрати нею суверенітету, що означатиме передачу значної частки політичної влади європейській бюрократії. В таких умовах національна еліта буде виступати у ролі статиста, якому доручається виконувати завдання чергових дорожніх карт. Таку тенденцію ми спостерігаємо сьогодні в роботі Українського парламенту, який у відповідності до домовленостей ЄС (2013) повинен прийняти низку законів економічного і правового характеру, які фактично дозволять транснаціональному капіталу почувати себе на українському надто переможно. Але наскільки прораховані наслідки такого інтеграційного шляху для економічного і соціального самопочуття громадян України – це питання залишається риторичним. Адже за останні три роки рівень життя пересічного українця значно погіршився, а економічна співпраця України з ЄС виглядає не такою ж й бездоганною. Про це свідчить динаміка і товарний асортимент експортно-імпорتنих операцій між Україною і ЄС за 2014–2016 роки.

Друга складова інтеграційного шляху до Європи полягає у тому, що сам термін «інтеграція» українська спільнота сприймає надто спрощено. Переважно йдеться про приєднання та входження як процес затоварування з іншим, який буцім то і не проти. Вітчизняне інформаційне поле не дає можливості думати по-іншому. Адже у збагаченні форм комунікативної експансії європейської ідеї в інформаційно-культурне середовище України приймають участь не тільки політики, які відповідають за цей напрям роботи, але й відомі артисти, діячі культури, представники громадянського суспільства, студентство та ін. Лейтмотив цих акцій надто простий і проникливий: або ти живеш в нестабільній країні і перебуваєш у жалюгідному стані, або ти живеш в умовах демократії і користуєшся благами європейської цивілізації. Зрозуміло, що у такій дилемі людська свідомість націлена на краще. Таке євронавіювання поступово змінює спосіб мислення населення, а нові цінності і освіта за кордоном сприяють трансформації світогляду. Але наскільки така тенденція є корисною для суспільства традиційної культури, до якої відноситься Україна для еліти України, схоже є питанням другорядним. Про певні загрози самоідентифікації населення країни в умовах багатьох невизначеностей національного державотворення ми можемо дізнатися лише з окремих праць академічних інститутів, які цілеспрямовано займаються цією проблематикою. Наголошує на цьому і Стратегія Національної безпеки України. Але вона в силу характеру документу вона не дає і не може дати відповіді на запитання яким чином існування української спільноти може бути змінено у ризиках європейського культурного і економічного простору. Не йдеться про це і в національному інформаційному просторі. За процесами національного зближення і долання усталеної традиції ворожнечі, про що так постійно рапортує Європа результати цієї експансії залишаються у тіні відносин України з ЄС. Спираючись на відомі фрази Карла Клаузевіца і Зігмунда Баумана можна впевнено стверджувати, що Україна опинилася у середовищі демократичних гасел де «нав'язування волі» (К.Клаузевіц) країнам-претендентам до вступу в ЄС відбувається без будь-яких видимих перспектив. Україна крок за кроком приносить в жертву суверенітет країни заради «інтеграції як політ коректного ім'я для асиміляції» (З. Бауман) у більш сильнішу економічну, політичну і культурну систему.

Наприклад, одним з трьох головних пріоритетів Стратегії соціально-економічного розвитку ЄС до 2020 року, основні положення якої схвалено Європейською Радою під час саміту 24–25 березня 2010 р., визначено «розумне зростання» – розвиток економіки, заснованої на

знаннях та інноваціях [8]. Підкреслимо, що тут йдеться про два аспекти цієї політики. Перший – це підтягування європейської периферії до технологічного рівня країн-лідерів, другий використання ресурсу країн-партнерів для власного зростання. Така позиція є цілком зрозумілою, адже законів ринку ніхто не відміняв: повинні працювати ножиці цін і класична сентенція функціонування відкритого ринку – «ключові ланки у ланцюгу товарного виробництва повинні належати тільки монополісту, який й отримує найвищий зиск і прибуток».

Висуваючи в інтеграційних процесах на перше місце економічний чинник ми практично віддаємо належне методологічному підходу «світ-системного» аналізу, який у свій час запропонував І. Валлерстайн у широковідомій праці «Современный мир-система. Капиталистическое земледелие и возникновение европейского мира-экономики в шестнадцатом веке». Сучасний Європейський Союз – цілком підпадає під метод «світ-системного» аналізу як система-одиниця з єдиним поділом праці і множиною культур. На підставах класифікації І. Валлерстайна, на нашу думку, ЄС підпадає в утворення «світ-імперія», яка базується на єдиній політичній системі і єдиному (капіталістичному) способі виробництва. Ядро системи складається з декількох держав, які між собою не є рівними. Одна з них є гегемоном. Історія ядра – історія боротьби за гегемонію між декількома претендентами. Але головне – це відносини ядра і периферії. Їх сутність полягає у тому, що держави-ядра монополно привласнюють надлишки продукту, який виробляється в країнах периферії.

Праісторія народження ЄС і його сьогодення підтверджує теоретичні роздуми І. Валлерстайна. Ядром ЄС є Німеччина, Франція, Італія та Англія. Економічним локомотивом – Німеччина, а периферійною зоною країни-новачки – Болгарія, Румунія, Угорщина, Польща, Словаччина, Естонія, Латвія, Литва. Як свідчить економічна картинка власного потенціалу країн-новачків ЄС, за роки перебування у просторі ЄС вони фактично перетворилися на споживачів, а не на виробників технологічної продукції. Це потягнуло за собою хвилю еміграції у найбільш економічно успішні країни ЄС і відповідне завмирання національного розвитку. Метафорою цих глибинних процесів економічного розшарування в Європі стала легенда про польського сантехніка, який завоював Британію, а його місце у Польщі зайняли вихідці з країн Прибалтики й України.

У випадку входження України в ЄС, вона поповнить цей список. Головний признак світ системи як самодостатність ЄС почав втрачати у 60-х роках минулого століття, коли країни ЄС відчули брак робочої сили та

енергетичних ресурсів, а зростання економічної могутності спонукало керівництво ЄС у 90-ті роки минулого століття до політики розширення контрольованого ринку за рахунок нових членів. Щодо європейської периферії то перспективи девелопменталізму, якою так захоплювалася політична та економічна еліта країн-членів ЄС, то цей концепт виявилася політичним міфом. В умовах фінансово-економічної кризи європейська солідарність зіткнулася з національним егоїзмом чим викрила тіньові сторони ринкової економіки. Класичний приклад – це країни Прибалтики. Коли вони вступали в ЄС, вони сподівалися отримати частку європейського пірога. Свою частину вони отримували до тих пір, поки не розпочалася фінансово-економічна криза. Тоді стало ясно, що для ЄС ці країни абсолютно нічого не уявляють. Болгарія сподівалася на свій аграрний сектор. Але виявилось, що відносно аграрних комплексів Німеччини, Франції, Італії, та Іспанії він надто слабкий. У підсумку громадяни Болгарії розбігаються по всій Європі у якості звичайних робітників, а земельні ресурси країни опинилися в руках іноземного капіталу. Стосується це і таких країн як Угорщина і Румунія. Постає запитання: а яка доля очікує українській аграрний сектор?

У двох твердженнях І.Валлерстайна, що людство перебуває в «ілюзії теорії модернізації, яка полягає у обіцянці зробити всю систему «ядром» без периферії» і що «еволюція капіталізму як історичної системи дійсно веде до поляризації абсолютної, а не відносної бідності більшості» практично віддзеркалена головна тенденція світового економічного розвитку. Стосується вона і ЄС, економічна політика якого переслідує подвійні стандарти. Багатітимуть країни економічно розвинені, решта перебуватиме у стані збанкрутілої периферії. Зрозуміло, що йдеться про систему координат ЄС.

В підтвердження цієї думки звернемося до думки адміністратора департаменту політики Європарламенту Інни Кірш відносно європейських перспектив України. З її слів Київ повинен виконати домашнє завдання, яке включає в себе проведення політичної реформи європейського зразка, закриття низки машинобудівних заводів, продукція яких не відповідає європейському технічному регламенту, досягнення з Брюсселем угод щодо квотування сільгосппродукції і приведення агрокомплексу у відповідність до стандартів ЄС, усунення подвійної ціни на електроенергію тощо.

Постає питання з чим же України прагне в Європу з точки зору конкурентної спроможності ?. Як відмічають фахівці за роки реформ втрати ВВП України становлять біля одного трильйона доларів. Україна втратила більше двох третин свого інноваційного потенціалу і практично перетворилася у постачальника за кордон сировини, продукції з низьким

рівнем доданої вартості і дешевої робочої сили. Експорт 85 % металу, що виробляється в країні, практично відобразив хвороби національної економіки, коли через експорт сировини відбувається інвестування у створення високотехнологічних робочих місць за кордоном, а своя економіка стає сировиною периферією центру. Сьогодні можна впевнено констатувати, що до розуміння важливості економіки знань, модель якої Європа почала будувати з 60–70 років минулого століття Україна лише наближається. Такий стан політики інноваційного розвитку віддзеркалюють парламентські слухання щодо стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки, які відбулися в 2009 році у Верховній Раді України. У порівнянні з країнами ЄС показники досягнень України у цій складовій економіки виглядають більш ніж скромно. Наприклад, частка високотехнологічної продукції у загальному експорті України лише протягом 2003–2007 років скоротилась з 2,4 до 1,2%. А всього по промисловості вона складає біля 6%. І це притому, що на інноваційний розвиток держава щорічно витрачає більш ніж 5 млрд. грн. [9, с. 44].

Слід мати на увазі і те, що щорічні потреби в коштах для здійснення інноваційної політики в промисловому комплексі складають біля 25 млрд. грн. Навіть при розробці і застосуванні механізмів залучення коштів власників підприємств на реконструкцію і модернізацію виробничих потужностей необхідні зарубіжні інвестиції. Тому реалізація стратегії інноваційного розвитку України зараз залежить не тільки від позиції бізнесу, але й від створення умов для інвестиційної привабливості із застосуванням законодавчого поля і гарантій з боку держави.

Наслідки прорахунків державної політики відобразилися на місці України серед країн Європи. Так згідно європейського інноваційного табло, за цим показником Україна знаходиться в останній 4-й групі країн Європи і відстає від країн-лідерів у 3 рази. Звідси постає питання: у якості якого економічного суб'єкту Україна прагне до Європи і яке місце їй відведено в європейському промисловому комплексі [9, с. 155–157]. Домінант причиною такого стану є те, що держава усунулася від організаційної і управлінської функції в сфері економіки у надії на розторопність бізнес структур. Унаслідок такої політики із 500 державних програм, які були прийняті за роки незалежності не виконана жодна, а гроші, які були виділені на їх реалізацію розкрадені.

Зовсім іншу картину ми бачимо в індустріально розвинутих країнах. Наприклад, інноваційна складова економіки ЄС складає 60%, Південної Кореї і Японії – 65 і 67% відповідно, а США – 78%. І проблема тут полягає не в кількості фінансових ресурсів, які виділяються з бюджету, а в організації процесу інноваційного розвитку економіки і державним

регулюванням цього процесу. Тут держава виступає у ролі координатора і аналітичного центру, який визначає стратегію розвитку не тільки окремих галузей промисловості, а й держави в цілому як інституту, який працює на благо якнайбільшої кількості людей. Сьогодні зміст європейської інноваційної політики визначає Лісабонська угода (2000). У відповідності до угоди Єврокомісія розробила дві головні програми фінансування на період 2007–2013 років: 1) Рамкова програма досліджень, технологічного розвитку і демонстрації (РП-7) (бюджет якої складає 50,5 млрд. євро) та 2) Рамкова програма конкурентоспроможності та інновацій (СІР) (бюджет – 3621,3 млн євро).

Формування національної стратегії інноваційного розвитку – це складний багаторівневий процес, який зачіпає різноманітні сфери суспільного життя. Виходячи з стану української політичної та економічної системи починати слід з вивчення уроків європейської політики інноваційного розвитку 1993–2000 років, початок якої дав документ під назвою «Біла книга» Ж. Делора

Згідно доповіді Ж. Делора політика інноваційного розвитку повинна базуватися на декількох ключових положеннях: покращення освіти серед населення, сприяння розвитку науки та інтеграції освіти, науки і виробництва, забезпечення доступу суб'єктів господарювання до науково-технічних та інноваційних розробок та покращення виконання функцій державними органами влади.

Як видно центральними елементами інноваційної економіки є освіта і наука, які виховують громадянина і готують фахівця і науковця. Тобто йдеться про людський потенціал, людську індивідуальність як її розумів М.Вебер, яка прагне творчої самореалізації і узгодження власних інтересів з інтересами розвитку суспільства. На жаль українська дійсність інша. Національна стратегія інноваційного розвитку стала заручницею ситуації, коли національна система освіти скоріш віддзеркалює «приватний інтерес» ніж інтереси держави, де на перші ролі вийшли гроші і мода на професії. Внаслідок освіта стала жити своїм автономним життям і перестала бути органічною частиною великої науки, а наука перестала бути центром тяжіння для виробництва. Це три паралельні світи, які не пересікаються [10, с. 547]. Стає все більш зрозумілим, що політика інноваційного розвитку України не може будуватися аби як без врахування стану освітньої і наукової сфер та розумного державного втручання. Вона потребує наполегливої праці всіх зацікавлених сторін і нового переосмислення кращих зразків світової практики і досвіду.

Отже, який сенс для України несе поняття «європейська інтеграція»? З цього приводу експертна спільнота дотримується наступної думки. Євроінтеграція – це інструмент, щоб давати відповіді на ключові питання. Для України ключове питання – це не буде чи буде вона членом ЄС, а чи буде вона конкурентоздатною в умовах глобальної конкуренції. У Брюсселі Україні дають зрозуміти, що договір – це не фіксація статус – кво, а інструмент модернізації економіки і стандартів. Це складний шлях, на якому можливі втрати, але вони короткострокові і будуть зневільовані майбутніми довгостроковими прибутками. Про договір з ЄС потрібно думати як про інструмент модернізації економіки України для конкурентоспроможності на третіх ринках. Отже про повноправну присутність українських товаровиробників на ринку ЄС не йдеться. Мова може йти про вибірккову групу товарів нетехнологічного сектору, яким і без того важко пробитися на ринки Європи в силу політики квотування продукції товарних груп. Це дає підстави відносно європейського будівництва зробити другий і вельми невтішний висновок: транс інтернаціоналізація економічного фактору європейського проекту у межах створення чогось на зразок федеральних зв'язків між народами, які географічно згруповані в Європі не може відбутися з однієї причини – кожна країна європейської спільноти має власні цілі і інтереси. Вони не можуть співпасти стовідсотково в силу національних стратегій щодо збереження свого способу життя і світорозуміння. Особливо це стало відчутно сьогодні, коли національні складові світового ринку на різноманітних міжнародних площадках демонструють неспроможність виконувати досягнуті домовленості, а сама економічна система продукує локальні війни і конфлікти як перевіреним шляхом виходу з стану стагнації.

Література

1. Спільна заява за результатами XVI саміту Україна – ЄС//<http://dey.mobus.com/new.420122>.
2. Чубарьян А. О. Европейская идея в истории: проблемы войны и мира. – М.: Международные отношения, 1987. – 352 с.
3. Руджеро Гвідо Ді. Лібералізм і демократія // Лібералізм: Антологія / Упор. О. Проценко, В. Лісовий. – К.: Смолоскип, 2002. – X + 1126 с. («Політичні ідеології». Вип. 3. – С. 1027–1032).
4. Фукуяма Ф. Всесвітня ліберальна революція // Лібералізм: Антологія / Упор. О. Проценко, В. Лісовий. – К.: Смолоскип, 2002. – X + 1126 с. («Політичні ідеології». Вип. 3. – С. 1033–1043).

5. Валлерстайн И. Конец знакомого мира. Социология XXI века / Пер.с англ. ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2003. – 368 с.
6. Стиглиц Дж. Непростая правда о глобализации // Науковий світ. – 2004. – № 1. С. 8–11.
7. Материалы VI Научно-практической конференции «Глобальный кризис и проблемы мировой политики» // Вестник МГУ. Политические науки. – 2001. – № 3. Февраль.
8. Europe 2020 is the successor of the Lisbon Strategy, which expired in 2010 [Електронний ресурс]. – European Research Area, Austrian portal. – Режим доступу : <http://www.era.gv.at/space/11442/directory/11486.html>
9. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. – К., 2009. – 628 с.
10. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.

Гудков С.О.,
к. філос. н., доцент,
доцент кафедри філософських
та соціальних наук,
Київський національний
торговельно-економічний університет

ОСВІТА В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ НОРМИ І ЦІННОСТІ

Розвиток українського суспільства багато в чому обумовлений світовою тенденцією до глобалізації, підвищенням ролі інтелектуального капіталу, соціальних і гуманітарних чинників економічного прогресу. Глобалізація поширює можливості обміну товарами, послугами, інформацією, технологіями та капіталом, взаємодії в гуманітарній сфері, духовному збагаченні людини. Водночас вона містить в собі й істотні загрози, поглиблюючи диференціацію між країнами в соціально-економічному та культурному розвитку. Реальною стає можливість переходу до поліцентричного світу, в якому основою взаємодії держав є *вільний вибір напрямів розвитку*, стратегічних партнерів тощо. У зв'язку з цим орієнтація України на інтеграцію в Європейський союз, набуття статусу спочатку асоційованого, а згодом повноправного членства в

ньому сьогодні розглядається як основа стратегії економічного та соціального розвитку нашої держави [1, с. 6–7].

Система освіти, як складова культури кожного народу, глибоко пов'язана з специфікою його історичного розвитку. З огляду на це у кожній країні освіта та її організація мають свої особливості. Під час реформування системи освіти в Україні, з одного боку, мають бути враховані пріоритети збереження національної культурної спадщини, а з іншого – вирішені проблеми міжнародної співпраці, мобільності, працевлаштування студентів та науково-педагогічних працівників, міжнародної конкурентоспроможності закладів вищої освіти тощо.

Структура світової вищої освіти видається надзвичайно різноманітною, однак домінують дві системи:

Унітарна система, коли вища освіта забезпечується університетами, а частка інших закладів становить незначний відсоток. Такою є освіта в Італії, Іспанії, Австрії, Фінляндії, Швеції та деяких інших країнах.

Бінарна система з традиційним університетським сектором та окремим неуніверситетським сектором вищої освіти, що складається з численних спеціалізованих навчальних закладів. Така система освіти притаманна більшості розвинених країн світу. З європейських країн таку систему вищої освіти мають Бельгія, Великобританія, Греція, Данія, Ірландія, Нідерланди, Норвегія, Німеччина, Франція, Швейцарія та ряд інших [1, с. 40–41].

Необхідність створення системи вищої освіти в європейських країнах, що ґрунтується на єдиних нормах і принципах, виникла ще в середині ХХ століття. Окремі вчені пов'язують цей процес з падінням конкурентоздатності надання освітніх послуг у Європі по відношенню до американської системи освіти після Другої світової війни. Об'єктивно процес вдосконалення європейської освіти за єдиними стандартами був започаткований у 1957 році, коли була підписана Римська угода. Проблеми приведення національних законодавств у сфері освіти до загальноєвропейських норм, розширення доступу до вищої освіти, підвищення академічної мобільності студентів та їхньої затребуваності на ринку праці, створення довгострокових систем навчання вперше знайшли відображення в цьому документі.

У багатьох країнах Європи болонський процес схвально зустрів студентство через перспективи збільшення мобільності, як у процесі навчання, так і після закінчення вузу завдяки введенню уніфікованих зразків диплома, який буде визнаватися всіма країнами-підписантами Болонської конвенції. У Німеччині, Бельгії, Франції та інших країнах з'явилися міжнародні молодіжні рухи на підтримку болонського

процесу. Але окремі положення болонської декларації зазнали значної критики. Багато викладачів у країнах-учасниках Болонського процесу неоднозначно сприймають впровадження уніфікованих принципів освіти. Керівництво та викладацький склад цих університетів вважають, що вища освіта має спиратися на власні традиції, а кожен університет повинен мати власне обличчя. Уніфікація має наслідком зниження рівня якості освіти, вузьку спеціалізацію освіти та зменшення рівня її доступності.

На думку критиків, болонська система спрямована на підготовку виключно дешевої робочої сили, комерціалізацію вищої освіти, орієнтацію її на ринок праці. За цієї системи магістратура доступна невеликій частині студентів, а більшість обмежується трирічною бакалаврською освітою, яка не здатна в повному обсязі сформуванати людину з самостійним критичним стилем мислення. Неоднозначність ставлення до Болонського процесу є *демократичним нормальним явищем*. Як, втім, потрібно розуміти і те, що для нашої країни, керівництво якої постійно проголошує прагнення до євроінтеграції, поки що альтернативи Болонському процесу немає.

Європейський простір вищої освіти ґрунтується на міжнародній співпраці, він повинен усунути перешкоди і забезпечити широкий доступ до якісної вищої освіти на принципах демократії і незалежності університетів, їх наукової і дослідницької самостійності. Метою є забезпечення мобільності студентів і науково-педагогічних працівників, підготовка людини до активного життя в демократичному суспільстві, закладання основи для їх професійної кар'єри і особистого розвитку.

Процеси європейської інтеграції охоплюють дедалі все більше сфер життєдіяльності українців, в тому числі й галузь освіти. Взавши за мету приєднання до освітнього та наукового простору Європи, наша держава поступово здійснює модернізацію освітньої діяльності в контексті європейських рекомендацій. В межах існуючих антропологічних підходів [2, с. 342–367] життя людини розглядається як єдиний процес її буття та становлення. Основу філософії сучасної європейської освіти складає положення, що людина являє собою унікальну цілісність, активну творчу істоту, яка сама обирає власну долю.

Основу людського існування складають процеси *розвитку та самореалізації*. «Людина сучасного суспільства – це економічна людина, яка прагне обрати найкращий спосіб реалізації власних бажань. Разом з тим вона – частина соціальної субстанції, що примушує її орієнтуватися на цінності та норми, що відповідають рольовим очікуванням та суспільному статусу»[3, с. 221]. Саме тому Болонський процес

спрямований на особистість студента та викладача, полегшення їх доступу до освітніх ресурсів та ринків праці європейських країн.

Ці положення виходять за межі виключно системи освіти і поширюються на всі основні сфери життя українського суспільства: матеріально-економічну, соціально-політичну, духовну і культурно-побутову. Важко уявити входження нашої держави у Європейський освітянський простір, якщо стан економіки, рівень добробуту українців залишаться на сучасному рівні, або більшість населення не буде поділяти *європейські духовні цінності* тощо. Тому реальне рівноправне соціокультурне інтегрування нашої країни в європейський простір може відбутися лише за умови вирішення герменевтичної проблеми розуміння співвідношення частини і цілого. Філософія тяжіє до цілісного сприйняття світу, в центрі якого стоїть людина. Сьогодні людина знаходиться в центрі світу грошей, фокусуючи на них більшість інтенцій своєї свідомості. Це новий світ, не утопічний, а реальний «життєвий світ», котрий переживається людиною, світ екзистенціальних надій та розчарувань, а також раціоналізму[3, с. 10].

Варто зазначити, що інтеграційні процеси в Україні в першу чергу пов'язані з вимогою збереження та розвитку унікального національного досвіду, української культурної спадщини. Участь системи вищої освіти України в болонських перетвореннях має бути спрямована не тільки на розвиток і набуття нових якісних ознак, але і на збереження кращих традицій, підвищення національних стандартів якості. Орієнтація на Болонський процес не має призводити до надмірної перебудови вітчизняної системи освіти. Еволюцію системи освіти не слід відокремлювати від інших сфер суспільства. Вона має розвиватися в гармонійному взаємозв'язку з суспільством в цілому.

За останні роки у сфері вищої освіти України на шляху євроінтеграції були виявлені досить складні проблеми, вирішення яких вимагає оперативного реагування. До них можемо віднести тенденцію до погіршення якості вищої освіти, збільшення розриву між сферою освіти і ринком праці, низький рівень автономії вітчизняних вищих навчальних закладів, відсутність ефективною системи підвищення кваліфікації та перепідготовки науково-педагогічних працівників тощо.

На сьогоднішній день в країнах Європи на освіту виділяється до 8% валового внутрішнього продукту і до 4% на науку. В Україні ж за умови значно більш низького рівня ВВП на освіту витрачається лише близько 3%, а на науку взагалі 0,3%. Тому Україні потрібно врахувати досвід економічно розвинених країн, який переконливо засвідчує, що інвестиції у вищу освіту і науку на рівні 3–8% внутрішнього валового

продукту дозволяють цим країнам здійснювати сталий економічний розвиток. За умов переходу від індустріального до інформаційного суспільства рівень розвиненості країни визначається рівнем розвитку особистостей, тобто інтелектуального потенціалу нації [4, с.14]. У зв'язку з цим об'єктивно необхідна модернізація системи освіти України на основі ґрунтовного порівняльного аналізу вітчизняної системи науки з освітою європейською.

Реформи повинні бути не поверховими, а стосуватися глибинних якісних основ нашої освіти. Підвищення *якості освіти* означає перехід від здатності студента накопичувати певну інформацію до формування вміння навчатись самостійно, навичок творчого мислення, продукування нових ідей і знань, прийняття науково обґрунтованих рішень. Досягнути цієї мети можна шляхом *фундаменталізації освіти*, тобто зосередження уваги на вивченні фундаментальних законів суспільства і природи, введенні нових навчальних дисциплін, орієнтованих на формування цілісної картини світу. Володіючи значним науковим потенціалом і будучи провідними установами освіти, університети традиційно є найбільшими центрами підготовки фахівців та культурно-просвітницькими центрами. Вони покликані забезпечувати фахівцями самих різних профілів науково-дослідні, політичні, культурні і правові інститути суспільства.

Освіта має бути інноваційною. Необхідно готувати людину, здатну ефективно працювати за умов змінюваності та невизначеності багатьох чинників, що впливають на результат, і спроможну при цьому приймати правильне рішення і добиватися його виконання. Ще одним напрямом забезпечення більш досконалої якості вищої освіти є її *гуманізація*. Мається на увазі те, що вища освіта – не спосіб для підготовки кваліфікованого спеціаліста, а здатність людини до розвитку і самовдосконалення. Крім того, гуманістичний підхід освіти передбачає пріоритет *екологічних та етичних принципів*.

Однією з ознак вищої освіти має стати її *адаптивність* та *випереджальний характер*, тобто здатність швидко і адекватно реагувати на нові потреби суспільства, економіки, особистості. Іншими словами, вища освіта повинна не тільки реагувати на поточні потреби, а й випереджати очікування суспільства у підготовці спеціалістів. Для цього вона має також стати більш *доступною*. Сучасні інформаційні та комунікаційні технології, широке розповсюдження дистанційних форм навчання мають сприяти її доступності протягом усього життя людини, незалежно від місця її проживання.

Якість освіти є основою створення єдиного європейського простору. Моніторинг якості освіти має бути повним, постійним, прозорим, об'єктивним. Контроль якості повинен зосередитися на контролі навчального процесу, кадрів, науково-методичного забезпечення, матеріальної бази тощо. Система контролю знань студентів має визначити їх компетентність і спроможність задовольняти вимоги ринку праці. За бажання влаштуватися на роботу, що потребує вищої освіти в Європейських країнах, необхідно скласти кваліфікаційні іспити. Нажаль велика кількість наших фахівців не можуть пройти це випробування і, незважаючи на вищу освіту або навіть науковий ступінь, часто вимушені працювати не за фахом[4, с.14–15].

Українська система освіти розвивається у тому ж самому напрямі, що й системи освіти інших європейських країн, адже Україна є учасницею Болонського процесу. В Україні активно впроваджується бально-рейтингова система оцінювання знань студентів та кредитно-модульна система побудови навчального процесу, посилюється роль самостійної роботи студентів, впроваджуються новітні педагогічні технології, забезпечується можливість навчання студента за індивідуальними навчальними планами, зростає мотивація учасників навчального процесу на досягнення високої якості підготовки тощо. Вже з 2014 випускники отримують дипломи з Додатком європейського зразка (DIPLOMA SUPPLEMENT). Цей додаток до диплома надає можливість об'єктивної оцінки кваліфікації (ступеня) освіти. Він містить розширену інформацію щодо отриманої кваліфікації та навчальних досягнень випускника, забезпечує визнання отриманого випускником диплома про вищу освіту на міжнародному рівні.

Історія *торговельно-економічної освіти* в Україні щільно пов'язана з усією історією українського народу. Процес освіти є складовою становлення індивідуальної культури під час взаємодії з культурою українського суспільства та світовою культурою в цілому. Отже, набуття європейських стандартів в освіті в жодному разі не має означати нівелювання національної специфіки освітньої системи, а спрямовано на її взаємне узгодження та гармонізацію з потребами сучасного світу.

На момент проголошення Україною незалежності фахівців з торгівлі і побутових послуг готували понад 50 інститутів, технікумів та училищ. Сьогодні торговельно-економічна складова національної освіти має власні вищі навчальні заклади, що надають якісні освітні послуги. До них відносяться Київський національний торговельно-економічний університет, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського, Одеська національна академія харчових

технологій, Дніпропетровській університет економіки та права, Полтавський університет споживчої кооперації України, Харківській державний університет харчування та торгівлі, Чернігівський державний технологічний університет, Львівська комерційна академія тощо. Всього ж в системі освіти фахівців торговельного спрямування цілеспрямовано готують 59 навчальних закладів I-IV рівнів акредитації різних форм власності. [5]. Серед них: академій – 2; університетів – 6; інститутів – 5; технікумів – 25; коледжів – 21.

Згідно переліку Вищих навчальних закладів України за 2008 рік, який Міністерство освіти і науки України оприлюднило у двохтомному виданні «Вищі навчальні заклади України» найстарішими закладами освіти є Львівська комерційна академія – 1817 р., Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського – 1920 р., Харківській торговельно-економічний інститут – 1939 р, Ужгородський комерційний технікум – 1915 р., Чернігівський кооперативний технікум Чернігівської облспоживспілки – 1922 р., Луганський державний коледж економіки і торгівлі – 1900 р. [6].

Проте питання навчальних напрямів і спеціальностей, за якими працюють ВНЗ різних галузей економіки губляться у міжвідомчих інтересах, що додає певних проблем. Справа в тому, що намагання вижити в умовах ринкових відносин спонукає керівників ВНЗ здійснювати підготовку фахівців за так би мовити «модними» спеціальностями. Така практика призводить до того, що спеціальності торговельно-економічного спрямування розпорошуються у розмаїтті специфіки господарчої діяльності замовника, а рівень підготовки фахівців не завжди відповідає вимогам, які висуваються до них. [7, с. 228-229].

В історії національної освіти система підготовки фахівців торговельно-економічного спрямування є однією з найдавніших. У новітній історії України ця складова трансформується і розвивається разом з національною школою і поступово набуває стану структурної завершеності та відповідності сучасним вимогам.

Література

1. Вища освіта України і Болонський процес : навч. посіб. / за редакцією В.Г. Кременя. Авторський колектив: М.Ф. Степко, Я.Я. Болюбаш, В.Д. Шинкарук, В.В. Грубінко, І.І. Бабин. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2004. – 384 с.

2. Причепій Є.М., Черній А.М., Чекаль Л.А. Філософія : підручник. – К. : Академвидав, 2007. – 592 с. (Альма-матер).
3. Мазараки А.А., Ильин В.В. Философия денег : монография. – К. : Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2004. – 719 с.
4. Системи якості вищих навчальних закладів: теорія і практика / О.І. Волков, Л.М. Віткін, Г.І. Хімічева, А.С. Зенкін. – К. : Наукова думка. – 2006. – 302 с.
5. Товарознавство в Україні. Університети, академії, інститути. Науковий потенціал / за ред. А.А.Мазараки. – К. : Київ. нац. торг.-экон. ун-т, 2008. –123 с.
6. Вищі навчальні заклади України в 2-х т., МОН України. – К., 2008.
7. Державна служба статистики України. Основні показники діяльності ВНЗ України на початок 2013–2014 навчального року. ДССУ, К. – 2012. – 162 с.

Гуца Г. В.,
канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедри іноземної філології та перекладу,
Київський національний торговельно-економічний університет

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД ДО ІНШОМОВНОЇ ОСВІТИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ЕКОНОМІЧНОГО НАПРЯМУ

Вирішити завдання, які ставить перед світовою спільнотою глобалізація, без освіти, неможливо. «Глобалізація економіки і революція в галузі інформаційних технологій – двигуни розвитку суспільства знань, а її головна сировина – це освіта, бо знання стає основною ознакою сучасного суспільства» [1].

Особливої актуальності у цьому контексті набувають питання щодо забезпечення якості підготовки висококваліфікованих конкурентоспроможних працівників з належним рівнем іншомовної комунікативної професійної компетентності та відповідної комунікативної поведінки, здатних реалізувати себе в умовах багатонаціонального і полікультурного світового простору, що зумовлене передусім упровадженням європейських стандартів і принципів забезпечення якості освіти з урахуванням міжнародних вимог ринку праці до

компетентностей фахівців. Водночас сучасна концепція розвитку вищої освіти в Україні втілює ідею формування та реалізації стратегії мовної політики у вищих навчальних закладах у сфері іноземних мов із забезпечення максимально можливого рівня ефективності іншомовного простору відповідно до міжнародних стандартів щодо викладання та володіння іноземними мовами [2].

Специфіка будь-якої сучасної професійної діяльності, передусім економічної, у світлі нових світоглядних, соціальних і економічних потреб передбачає знання іноземних мов як одного з найвагоміших показників освіченості й високого рівня професіоналізму.

Тому однією з умов успішного навчання іноземних мов студентів вищих навчальних закладів економічного профілю вбачається модернізація структури та змісту іншомовної освіти на засадах компетентнісного підходу відповідно до європейських освітніх стандартів.

Навчальний процес у цьому контексті має бути спрямований на результати навчання, зокрема, забезпечення відповідних фахових потреб у знанні іноземних мов, успішне працевлаштування та кар'єрне зростання, суттєве підвищення конкурентоспроможності.

Саме наявність компетентностей дає змогу знаходити рішення в будь-яких професійних і життєвих ситуаціях, уможливаючи діяльність освіченої особистості незалежно від локального або глобального контексту ринку праці. В умовах постійних змін такий фахівець зі знанням іноземних мов, маючи свободу вибору та оволодівши технологіями прийняття рішень, буде здатним до адаптації і мобільності.

Теоретичні напрацювання вчених (Гершунський Б., Зимня І., Луговий В., Рашкевич Ю., Роландас В., Степко М., Хуторський А. та ін.) із питань модернізації структури та змісту освіти на засадах компетентнісного підходу, а також досвід діяльності вітчизняних вищих навчальних закладів щодо реалізації стратегії мовної політики у сфері іноземних мов свідчать, що забезпечення якості вищої освіти залежить значною мірою від ефективності впровадження у навчальний процес компетентнісного підходу. Останній зорієнтований на досягнення такого результату навчання, який забезпечить майбутньому фахівцю можливість адаптуватися до нових суспільно професійних потреб, до соціальних реалій, зумовлених процесами глобалізації, інформатизації, модернізації економіки, виробничої та інших сфер життєдіяльності соціуму [3].

Метою цієї наукової розвідки є обґрунтування потреби та шляхів модернізації структури і змісту іншомовної освіти на засадах компетентнісного підходу відповідно до європейських освітніх стандартів.

Компетентності являють собою динамічне поєднання знань, розуміння, навичок, умінь, досвіду та здібностей [4]. За рекомендаціями ENQA (European Network for Quality Assurance in Higher Education) результати навчання формулюються в термінах компетентностей.

Упровадження компетентнісного підходу в підготовку професійно орієнтованої мовної особистості, готової до професійної міжкультурної комунікації та саморозвитку в новому інформаційно-комунікативному середовищі, на нашу думку, є найбільш продуктивним з огляду на головну світову і загальноєвропейську тенденцію в реформуванні освітніх систем, що концентрує увагу на результаті цілеспрямованої соціалізації людини – комунікативній компетенції [5]. Саме такий підхід є ключовим для підвищення якості професійної освіти, оскільки те, до чого необхідно прагнути, і результати, яких потрібно досягти, вимагають обґрунтування та чіткого формулювання мети діяльності, якій, у свою чергу, підпорядковується все: зміст, методи, форми, засоби навчання. Збіг мети та результату стає критерієм ефективності будь-якого процесу, у тому числі і освітнього.

Компетентнісний підхід видається доцільним розглядати передусім у двох аспектах: перший стосується модернізації змісту навчання, узгодженого з цілями професійної підготовки, з одночасним визначенням результативного складника освітнього процесу; другий сприяє цілеспрямованому розвитку ключових компетентностей майбутніх фахівців.

Розглянемо більш детально кожний з названих аспектів.

Стан готовності до професійної діяльності багато в чому зумовлений і тими конкретними умовами, в яких він формується. Під умовами розуміють сукупність соціально-педагогічних та дидактичних факторів, які впливають на освітній процес, дозволяють керувати ним, проводити його раціонально.

До них відносяться: цілі навчання, зміст і структура навчального матеріалу, ефективні форми та методи, прийоми навчання і виховання, адекватні форми організації навчального процесу та їх види, професійно значуща мотивація, потреба у самовдосконаленні, здібності, зацікавленість у знаннях, у своєму професійному становленні.

Зрозуміло, що зміст освіти як складник навчального процесу, цілком залежить від її мети. Вибір мети навчальної дисципліни як однієї з найбільш істотних умов, залежить, насамперед, від таких факторів, як соціальне замовлення суспільства, освітня мета і специфіка конкретного освітнього закладу, відносна значимість дисципліни у загальному комплексі дисциплін, передбачених навчальним планом вищого

навчального закладу (далі – ВНЗ), вхідний рівень підготовленості (наприклад мовної) абітурієнтів та їх кількість в академічних групах, сітка годин, етап навчання тощо.

Так, пріоритетною освітньою метою Рада Європи проголошує підготовку до життя у демократичному суспільстві, а саме: орієнтація усіх європейців на зростаючі потреби міжнародної мобільності і тісної співпраці не лише в галузі освіти, культури та науки, але також і галузі торгівлі та промисловості; сприяння взаємному розумінню і терпимості, повазі до особистості і культурних відмінностей шляхом більш ефективної міжнародної співпраці; попередження небезпеки, що може бути результатом маргіналізації тих, у кого недостатньо розвинені вміння, необхідні для спілкування в інтерактивній Європі, тощо [6, с. 2–4].

Основна мета навчання іноземної мови у немовних ВНЗ економічного профілю України полягає в формуванні у студентів професійної іншомовної комунікативної компетентності, базою для якої є загальні мовленнєві/навчальні уміння, мовні знання, соціолінгвістична та прагматична компетентності і яка забезпечує ефективне спілкування в академічному та професійному оточенні. Вона виступає як інтегративна, зорієнтована на досягнення практичного результату в оволодінні іноземною мовою, а також на освіту, виховання та розвиток студентів.

Наведене визначення комплексності мети навчання дає змогу конкретизувати її в таких завданнях:

- набуття студентами ключових і предметних компетентностей;
- сприяння засобами іноземної мови вдосконаленню (розширенню та поглибленню) загального, а також мовного і професійного світогляду студента, і в цілому гуманістичному вихованню та всебічному розвитку особистості;
- розвиток інтересів в області профільних предметів ВНЗ, наукового світогляду, а також мовних здібностей і культури мовлення;
- виховання усвідомленого ставлення до вибору професії, потреби у практичному використанні іноземної мови у майбутній професійній діяльності, набуття компетентностей;
- формування у студентів загальнолюдських і національних цінностей, цінностей демократичного плюралістичного суспільства, які базуються на толерантному ставленні та повазі до інших, а також соціальної активності та громадської відповідальності, верховенства права та моральної свідомості;
- виховання почуття патріотизму, з одного боку, а з іншого – поваги до загальнолюдських цінностей у студента, здатного вільно орієнтуватися в суспільному житті та усвідомлювати свою роль і відповідальність перед

суспільством й державою, який може глобально гуманістично мислити та локально творчо діяти;

- розвиток у студентів таких важливих у професійному відношенні пізнавальних процесів, як довільна увага, різні види пам'яті, аналітичне мислення тощо;

- сприяння налагодженню міжкультурних зв'язків, керування в своїй діяльності загальноприйнятими соціокультурними нормами і цінностями.

Зазначені особливості в побудові процесу навчання іноземної мови у немовному ВНЗ дозволяють зробити висновок, що залежно від розповсюджених форм застосування іноземної мови (видів мовленнєвої діяльності) у тій чи іншій професійній діяльності, кожен ВНЗ має право обрати прийнятний для нього варіант, який передбачає певні домінуючі цілі. При цьому інваріативність може мати місце у рамках різних спеціальностей одного закладу.

Друга умова – зміст освіти – виступає не лише як певна сукупність інформації, а й як відповідним чином структурована на основі відбору і подання інформація [7, с.61]. Структурування змісту навчального матеріалу дисципліни має здійснюватися за такими принципами:

- систематичності та послідовності;
- ускладнення (що передбачає поетапне ускладнення мовного матеріалу з кожним наступним роком навчання);
- формування позитивної мотивації навчання;
- свідомості і міцності засвоєння;
- професійної орієнтації.

Тобто залежно від завдань навчальної дисципліни, кількості годин на проведення навчального аудиторного заняття та самостійної позааудиторної роботи, згідно з навчальним планом, психологічних і педагогічних факторів навчання враховується логіка викладання на певному етапі навчання та відповідний рівень засвоєння навчального матеріалу в розподілі останнього по видах занять.

У побудові освітнього процесу основою будь-якої дисципліни є навчальна програма, що відображає мету та відповідний зміст навчання, визначає компетентності, які потрібно розвинути, а також передбачає їх структурування, розподіл за етапами навчання (особливо це стосується іноземної мови) [8; 9].

Так, кожен етап навчання іноземної мови має свою лінгвопсихологічну та педагогічну специфіку. На першому етапі матеріал змінюється за структурою, складністю, змістом, характеризується репродуктивною

діяльністю студентів. На другому етапі включається розвиток самостійної пізнавальної діяльності, удосконалення процесів мислення, формування професійних інтересів. Завданням третього етапу є реалізація елементів науково-дослідницької роботи тощо.

З огляду на майбутню професійну діяльність процес навчання іноземної мови у немовних ВНЗ України є цілком специфічним: засвоєння знань відіграє підпорядковану роль, в той час як оволодіння уміннями та навичками іншомовної діяльності є не менш важливим, ніж опанування знаннями з профільних дисциплін. Якщо іншими навчальними предметами студент може оволодіти за допомогою рідної мови як інструменту, то при вивченні іноземної мови виникає проблема поступового, керованого ззовні засвоєння найбільш легких засобів для опанування за їх допомогою більш складних мовних засобів [10, с. 20].

Оволодіння іноземною мовою як навчальною дисципліною, на противагу іншим предметам, не дає людині безпосередніх знань про реальну дійсність [10, с.84]. Мова є засобом формування, а потім і формою існування та вияву думки про об'єктивну дійсність, властивості, закономірності якої є предметом інших дисциплін [10, с.88]. Це означає, що іноземна мова є засобом отримання інформації або ж засобом спілкування. Практична реалізація цих положень передбачає «...необхідність оволодіння іноземною мовою як засобом організації та трансформації думок у процесі іншомовної комунікації» [11]. Змістом цього процесу є «конкретна інформація стосовно системи знань, що є основою для розвитку необхідних навичок та вмінь» [11].

Тому іноземна мова у системі професійної освіти України вже давно вийшла за рамки загальноосвітньої дисципліни. Сьогодні вона розглядається як один із складників професійної підготовки поряд зі спеціальними предметами. Процес навчання іноземної мови має чітко окреслений прикладний характер; його зміст повинен відображати специфіку майбутньої професійної діяльності.

Суттєва роль у цій площині відводиться показнику професійної орієнтації особистості, від якого залежить розвиток іншомовних комунікативних можливостей майбутніх фахівців. Це сприяє підвищенню ефективності навчального процесу, що забезпечується професійною спрямованістю матеріалу, який передбачає нерозривний зв'язок зі спеціальністю студента.

Отже, формування ціннісного ставлення студентів до вивчення іноземної мови як вагомого чинника їх успішної майбутньої професійної діяльності є наступною умовою, що сприяє реалізації компетентнісного

підходу, розвитку загальних і спеціальних компетентностей та, відповідно, впливає на ефективність освітнього процесу.

Характерною особливістю наступної умови є необхідність визначити дидактичні принципи, методи та прийоми, а також засоби навчання, що стимулюють мовленнєво-пізнавальну активність студентів (убачається актуальним, зокрема, поєднання різноманітних інтенсивних методик, застосування елементів тренінгових та інформаційних технологій навчання; вирішення карток-завдань проблемно-пошукового характеру, використання рольових і ділових ігор, диспутів за змістом переглянутих відеосюжетів і прочитаної літератури з використанням опорних граматичних сигналів; прослуховування великої кількості автентичного матеріалу тощо).

Ще одним напрямом роботи викладача є створення переліку загальних типових ситуацій професійної діяльності студентів, їх моделювання в навчальному процесі та спрямування навчання іноземної мови на формування готовності майбутніх фахівців до виконання професійних іншомовних комунікативних функцій.

Зважаючи на наведене, видається доречним висновок про те, що модернізація структури та змісту іншомовної освіти вимагає вироблення єдиної концепції навчання іноземних мов на основі вивчення цілей і завдань у галузі вищої професійної освіти та їх узгодження й поєднання з метою навчання іноземних мов у контексті специфіки освітнього закладу; обґрунтування змісту і структури навчання, адекватних установленим меті та завданням; а також визначення організації та результатів навчання, розроблення сучасних технологій навчання щодо оптимізації процесу навчання іноземних мов.

Упровадження концепції, заснованої на засадах компетентнісного підходу, передбачає послідовну реалізацію низки завдань, найважливіші з них – розроблення теоретичних і методичних засад аналізованої проблеми, створення єдиної стратегічної програми освітніх дій щодо відповідності цілей змісту, засобам і результатам навчання іноземних мов.

З огляду на зазначене в основу модернізації іншомовної підготовки доцільно покласти реалізацію базових умов забезпечення якості освіти:

– аналіз змістового наповнення таких навчальних дисциплін, як «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова спеціальності», «Ділова іноземна мова», «Професійна комунікація іноземною мовою», що викладаються у ВНЗ, та, зважаючи на потребу забезпечення належного рівня іншомовної мовленнєвої підготовки,

вмотивування необхідності вивчення цих дисциплін у певній послідовності;

- визначення та відбір змісту і структури навчання іноземної мови відповідно до встановленої мети та поставлених завдань, з урахуванням обсягу годин, відведених на дисципліни; розподіл навчального матеріалу із забезпеченням наступності у вивченні мов – у системі безперервної професійної освіти;

- розроблення та запровадження концепції навчання іноземних мов, в якій на тлі певного профілю спеціальності сформульовані мета, заплановані результати, визначені оптимальні підходи до організації цілісної системи навчання студентів іноземної мови у професійних цілях;

- проектування, розроблення, реалізація навчальних і робочих програм навчальних дисциплін на засадах компетентнісного підходу;

- розроблення навчально-методичних матеріалів з відповідних дисциплін, зокрема навчальних посібників;

- розроблення інноваційних форм, методів і засобів використання сучасних технологій навчання, комплексне застосування традиційних і інтенсивних методик навчання іноземних мов на основі функціонально-комунікативної лінгводидактичної моделі;

- визначення форм і видів контролю, розроблення доцільної структури екзамену/заліку та єдиних критеріїв оцінювання навчальних досягнень студентів.

Вагомим у площині розвитку ключових компетентностей майбутніх фахівців є застосування компетентнісного підходу, що спрямовує педагогічний процес на формування та розвиток загальних і спеціальних компетентностей [3; 4; 12], зокрема через вивчення іноземної мови.

Загальновідомо, що на сучасному етапі суспільству потрібна професійно компетентна особистість, яка відповідає вимогам ринку праці. Тому наразі освіта повинна бути налаштована на розвиток гармонійного мислення кожної людини, яке базується на загально-людських цінностях, на поєднанні внутрішньої свободи особистості та її соціальної відповідальності, терпимому ставленні до різного світосприйняття. Саме ці якості особистості включені до головних цінностей земної цивілізації, що задекларовані в документах ООН. Сьогодні кожна людина повинна вміти спостерігати, аналізувати, пропонувати, відповідати за прийнятті рішення та долати різні непорозуміння. Тому одним з пріоритетних завдань освіти у ВНЗ є формування всебічного розвитку особистості як сукупності її якостей та низки ключових компетентностей.

Спираючись на численні теоретичні дослідження, вчені поділяють компетентності на спеціальні (фахові) та загальні [3; 4; 6; 12]. Спеціальні є ключовими для здобуття будь-якого ступеня, безпосередньо пов'язані зі спеціальними знаннями предметної області. Загальні здобуваються у рамках певної навчальної програми, але зберігають свою вагомість і для іншої довільної програми. Вони повинні бути збалансовані із спеціальними компетентностями, надають додаткові перспективи для працевлаштування. До загальних компетентностей відносяться інструментальні (когнітивні, методологічні, технологічні та лінгвістичні здатності); міжособистісні (соціальна взаємодія та співпраця); системні (поєднання розуміння сприйнятливості та знань).

Ключовими інструментальними компетентностями, що формуються при навчанні іноземної мови, є такі: здатність до аналізу і синтезу, базові загальні знання, навички управління інформацією (уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел), розв'язання проблем, прийняття рішень тощо. До ключових міжособистісних компетентностей відносяться взаємодія (робота у команді), позитивне ставлення до інших культур, етичні зобов'язання тощо [3; 4; 12].

Ефективність формування компетентностей особистості значною мірою визначається реалізацією у навчанні іноземної мови підходів, які сприяють вирішенню цього завдання. Провідним, з точки зору головної мети вивчення іноземної мови, вбачається використання комунікативного підходу, що найбільшою мірою з усіх відомих спрямований на формування у майбутніх спеціалістів навичок іншомовного спілкування і розвитку комунікативних здібностей за рахунок комунікативно орієнтованих завдань і вправ, адаптованих до конкретної спеціалізації ВНЗ. Такий підхід забезпечує систематичне оволодіння іноземною мовою, зокрема вивчення її загальних закономірностей, функціональних і структурних аспектів, необхідних для досягнення професійної комунікативної компетентності.

Стосовно відбору та організації змістового матеріалу навчання іноземної мови реалізація міжкультурного підходу у навчальному процесі зумовлює принципове оновлення соціокультурного компонента змісту навчання іноземної мови і сприяє розвитку цілісної особистості студента та його самоусвідомлення шляхом збагачення досвіду, розуміння відмінностей між різними культурами.

У рамках цього підходу кожен з тих, хто навчається, вчиться розпізнавати особливості національних стереотипів, пізнає досягнення світової та вітчизняної культури і водночас як представник своєї нації збагачується через знання інших культур та їх світосприйняття.

Основним критерієм оновлення сучасного змісту навчання стає наповнення соціокультурного компонента рисами міжкультурного підходу. Розвиток соціокультурного компонента об'єктивно сприяє подоланню не тільки мовного, але й культурно-ментального бар'єру між представниками різних соціумів, що позитивно впливає на досягнення кращого взаєморозуміння, а отже, прискорює процес міжнародної інтеграції.

З точки зору визначення засобу та характеру діяльності прийнятий Радою Європи стосовно вивчення іноземної мови діяльнісно орієнтований підхід вважається стратегічним, оскільки тільки завдяки діяльності, в процесі якої формуються відповідні компетентності, якості та цінності особистості, на які орієнтує професійна освіта, можна досягти поставленої мети. У контексті проблеми, що аналізується, згідно з діяльнісно орієнтованим підходом [6], використання іноземної мови включає ряд взаємопов'язаних компонентів, а саме такі компетентності: загальні (що складаються з академічних знань, вмінь, навичок життєвого досвіду, а також з вміння вчитися) та комунікативні мовленнєві (лінгвістичні, соціокультурні та прагматичні).

З точки зору формування особистості студентів, урахування їх оригінальних поведінкових, інтелектуальних та інших властивостей і рис, інтересів та потреб доцільним видається застосування особистісного підходу, що сприяє розкриттю найкращих якостей особистості, за допомогою яких відбувається становлення майбутнього професіонала, громадянина суспільства і творчої особистості.

Досягнення інтегрованої комплексної мети навчання іноземної мови є одним з пріоритетних завдань мовної освіти та сприяє набуттю особистістю низки ключових компетентностей, що, у свою чергу, передбачає формування всебічного розвитку особистості. Отже, інтегральна сукупність компетентностей, яких повинен набути студент, окреслює результат навчання.

Саме у цьому контексті відбувається навчання іноземним мовам у КНТЕУ (розроблені відповідні навчально-методичні комплекси з дисциплін, підготовлені та використовуються у освітньому процесі навчальні посібники, зміст яких характеризується комунікативним спрямуванням, тематичною цілісністю та інформативністю тощо). Іншомовна підготовка в Університеті слугує своєрідною базою для професійного становлення особистості економіста.

У світлі вищевикладеного, можна зробити такі висновки:

1. У модернізації професійної освіти останнім часом все більшого значення набуває компетентнісний підхід, що відіграє важливу роль у

формуванні готовності ефективно використовувати потенційні можливості (знання, вміння, навички, цінності, психологічні особливості) та зовнішні ресурси (інформаційні, людські, матеріальні) для досягнення поставленої мети.

2. Мета навчання іноземної мови у немовних вищих навчальних закладах освіти економічного напрямку полягає у формуванні засад професійно орієнтованої мовної особистості, готової до професійної міжкультурної комунікації та саморозвитку у новому інформаційно-комунікативному середовищі. Показником рівня сформованості професійно орієнтованої мовної особистості є іншомовна професійна комунікативна компетенція, професійно міжкультурна компетенція та іншомовна рефлексивна компетенція.

Література

1. Штерн Н. Світ знання / Н.Штерн // Deutschland, 2008. – №1 – С. 43.
2. Кремень В. Г. Освіта і система виховання повинні переорієнтуватися на формування у людей інноваційного типу мислення (з доповіді на загальних зборах АПН України) / В. Г. Кремень // Іноземні мови в навчальних закладах. – 2006. – № 2. – С. 4.
3. Степко М. Компетентнісний підхід: його сутність, що є прийнятним, а що проблемним для вищої школи України / М. Степко // Вища освіта України. – 2009. – № 1. – С. 43–52.
4. Рашкевич Ю. Побудова навчальних програм на основі компетентнісного підходу // Вища освіта України. – 2012. – № 4. – С. 48–59.
5. Karniol R. Settings, scripts, and self-schemata: A cognitive analysis of the development of prosocial behavior / R.Karniol ; in N. Eisenberg (ed.) // The development of prosocial behavior. – New-York : Academic Press, 2003. – P. 251–280.
6. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання. – К. : Ленвіт, 2003. – 261 с.
7. Навчальний процес у вищій педагогічній школі : навч. посіб. / за заг. ред. академіка О.Г. Мороза. – К. : НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2001. – 337 с.
8. Зеленська О.П. Навчальна програма в системі засобів навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах МВС України / О.П Зеленська // Лінгвометодичні концепції викладання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України : зб. наук. статей учасників Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 23–24 груд. 2003 р. /

редкол. : І.І. Тимошенко (гол.) та ін. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – 583 с.

9. Crystal D. Emerging English / D. Crystal // English Teaching Professional. – 2000. – № 14. – Р. 11–12.
10. Зимняя И.А. Психология обучения иностранным языкам в школе / И.А. Зимняя. – М., 1991. – 222 с.
11. Чепелева Н. В. Психологические особенности понимания текста студентами вузов как фактор их самообразования / Н. В. Чепелева. – К. : Либідь, 1993. – 173 с.
12. Хуторской А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Ученик в обновляющейся школе : сб. науч. трудов. – М.: ИОСО РАО, 2002. – С. 135–157.

Давиденко В.С.,
канд. юрид. наук, доцент,
доцент кафедри загальноправових дисциплін
Київського національного
торговельно-економічного університету

КРИМІНАЛЬНА СУБКУЛЬТУРА ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЗЛОЧИННОСТІ СЕРЕД ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

Згідно зі ст. 17 Конституції України, оборона України, захист її суверенітету, територіальної цілісності і недоторканості покладається на Збройні Сили України. Держава забезпечує соціальний захист громадян, які перебувають на службі у Збройних Силах України та в інших військових формуваннях.

Особливого значення ця проблема набуває за сучасних умов залучення Збройних Сил України до виконання професійних завдань у зоні бойових дій на сході країни.

Проте доцільно зазначити, що лише за останні п'ятнадцять років в Україні проблематика злочинності серед військовослужбовців стала предметом наукових дискусій серед вчених юристів. Переважно це були дослідження на монографічному рівні в галузях кримінального права та кримінології [1; 2; 3].

Поза межами досліджень учених юристів України тривалий час залишались питання криміналістичного забезпечення розслідування військових злочинів. А отже з огляду на окреслену проблему, її вирішенню сприятиме комплексний кримінологічно-криміналістичний аналіз впливу кримінальної субкультури на формування злочинної поведінки серед військовослужбовців.

Доцільно зазначити й те, що кримінальній субкультурі вітчизняними науковцями також не приділялось достатньої уваги як детермінанту злочинності серед військовослужбовців. Проте це складна, багатопланова проблема, напрямки дослідження якої повинні базуватися на знаннях в галузі кримінології, криміналістики, психології тощо.

Дослідження феномену кримінальної субкультури в межах джерел формування злочинної поведінки серед військовослужбовців, насамперед сприятиме дослідженню й характеристиці самої особи злочинця, яка в свою чергу є визначальним елементом та основною сполучною ланкою криміналістичної характеристики злочину.

Цілком слушною є думка Г.А. Зоріна, що наслідком недостатньої уваги до особи злочинця, є перетворення цього вчення в додаток до методики розслідування, що призводить до втрати інформації на тактичному та стратегічному рівнях [4, с. 11].

В закономірній послідовності формування криміналістичних знань і їх кінцевого «продукту» – криміналістичної методики, вагомим зв'язковим елементом також стануть й результати дослідження кримінальної субкультури як детермінанта військової злочинності.

У системі наукових положень окремих криміналістичних методик розслідування військових злочинів (закономірностей, принципів) і розроблених на їх основі практичних рекомендацій (алгоритмів, програм) розслідування злочинів [5, с. 411] важливе місце відведено заходам криміналістичної профілактики – профілактичній діяльності слідчого. Проте ефективні профілактичні дії слідчого можливі лише за умов з'ясування природи виникнення та існування різновидів злочинної поведінки та її формуючої основи – особи злочинця.

Розслідування військових злочинів – складний та багатогранний процес, який у межах дослідження предмета доказування у кримінальному провадженні вимагає встановлення й аналізу низки обставин і їх джерел. З подібних позицій також належить підходити і до встановлення певних джерел криміналістичної методики. В узагальненому вигляді їх можна визначити як інформацію, положення та факти, які дають початок і живлять розвиток криміналістичної методики розслідування злочинів.

У дослідженні виникнення злочинного наміру та формування злочинної поведінки серед військовослужбовців, насамперед належить встановити найбільш дієві та визначальні фактори, що впливають на існування злочинності загалом, зокрема на динаміку розвитку її окремих видів. Пріоритет впливу на формування окремих видів злочинів, крім багатьох інших загально-кримінологічних аспектів, на нашу думку, належить злочинному світові як носієві стандартів злочинної поведінки, передусім місцям позбавлення волі – архаїчному інституту збереження та дотримання «законів» злочинного середовища, певних негативних традицій та ритуалів, або так званої кримінальної субкультури.

У соціології термін «субкультура» використовується давно, щодо асоціальної, тим більше – кримінальної субкультури в межах професійної та організованої злочинності, з дослідників вперше наведено В.Ф. Пірожковим [6]. В подальших доробках вчених-юристів розглянуті проблеми злочинної субкультури в межах моральних уявлень у самому злочинному середовищі, що дозволило визначити злочинну субкультуру як не екзотичний елемент сучасної моралі та звичаїв, а небезпечне соціально-психологічне явище, здатне негативним чином впливати на безліч сторін суспільного життя. Щодо субкультури засуджених, то, з психологічної точки зору, асоціальна субкультура, або так зване інше життя, являє собою досить стабільну мережу безпосередньої взаємодії між ними [7, с. 68–88, 328–329].

Незалежно від того, що для установ виконання покарань з одного боку, та для військових підрозділів, з іншого, притаманні свої специфічні функції, все ж таки можна визначити окремі структурні показники типових ознак місць позбавлення волі та армійського середовища, які і становлять предмет кримінологічного-криміналістичного аналізу. Як типова особливість, і у місцях позбавлення волі, і у армійських колективах, безумовно, переважають чоловіки з притаманною для їх середовища ієрархією, із специфічними для їх взаємовідносин особливостями вирішення конфліктних ситуацій, зокрема і шляхом психологічного чи фізичного впливу.

Також, як для установ виконання покарань, так і для військових формувань, характерними є огорожені та охоронювані об'єкти, з обмеженим доступом сторонніх осіб, де чітко регламентовані внутрішній розпорядок дня, праця та навчання, порядок у приміщеннях та режим на території об'єктів, чітко визначена підпорядкованість. Можна погодитись з окремими вченими, що, зокрема, система виконання покарань в Україні, по суті, організація військового типу [8, с. 159-163], з домінуючими засадами

мілітаризації, примусу та контролю, що є основою забезпечення єдиноначальності, підпорядкованості, дисципліни.

Щодо досліджуваних питань, то типовою для військовослужбовців, переважно строкової та контрактної служби, є обмежена диференціація вибору власної поведінки, що і є головною їх відмінністю від інших членів суспільства. У зазначених умовах виникають тісно взаємопов'язані, особливі загально-соціальні причини та умови протиправної поведінки, що існують на особистісно-мікросередовищному рівні. Ці особи переважно мають невимогливу структуру потреб, з притаманним їм конформізмом, залежністю від інших осіб, що насамперед обумовлено обмеженим колом спілкування. Їх інтровертність, замкнутість, песимізм, скритність при тривалому накопиченні можуть викликати емоційний вибух, хуліганство, насильницькі дії, інші правопорушення тощо [9, с. 399-407]. Без суттєвих перебільшень та принципового порівняння, зазначені особливості побуту та психологічних аспектів формування взаємостосунків і особистої поведінки можна віднести і до місць утримання засуджених.

Як типові схожі особливості, то також доцільно зазначити, що військовослужбовці часто використовують терміни військово-кримінального жаргону, який набув характеру професійної мови, і що свідчить про його поширеність, переважно в середовищі солдат та сержантів строкової та контрактної служби. Як наслідок фрустрації, значна кількість військовослужбовців строкової та контрактної служби відмовляється від попередньо визначених установок її сприйняття. У зазначених умовах спостерігається конфлікт (зіткнення протилежно-спрямованих, несумісних тенденцій у свідомості окремих військовослужбовців у міжособистісних взаємодіях або міжособистісних взаємовідносинах), суперечності між очікуваною романтикою та реаліями повсякденного армійського чи флотського побуту.

З окремих питань дослідження нами були опитані 140 прокурорсько-слідчих працівників військових прокуратур, 140 військовослужбовців строкової служби та за контрактом, а також 225 військових службових осіб. На питання: «Чи звертались Ви за допомогою у військові правоохоронні органи, до вищого командування?» не залишили нас байдужими відповіді 7 % опитаних солдат та сержантів, в яких було зазначено, що скаржаться лише «стукачі» і «криси», це не по «поняттям». З питань ставлення до військової служби не менш бентежними є відповіді відповідно 20 % та 22 % солдат та сержантів, що військова служба нічого не змінює та ні на що не впливає і що це даремно втрачений час.

Доцільно зазначити й те, що система відносин у військових колективах пов'язана з існуванням «військових класів» – призовів, так

званої «дідівщини», явища більш типового для солдат строкової служби. Проте не вирішує складність проблеми перспектива формування Збройних Сил України виключно військовослужбовцями контрактної служби.

В ході опитування працівників прокуратури нами було досліджене питання щодо перспектив вчинення військовослужбовцями злочинів, зокрема насильницьких, таких, що пов'язані із ухиленням від військової служби, викраденням, привласненням, вимаганням військового майна тощо в умовах реформування Збройних Сил України та їх формування на контрактних умовах проходження військової служби.

Таким чином 86 % респондентів ствердливо зазначили про наявність таких перспектив через невідповідність очікуваного та реального фінансово-матеріального забезпечення, перспектив розчарування у військовій службі, складних умов її стимулювання та проходження. 30 % опитаних указали на недостатньо якісний підбір кандидатів для проходження військової служби за контрактом, серед яких є особи, які не проходили строкову службу та не готові до невігядливого армійського побуту. Також 49 % опитаних послались на наявність кримінологічних засад існування злочинності в суспільстві (у війську зокрема), зазначили, що зміняться лише окремі кількісно-якісні показники злочинів.

Отже, армія, як складова суспільства, не може бути відокремлена від впливу вже сформованих антисоціальних процесів розвитку та поширення злочинності. Недієва державна політика з питань виховання молоді, байдужість до проблем, що впливають на тенденції духовного та інтелектуального її занепаду, містить негативні й небезпечні наслідки.

Як закономірний тому результат, найбільш несвідома частина молоді захоплюється «романтикою злочинного світу», у закономірному процесі взаємообміну інформацією в суспільстві, у своїй поведінці імітує окремі запозичені «тюремні традиції та звичаї», а під час служби в армії привносить в них свою, не в кращому розумінні, індивідуальність.

Не менш цікавим, на наш погляд, є питання, в який саме період відбулось запозичення негативних традицій та звичаїв злочинного світу (з місць позбавлення волі тощо) та їх детермінація в злочинній поведінці військовослужбовців.

Крім того, що злочинність серед військовослужбовців сягає в далекий історичний простір, вона набула нових якостей сучасної кримінальної субкультури в 60-х роках минулого століття. Закон СРСР «Про загальний військовий обов'язок» від 12 жовтня 1967 р. без обмежень регламентував призов на військову службу осіб, які відбули покарання за злочини. Ця невиправна помилка призвела до експансії у військових колективах неформальних традицій «кримінального світу»,

що тривалий час замовчувалось, а зрештою стала детермінантом у складному процесі закономірностей та взаємозв'язку формування більш жорстоких та зухвалих форм протиправної поведінки військовослужбовців колишньої Радянської Армії, а згодом і серед військовослужбовців Збройних Сил України. Тільки у 1970-х роках правопорушення у сфері міжособистісних стосунків, насильницьких та інших злочинів серед військовослужбовців почали розглядати як серйозну проблему, подальше замовчування якої стало неможливим.

Як слушно зазначає В.В. Бондарєв, у сучасній українській армії привертає увагу характер насильств, зокрема, прояви особливої жорстокості та зухвалості при вчиненні цих злочинів, іноді організованість дій винних, основою якої виступають негативні традиції у військових колективах [3, с. 58].

Вивчення судово-слідчої практики свідчить про тенденцію до збільшення корисливої мотивації в протиправній поведінці військовослужбовців. Спостерігається спрямованість до зростання окремих корисливих військових злочинів, зокрема: викрадення, привласнення, вимагання військового майна, а також заволодіння ним шляхом шахрайства або зловживання службовим становищем (ст. 410 КК України).

Суспільну небезпеку цих діянь посилює протиправне заволодіння військовим майном службовими особами (офіцерами), які зобов'язані забезпечити зберігання майна, проте, з огляду на свої повноваження, використовують організаційно-розпорядчі або адміністративно-господарські функції всупереч інтересам служби, а також встановленого порядку здійснення права власності щодо військового майна, протиправно і безоплатно обертають військове майно на свою особисту користь.

В ході опитування працівників прокуратури, нами було поставлене питання щодо причин і умов існування злочинів, пов'язаних із незаконним заволодінням військовим майном службовими особами. 80 % опитаних послались на високий рівень корупції (корумпованих зв'язків), а також зв'язків окремих службових осіб із представниками організованих злочинних угруповань, і як тому наслідок – сформовану у них впевненість у вседозволеності та безкарності. 67 % респондентів акцентували увагу на матеріальному та духовному зубожінні окремих верств населення.

Заслуговує на увагу і думка 35 % опитаних військових службових осіб, що чим вище посада та звання у окремих командирів та начальників, тим більше спонукань системно заволодівати державним майном та впевненість у вседозволеності та безкарності через міцні корумповані зв'язки.

Не залишила нас байдужими і думка окремих солдат та сержантів щодо причин приховування командуванням злочинів серед підлеглих. 5 % респондентів відверто та без типового для солдат побоювання зазначили, що окремі командири приховують злочини, зокрема самовільні залишення військовослужбовцями місця служби, за відповідні винагороди.

У підсумку можна зазначити, що типовий злочинець – військовослужбовець строкової служби, це зокрема особа найбільш криміногенного типу, з наявними пріоритетними регресивними цінностями в житті, з досвідом підліткової протиправної поведінки, а також вживання спиртних напоїв, наркотиків тощо. Отже, ця особа є потенційним та найбільш сприятливим об'єктом впливу кримінальної субкультури. Щодо типового злочинця-офіцера, то це особи, що мають досвід агресивно-насиленницької поведінки, виключно корисливі спонукання, які відчувають побічний вплив представників кримінального світу (організованої злочинності тощо) з психологією «временщика» та байдужі до проблем підлеглих та армії загалом [7, с. 252–268].

Таким чином, кримінологічно-криміналістичний аналіз типових, родових ознак елементів кримінологічної та криміналістичної характеристики кримінальних правопорушень військовослужбовців дозволяє зробити висновок щодо детермінізму цих явищ (об'єктивної закономірності взаємозв'язку і причинної обумовленості) із кримінальною субкультурою.

З цих же міркувань ми цілком погоджуємося з думкою В.В. Лунєєва, який зазначає, що всі позитивні та негативні тенденції й закономірності, що притаманні державі в цілому, повною мірою проявляються в армії. Але військо – специфічна частина суспільства, зі своїми соціально-економічними, демографічними, організаційно-управлінськими й правовими особливостями, які позитивно або негативно позначаються на злочинності військовослужбовців [10, с. 382].

В завершення також доцільно зазначити, що у кропіткому процесі дослідження злочинності серед військовослужбовців, а також формування окремих криміналістичних методик розслідування військових злочинів, із врахуванням специфічних особливостей військової служби, повинні бути використані, зокрема, й наукові доробки з окремих галузей знань, досліджені та враховані дані кримінальної діяльності, прояви асоціальної (кримінальної) субкультури її носіїв.

Література

1. Хавронюк М.І. Військові злочини : навч. посіб. / М.І. Хавронюк. – К. : Укр. акад. внутр. справ, 1995. – 156 с.
2. Шамрай В.О. Військові формування та військова служба (організаційно-правові та управлінські аспекти) : монографія / В.О. Шамрай. – К. : Вид-во «КВІЦ», 1998. – 225 с.
3. Бондарев В. В. Насильство серед військовослужбовців (поняття, характеристика, причини та попередження) : моногр. / В. В. Бондарев. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 272 с.
4. Зорин Г.А. Теоретические основы криминалистики / Г.А. Зорин. – Минск : Амалфея, 2001. – 608 с.
5. Салтевський М. В. Криміналістика (у сучасному викладі): підруч. / М. В. Салтевський. – К. : Кондор, 2005. – 588 с.
6. Пирожков В.Ф. Законы преступного мира молодежи (криминальная субкультура) / В.Ф. Пирожков. – Тверь: ИПП «Приз», 1994. – 320 с.
7. Антонян Ю.М., Кудрявцев В.Н., Эминов В.Е. Личность преступника / Ю.М. Антонян, В.Н. Кудрявцев, В.Е. Эминов. – СПб. : Изд-во «Юридический центр Пресс», 2004. – 366 с.
8. Рудник В.Ф. Виправно-трудова система України як організація військового типу та проблеми її демілітаризації // Наук. вісн. Акад. державної податкової служби України / В.Ф. Рудник. – 2000. – № 2 (8). – С. 159–163.
9. Криминология: Учебник для юрид. вузов / Под ред. проф. В.Н. Бурлакова, проф., академика В.П. Сальникова. – С.Пб.: Санкт-Петербург. акад. МВД России, 1998. – 576 с.
10. Лунеев В.В. Преступность XX века. Мировые, региональные и российские тенденции / В.В. Лунеев. – М.: Изд-во НОРМА, 1999. – 516 с.

Давидюк Л.П.,
к.е.н., доцент кафедри економіки
та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-
економічного інституту КНТЕУ

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЗАСАД РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПРАЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Об'єднання в умовах глобалізації національних ринків праці в єдиний світовий простір істотно позначається на макроекономічній політиці держав в галузі праці та соціально-трудова відносин, знімаючи обмеження, спричинені національними особливостями, та надаючи даному процесу більш універсального характеру. Одночасно уніфікація зовнішніх умов в контексті функціонування національних ринків праці потребує удосконалення не лише внутрішньокрайових норм регулювання параметрів функціонування вказаних ринків, а й врахування зустрічного впливу інтернаціоналізації підготовки і використання робочої сили. Фактично мова йде про трансформацію інституційних засад регулювання міжнародного ринку праці під впливом глобалізації.

Виходячи з того, що особливості інституціонального регулювання визначаються формальними та неформальними нормами соціальної взаємодії, напрями впливу на параметри функціонування міжнародного ринку праці, зумовлені впливом новітніх проявів розвитку світогосподарських відносин, глобалізації зокрема, мають враховувати особливості відповідних соціально-економічних моделей та спиратись на певні типи соціальних інститутів (табл. 1). Важелі інституційного впливу в даному контексті (структури та організації влади, нормативні та процедурні інститути, інститути зовнішньої політики, права та ін.) визначаються залежно від механізму вирішення певного завдання, проблеми.

Таблиця 1

Типологія інститутів за Б.С. та П.Б. Старостініми [1]

№ пор.	Типи	Назва	Функції
1	Структури та організації влади	Парламент, легістратури нецентрального рівня	Законотворчість
		Уряд, міністерства, відомства центру й периферії, органи місцевого самоврядування	Виконавча влада

Закінчення табл. 1

№ пор.	Типи	Назва	Функції
		Суди різних рівнів, прокуратура	Забезпечення правопорядку
2	Політичні партії та контрольовані ними громадські організації	Правлячі та опозиційні, профспілки, жіночі, молодіжні й інші організації	Політична соціалізація, мобілізація, захист прав та свобод членів
3	Процедурні інститути	Процедури проведення виборів, референдумів, призначення уряду, внесення змін у конституцію, обговорення питань в парламенті й легістратурах поза центром	Регламентация й правове забезпечення обговорення та прийняття рішень з вказаних та інших важливих для країни і регіонів питань
4	Нормативні інститути	Конституція, закони, постанови та ін.	Легітимізація найбільш життєво важливих аспектів функціонування й розвитку в різноманітних сферах суспільства
5	Засоби масової інформації	Телебачення, радіо, преса, Інтернет	Інформаційне забезпечення політики, що запроваджується, отримання оперативної інформації (в тому числі в режимі реального часу)
6	Інститути зовнішньої політики	МІД, амбасади, генконсульства, консульства, представництва в міжнародних політичних організаціях	Підтримка й розвиток міжнародних відносин, просування власних зовнішньополітичних ініціатив, захист прав громадян своєї країни в третіх країнах
7	Інститути права	Сучасне право, прецедентне право, звичаєве право, мусульманське право, індуїстське право	Захист і покарання (у випадку порушення традиційних норм поведінки) членів певної групи, общини, конфесії
8	Традиційні інститути	Родо-племенні, общинно-конфесійні й аристократичні структури, вождизм та ін.	Захист й збереження ідентифікації певної общини

В контексті вищезазначеного, перш за все, слід виділити західну та східну комунікативні системи, що визначають особливості господарських ідеологій комунітарності (суспільна властивість матеріально-

технологічного середовища, коли останнє може використовуватись лише як єдина нерозподілена система, частина якої не може використовуватись без загрози її розпаду) та субсидіарності (некомунітарності) (суспільна властивість матеріально-технологічного середовища, коли найголовніші елементи матеріально-технологічної інфраструктури можуть існувати уособлено, функціонуючи самостійно, у приватній власності), [2, с. 170], зміст яких достатньо вдало описується теорією інституціональних матриць, запропонованою С.Кирдіною (табл. 2) (інституціональна матриця – об'єктивно існуюча історично сформована система базисних інститутів, що регулюють взаємозалежне функціонування основних суспільних підсистем) [2, с.171].

Таблиця 2

Інституціональна матриця за С.Кирдіною [2, с. 169–170]

Інституціональна матриця					
Західна			Східна		
Некомунітарність як суспільна властивість матеріально-технологічного середовища			Комунарність як суспільна властивість матеріально-технологічного середовища		
Ідеологічний інститут субсидіарності	Інститути федеративної політичної системи	Інститути ринкової економіки	Ідеологічний інститут комунарності	Інститути унітарної політичної системи	Інститути роздавальної економіки
Пріоритет індивідуального інтересу перед суспільними	Федерація	Приватна власність	Пріоритет інтересів суспільства перед особистими	Адміністративно-територіальний розподіл	Суспільно-службова власність
Свобода відносин між суб'єктами	Самоврядування й субсидіарність	Обмін (купівля – продаж)	Характер взаємовідносин визначається центром	Ієрархічна вертикаль на чолі з центром	Здачі – роздачі
Суспільний характер визначення соціальних пріоритетів	Вибори	Конкуренція	Соціальні пріоритети визначаються центром	Призначення	Суспільна єдність вимагає запобігання конкуренції, консерватизм
Індивідуальний характер вираження інтересів	Багатопартійність і демократична більшість	Наймана праця	Колективний характер визначення інтересів	Загальні збори й одноголосність	Службова праця
Вільна й природна реакція суспільства на діяльність суб'єкта	Судові позови й незалежна судова система	Прибуток	Адміністративний контроль, примус з боку центру	Адміністративні скарги за інстанціями	Адміністративні скарги, звіти про виконання плану

Відповідно інститути комунарної ідеології ґрунтуються на колективізмі, пріоритеті зовнішніх норм, інститути некомунітарної ідеології – на індивідуалізмі, суспільній стратифікації, особистій і

економічній свободі. Вихідними чинниками, що впливають на формування інституціональних комплексів, є етнічний склад й особливості національного менталітету, специфіка історичного шляху розвитку, вплив культур сусідніх народів, дія випадкових чинників.

Безумовно, у сучасній світогосподарській системі вказані інституціональні матриці не існують в чистому вигляді. Різноманіття варіантів об'єднання елементів протилежних інституціональних матриць обумовлює існування значної кількості моделей соціально-економічних систем.

Соціально-економічна модель – це комплекс інститутів, які визначають характер соціальної й господарської системи в конкретних умовах розвитку даної країни або регіону, механізми, що забезпечують дієздатність інститутів, єдність правил, норм і звичаїв господарювання, форм і механізмів взаємодії суб'єктів господарського життя, регулювання господарського порядку й господарських процесів з боку держави. Базовий рівень соціально-економічної моделі складають правові й організаційні інститути [2, с. 173], діяльність яких вбудовується у зовнішні інституційні механізми, у тому числі ті, що визначають напрями регулювання міжнародного ринку праці.

Інституційне підґрунтя регулювання міжнародного ринку праці забезпечується комплексом установ, створених у глобалізованому світі, діяльність яких визначається міжнародними конвенціями, угодами. На сьогодні в системі міжнародних економічних відносин загалом нараховується декілька тисяч інституцій. Їх класифікують за колом компетенції, умовами членства, характером повноважень і колом учасників.

Розглянемо їх перелік і функціональну спрямованість деяких з них в контексті регулювання міжнародного ринку праці.

Перш за все, слід зазначити Організацію Об'єднаних Націй як системоутворюючий базис міжнародного інституційного регулювання, фактично це є перший в історії людства механізм регулювання всебічної взаємодії держав.

Головними цілями ООН є такі: підтримка міжнародного миру і безпеки; розвиток дружніх зв'язків між країнами; організація співробітництва країн у вирішенні проблем економічного, соціального, культурного та гуманітарного характеру; виконання функцій центрального органу з координації зусиль країн світу в перерахованих напрямах співпраці.

В рамках Організації Об'єднаних Націй функціонує ряд спеціалізованих установ, що регулюють ті чи інші процеси на

міжнародному ринку праці. Питання внутрішнього та зовнішнього переміщення населення виступають об'єктом діяльності Департаменту з гуманітарних питань ООН через Міжурядовий постійний комітет, який займається питаннями раннього попередження нових потоків біженців та переміщених осіб.

Оцінку рівня та тенденцій міжнародної міграції та взаємозв'язку між міжнародною міграцією та економічним та людським розвитком здійснює Департамент з економічної та соціальної інформації і аналізу ООН у взаємозв'язку з Комісією з народонаселення та розвитку. Під керівництвом Статистичної комісії вказаний Департамент розробляє стандарти зі збору та розповсюдження статистичної інформації щодо міжнародної міграції, здійснює дослідження соціальних аспектів міжнародної міграції.

Питаннями народонаселення та міграції, глобальних економічних проблем, демографічного розвитку тощо займається Департамент з питань координації політики та стабільного розвитку, який також організує і приймає активну участь в роботі всесвітніх конференцій, нарад тощо.

Питання міжнародного ринку праці знаходяться також у сфері інтересів Всесвітнього банку, який координує надання допомоги, економічну та секторальну роботу у відповідному сегменті. Банк проводить відповідні наукові дослідження, а також здійснює тісне співробітництво з міжнародними організаціями щодо регламентації інституційних та нормативних елементів міграційної політики країн. Зокрема, у вказаному сегменті Банк співробітничав з Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), яка разом з Міжнародною організацією міграції (МОМ) здійснює дослідження впливу прямих іноземних інвестицій, міжнародної торгівлі та допомоги на економічний розвиток та міжнародну міграцію.

Міжнародна організація з міграції (МОМ) відіграє в сучасних умовах активну роль у регулюванні міжнародних міграційних процесів та захисті прав мігрантів, вирішує такі основні завдання: управління організованою та плановою міграцією громадян з урахуванням потреб країн еміграції та імміграції; сприяння переміщенню кваліфікованих кадрів між державами; організація міграції біженців та переміщених осіб, змушених залишити свою батьківщину.

Особлива роль у питаннях міграції робочої сили в Західній Європі відводиться Міжурядовому комітету з питань міграції, який приймає активну участь у забезпеченні захисту прав працівників-мігрантів.

Найважливіша і визначальна роль у галузі захисту прав працівників – мігрантів належить Міжнародній організації праці (МОП), яка є спеціалізованою структурою ООН і єдина має мандат ООН сприяти реалізації політики в галузі міжнародної міграції та вирішувати проблеми, пов'язані з використанням праці працівників-мігрантів на міжнародному ринку праці. МОП нараховує 170 держав-членів і прийняла за час своєї діяльності більше 300 конвенцій і рекомендацій, спрямованих на вирішення таких проблем: заборона примусової праці; ліквідація дискримінації у галузі праці і зайнятості; заохочення повної зайнятості; застосування принципу рівної винагороди за рівноцінну працю чоловіків і жінок; захист права на організацію, включаючи створення профспілок; безпека та гігієна праці; соціальне забезпечення.

Основним завданням МОП є формулювання міжнародних норм у галузі праці та їх реалізація. Для розвитку міжнародного ринку праці особливе значення мають прийняті МОП конвенції: Конвенція про міграцію працівників з метою працевлаштування (1949р.); Конвенція МОП про зловживання у галузі міграції та забезпечення працівникам-мігрантам рівних можливостей та гідного ставлення (1975р.).

Усунення дискримінації працівників – мігрантів, за рекомендаціями МОП, має здійснюватись за рахунок: організації безкоштовних служб для допомоги мігрантам та забезпечення їх необхідною інформацією; застосування заходів проти недостовірної інформації та пропаганди в питаннях еміграції та імміграції; реалізації заходів, що полегшують всі стадії міграції (від'їзд, переміщення, прийом мігрантів); дозволу переводити на батьківщину заробіток і заощадження трудових мігрантів.

За результатами досліджень в області міжнародного ринку праці і трудової міграції МОП видала 10 книг, більше 70 робочих документів, провела ряд тематичних засідань, семінарів («Вплив економічних реформ у країнах Центральної та Східної Європи на міжнародну міграцію працівників», «Міграція у країнах з перехідною економікою» та ін.). На даному етапі основну увагу МОП приділяє виробленню стратегій, що підвищують роль глобальної економіки та забезпечують дотримання прав учасників міжнародного ринку праці.

Крім того, політика регулювання ринку праці координується іншими наддержавними органами, такими як Комісія ООН з народонаселення, що має у своєму розпорядженні спеціальний фонд, частина якого використовується на субсидування національних програм у галузі міграції населення. Комісія на систематичній основі надає допомогу країнам, що розвиваються, у вирішенні їх демографічних проблем і сприяє розумінню суспільством відповідних наслідків,

відіграє провідну роль у системі ООН щодо розповсюдження інформації стосовно програм народонаселення. Фонд також фінансує наукові дослідження щодо аналізу зв'язку процесів розвитку міжнародного ринку праці та економічного розвитку.

Однією з форм багатостороннього співробітництва, до якої входять переважно розвинуті країни, є Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Система постійного нагляду за міграцією ОЕСР координує діяльність національних імміграційних управлінь провідних розвинених країн світу. Під керівництвом Робочої групи з міграції Управління з питань освіти, зайнятості, праці та соціальних питань ОЕСР реалізує низку науково-дослідних проєктів щодо економічних аспектів міжнародної міграції, а також сприяє здійсненню міжурядового діалогу щодо розвитку міжнародного ринку праці, створивши Постійну систему представлення доповідей з питань міжнародної міграції (СОПЕМІ), яка дозволяє своєчасно обмінюватись статистичною інформацією з питань міжнародної міграції в країнах ОЕСР.

Власні наукові дослідження, результати яких використовуються при виробленні напрямків регулювання міжнародного ринку праці, здійснює Група діяльності у галузі народонаселення Європейської економічної комісії (ЄЕК). Особливо ретельно досліджуються процеси глобалізації на міжнародному ринку праці та участь країн з перехідною економікою у процесах міжнародного переміщення робочої сили, за результатами яких було прийнято Рекомендацію економічної та соціальної ради ООН «Вплив міжнародної міграції на приймаючі країни та країни походження для міжрегіонального співробітництва в галузі соціального розвитку».

Рух працівників на міжнародному ринку праці відбувається в рамках загального процесу руху населення, який є джерелом численних політичних, інституційних і соціальних взаємозв'язків і передбачає існування різних угод та домовленостей між зацікавленими державами, укладання яких було започатковано в 1951 р. прийняттям ООН «Конвенції про статус біженців», на основі якої Радою Європи було прийнято ряд інших законодавчих актів, до яких належать, перш за все, такі: Європейська угода про скасування віз для біженців (1959 р.); Резолюція про надання притулку особам, які знаходяться під загрозою переслідування (1967 р.); Європейська угода про передачу відповідальності щодо біженців (1980 р.); Дублінська конвенція (1990 р.) та ін.

Міжнародна економічна міграція є постійним соціальним явищем, що пояснюється нерівномірним господарсько-економічним та

культурно-політичним розвитком держав, їх неоднаковим підходом до вирішення завдань і проблем ринкової економіки. [3, с. 91] Тому інституційні важелі мають враховувати комплекс різнобічних чинників, що явно або приховано впливають на стан та перспективи розвитку міжнародного ринку праці.

Міжнародна організація з міграції (МОМ), яку було створено у 1953 р., акцентує увагу на організації міжкrajнoвoї міграції, вивчає досвід різних країн в міграційному процесі. Конституція МОМ, в якій наголошується на необхідності співробітництва держав і міжнародних організацій щодо сприяння еміграції осіб з метою власної самореалізації, була розроблена на виконання резолюції Конференції з питань міграції, прийнятої у 1951 р. в Брюсселі. Оскільки на урядовому та неурядовому рівні є потреба в міжнародних консультаціях і дослідженнях з міграційної проблематики, напрямки діяльності МОМ визначаються такими її функціями: здійснення заходів щодо організованого переміщення мігрантів, надання їм спеціальної допомоги при реалізації упорядкованого переселення; сприяння організованому переміщенню населення, розвитку системи міграційних послуг на міжнародному рівні; забезпечення, за погодженням з урядами держав, відбору та підготовки мігрантів, а також реалізація заходів, які сприяють розвитку мережі консультативних послуг; допомога розвитку добровільної міграції, в тому числі й зворотної, включно з репатріацією; забезпечення обміну міжнародним досвідом, здійснення науково-прикладних досліджень для вироблення практичних рішень, координація зусиль у сфері міжнародної міграції. [3, с. 145]. При цьому контроль за критеріями прийому та квотами іммігрантів визнається компетенцією держав.

Органами МОМ є Рада МОМ (складається з представників держав-членів, визначає політику МОМ, розглядає доповіді, затверджує керівництво та діяльність МОМ, розглядає бюджет, програми, сприяє роботі в інтересах МОМ), Виконавчий комітет (складається з представників дев'яти держав-членів, які обираються Радою на 2 роки і мають право переобрання, проводить засідання не менше одного разу на рік, обирає Голову та заступника Голови на один рік, створює підкомітети), Адміністрація (складається з Генерального директора, його заступників і штату співробітників, який визначається Радою). Весь персонал МОМ визнається міжнародними посадовими особами. Генеральний директор несе відповідальність перед Радою МОМ за неухильне забезпечення адміністративних і виконавчих функцій.

Одним з головних напрямків діяльності МОМ є реалізація Міграційної інформаційної програми МОМ, що започаткована

Інформаційною Службою Віденської групи у 1992 р., і яка має два головні напрями: по-перше, термінове виконання цілеспрямованих досліджень з виявлення профілю мігрантів та міграційного потенціалу в регіоні, визначення шляхом застосування спеціальних методик індивідуальних мотивацій, ставлення до міграції, міграційних уявлень; по-друге, створення системи міграційної пильності для раннього оповіщення урядів щодо ситуацій, які можуть спричинити широко-масштабні міграційні потоки. Програма концентрує зусилля на аналізі зміни міграційних потоків через країни Центральної та Східної Європи, в яких змушені осідати мігранти з Азії, Африки, Близького Сходу та СНД через жорсткі імміграційні правила більшості розвинутих країн, готуючи доповіді з транзитної міграції. Значна робота проводиться Центром технічного співробітництва для Європи та Центральної Азії, який створено у 1996 р. для надання допомоги країнам у розробці та здійсненні програм технічного співробітництва, а також надання експертної підтримки в реалізації програм в галузі спеціальних знань.

На міжнародному рівні прийнято ряд нормативно-правових документів, що регулюють процес міжнародної міграції. До них, перш за все, відноситься Конвенція щодо трудящих-мігрантів (переглянута) (1949р.). В даній конвенції, прийнятій Генеральною конференцією МОП, проголошено, що держави-члени МОП мають запровадити компетентну і безоплатну службу допомоги працівникам-мігрантам, а також вживати заходів у межах своєї юрисдикції для полегшення від'їзду, переїзду та прийому трудящих-мігрантів; надавати, без дискримінації за ознакою національності, раси, релігії або статі, іммігрантам, що законно прибули на її територію, умови, не менш сприятливі, ніж ті, якими користуються власні громадяни (заробітна плата, робочий час, оплачені відпустки, вік, жіноча стать, оплата юнакам, соціальне забезпечення тощо).

Конвенція містить дві базисні умови, що започаткували принципи ставлення до працівників-мігрантів у світовій економіці: по-перше, працівник-мігрант, що постійно проживає в країні, а також члени його сім'ї, не висилаються в країну походження чи в країну, з якої вони емігрували, на тій підставі, що працівник – емігрант не здатен продовжувати роботу, яку він виконував, внаслідок настання хвороби або каліцтва; по-друге, якщо кількість мігрантів з певної країни в приймаючій країні є достатньо великою, органи влади з обох сторін укладають угоду з метою врегулювання питань, що становлять взаємний інтерес.

У відповідності до Міжнародної конвенції ООН про ліквідацію всіх форм расової дискримінації (1966 р.) держави-учасниці зобов'язуються заборонити й ліквідувати расову дискримінацію у всіх її формах і забезпечити рівноправність кожної людини перед законом, незалежно

від раси, кольору шкіри, національного або етнічного походження, особливо щодо здійснення основних прав. Особливу увагу приділено праву на громадянство, а також звернено увагу на право укладання шлюбу, право на володіння майном, право на спадщину. Особливий акцент зроблено на регламентації трудових прав, зокрема, йдеться про право на працю, вільний вибір роботи, задовільні умови праці, захист від безробіття, однакову оплату за однакову працю, справедливу й належну винагороду.

Конвенція про зловживання в галузі міграції та про забезпечення трудящим-мігрантам рівних можливостей і права звернення (1975 р.), прийнята Генеральною Конференцією МОП, зобов'язує держави-члени МОП систематично визначати наявність на їх території незаконно працюючих працівників-мігрантів, контролювати роль держави у формуванні незаконних міграційних потоків. Конвенція зобов'язує країни розробити та здійснювати національну політику, спрямовану на гарантування однакових можливостей щодо праці та зайнятості, соціального забезпечення, участі у профспілках тощо для всіх працівників-мігрантів, що законно перебувають на їх території.

Підсумковою вважається Міжнародна конвенція про захист прав усіх працівників-мігрантів та членів їх сімей (1990р.), прийнята Генеральною асамблеєю ООН. Дана конвенція, крім іншого, визначає категорії мігрантів, щодо яких мають вироблятися напрямки регулюючого впливу: працівник-мігрант; прикордонний працівник; сезонний працівник; моряк; працівник, зайнятий на стаціонарній прибережній установці; працівник, праця, якого пов'язана з переїздами; працівник на проекті; працівник цільового найму; працівник, що працює не за наймом.

Слід відзначити, що особливий вплив глобалізація здійснює на європейський ринок праці: щорічно на європейський континент прибуває 1–2 млн іноземців, переважно в найбільш розвинуті країни регіону. На сьогодні Європа переживає четверту хвилю міграції, яка спричинена інтеграційними процесами в ЄС, зростанням темпів економічного розвитку, а також загостренням демографічної ситуації в країнах ЄС (зниження народжуваності спричинило загальне старіння націй у провідних європейських країнах), та характеризується зміною географічної спрямованості: якщо до цього основний потік мігрантів спостерігався за напрямком «південь – північ» (основні країни походження – південні країни Європи та Африка), то на сьогодні домінуючим є вектор «схід – захід» (основні країни походження – країни СНД, Східної Європи, Югославія). При цьому розбіжності у рівнях економічного розвитку між країнами Західної Європи та сусідніми країнами, незважаючи на певні обмежувальні заходи з боку розвинутих країн (розвинуті країни Європи не в змозі прийняти сукупну кількість

мігрантів, яка оцінюється на рівні 25 млн чол.), виступатимуть і надалі потужними спонукальними мотивами для населення з менш розвинутих регіонів до міжнародної міграції, переважно – трудової.

Розвитку міжнародного ринку праці через розвиток важелів міжнародної трудової міграції на Європейському континенті сприяють Шенгенська угода (1985 р.), Маастрихтська угода (1992 р.), міграційне законодавство Європи, зокрема: Європейська угода про норми, які регулюють пересування між державами-членами Ради Європи (1957 р.); Проект і рекомендації Ради Європейського Союзу відносно проекту двосторонньої угоди про зворотний допуск осіб між державою – членом ЄС і третьою країною (1995 р.); Європейська конвенція щодо правового статусу працівників-мігрантів (1977 р.); Європейська конвенція щодо соціального забезпечення (1972 р.); Європейська соціальна хартія (1961 р.).

Останні три документи мають особливе значення для розвитку міжнародного ринку праці, розглянемо їх детальніше.

При Комісії ЄС з питань вихідців з третіх країн створено Форум мігрантів, який об'єднує представників більше ніж 100 асоціацій іммігрантів. Його першочергове завдання – контроль за облаштуванням життя мігрантів в країнах поселення.

Для покращення свого становища мігранти створюють різні об'єднання. Так виник рух європейських асоціацій іммігрантів з виконавчим органом – Радою європейських асоціацій іммігрантів (РСАІ), до якого входять представники 2500 організацій і угруповань, які об'єднують іммігрантів за походженням і проживанням.

Успішні приклади інституційного регулювання національного сегменту міжнародного ринку праці існують і на рівні держав, причому їх змістовна наповненість характеризується прагненням до уніфікації під впливом глобалізації ринку праці. Одним з найбільш вдалих вважається приклад Великобританії, яка характеризується відносно новим законодавством в даній сфері, а також комплексом зобов'язань в рамках членства у відповідних міжнародних організаціях.

Перший відповідний закон у Великобританії – Акт про расові стосунки – було прийнято у 1965р. Однак хоча даний документ представляв собою інституційну новацію, яка полягала у визнанні прав етнонаціональних меншин і був першим законом, який визнавав дискримінацію в країні протиправною, він не охоплював двох сфер існування дискримінації – житлову та пов'язану із зайнятістю. Вказані недоліки було враховано при корегуванні документу у 1968р., в результаті чого дискримінація визнавалась незаконною у сферах надання матеріальних і нематеріальних благ і послуг, у сфері освіти та зайнятості, в операціях з майном. Виконання акту покладалось на

Комісію з расових стосунків. Акт 1968р. також виявився недосконалим, перш за все, внаслідок збереження напруженості в сфері зайнятості, в результаті чого у 1976р. коло питань, що регулюються документом, було розширено, однак на перешкоді реалізації антидискримінаційних норм стало імміграційне законодавство.

В теперішній час дискримінація у сфері зайнятості є основним об'єктом регулювання Акта про расові стосунки Великобританії, а саме питання найму працівників, оплати праці, професійної підготовки, звільнення тощо.

Власний підхід до вирішення питань зайнятості населення, перекваліфікації робочої сили, боротьби з безробіттям, незважаючи на формування спільного для ЄС ринку праці, демонструють Країни Бенілюксу (Бельгія, Нідерланди, Люксембург). Основними важелями регулювання ринку праці в країні виступають, з одного боку, інвестиції і створення робочих місць як стимулятори розвитку економіки (наприклад, виділення Європейським Союзом Нідерландам у 1993р. 2,2 млрд гульденів для вирішення проблем зайнятості і безробіття), а з іншого – запобігання припливу надлишкової робочої сили, особливо некваліфікованої (механізм видачі в країнах Бенілюкс ліцензій для роботодавців на працевлаштування іноземців). Головним напрямком регулювання ринку праці країн Бенілюкс є формування балансу між попитом і пропозицією робочої сили з використанням важелів обмеження допуску іноземців на ринок праці угруповання.

Важливим з точки зору важелів регулювання національного ринку праці є досвід країн Східної Європи. Так, у Республіці Польща політика регулювання ринку праці реалізується за такими основними напрямками: заходи господарсько-економічного характеру, спрямовані на створення сприятливих умов функціонування малих та середніх підприємств; заходи соціального характеру, які передбачають перекваліфікацію та навчання безробітних, надання їм допомоги при працевлаштуванні; заходи організаційно-технічного характеру, спрямовані на вдосконалення існуючих механізмів регулювання ринку праці.

В аспекті включення держави до міжнародного ринку праці, спрямованість відповідної політики визначається загальноєвропейськими тенденціями: захист національного ринку праці від трудових мігрантів; сприяння працевлаштуванню надлишкової вітчизняної робочої сили за кордоном.

В рамках включення країни до міжнародного ринку праці, в республіці Польща діє державна програма міжнародної трудової міграції, розроблена необхідна нормативно-правова база і діють відповідні механізми, створено відповідну інституційну структуру.

В рамках вказаної програми укладено двосторонні договори з Бельгією, Голландією, Данією, Німеччиною, Францією, Швецією та Україною щодо взаємного працевлаштування. При цьому захисний характер регулювання ринку праці Польщі визначається принципом, відповідно до якого працевлаштування мігрантів має виключно доповнюючий характер (якщо на робоче місце не спостерігається попиту з боку власних громадян).

Регулювання ринку праці Угорщини характеризується розвинутим законодавчим забезпеченням, яке складається, перш за все, з таких законів: Закон про зайнятість (1991 р.); Закон про професійну підготовку (1993 р.); Закон про працю (1995р.); Закон про захист праці (1996 р.). Закон про зайнятість (1991 р.) регулює такі питання: загальну політику держави щодо безробіття; розміри, персональну спрямованість і форми надання допомоги безробітним; створення центрів з питань зайнятості; розробка концепції активних і пасивних заходів у боротьбі з безробіттям, проявами кризового стану на ринку праці. Закон про професійну підготовку (1993 р.) визначив підвищені вимоги до працевлаштування і перекваліфікації робочої сили. Так, фінансувати перекваліфікацію має роботодавець, який у разі відмови зобов'язаний переказати певну суму грошей на рахунок Республіканського фонду професійної підготовки. Закон про працю (1995 р.) регулює весь комплекс питань на угорському ринку праці, зокрема на працю, відпустку, соціальний захист. Закон про захист праці (1996 р.) регулює порядок забезпечення працівників спецодягом, засобами зв'язку та рятування, встановлює санітарно-гігієнічні норми процесу праці [3, с. 269–270].

У Хорватії іноземні працівники та особи без громадянства можуть вступати у трудові відносини у відповідності до Закону про працевлаштування іноземців, на підставі отриманого дозволу на працевлаштування, який видається як працівнику, так і роботодавцю Центральним бюро з працевлаштування. Дозвіл на працевлаштування іноземця в Хорватії (терміном на 1 рік) видається за умови, що в Центральному бюро з працевлаштування серед зареєстрованих безробітних немає осіб, які б дали згоду на виконання відповідної роботи. При цьому при наявності двосторонньої угоди в сфері зовнішньоекономічної діяльності, виробничої кооперації та науково-технічного співробітництва дозвіл на роботу іноземцю може видаватись на необмежений термін.

Слід відзначити, що глобалізація, підвищуючи ефективність сучасної економіки, істотно змінює соціально-економічні реалії сучасного світу, роблячи сформовані соціально-трудова відносини все менш стабільними, збільшуючи соціальні та політичні ризики. Стійке

економічне зростання неможливе в умовах політичної нестабільності, і це вимагає зміни політики і практики в соціально-трудовій сфері з натиском на якісні аспекти її вдосконалення [4, с. 216].

Таким чином, формування міжнародного ринку праці суттєво позначається на макроекономічній політиці держав в сфері праці та соціально-трудових відносин. Уніфікація зовнішніх умов функціонування національних ринків праці потребує удосконалення не лише внутрішньокраїнових норм регулювання параметрів функціонування ринку праці, а й врахування зустрічного впливу інтернаціоналізації підготовки і використання робочої сили, що зумовлює необхідність трансформації інституційних засад регулювання міжнародного ринку праці під впливом глобалізації.

Література

1. Старостин Б.С. Политические реалии Востока и сравнительный анализ политических систем / Б.С. Старостин, П.Б. Старостин // Политические системы и политические культуры Востока. – М. : АСТ: Восток-Запад, 2007. – С. 61–62.
2. Липов В.В. Міжнародна економіка: світова економіка та міжнародні економічні відносини. Модуль 1. Світова система господарювання / В.В. Липов. – К. : «Видавничий дія «Професіонал», 2008. – 368 с.
3. Римаренко Ю.І. Міжнародне міграційне право (Серія: Міграційні процеси у сучасному світі) / Ю.І.Римаренко – К.: КНТ, 2007. – 640 с.
4. Патика Н.І. Міжнародні економічні відносини / Н.І.Патика, О.В. Мартинюк, Д.Г. Кучеренко. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 560с.
5. Chase-Dunn C., Kawano Y., Brewer B. Trade Globalisation since 1795: Waves of Integration in the World-System // American Sociological Review. Vol.65, No.1.
6. Anderson W.T. All Connected Now. Life in the first Global Civilization. – Westview Press. – 2001.

Дорохіна Ю.А.,
к.ю.н., доцент,
доцент кафедри адміністративного,
фінансового та інформаційного права
Київського національного торговельно-
економічного університету

МЕТАФІЗИКА ВЛАСНОСТІ

Ефективність політики значно зростає, коли вона спирається на науково обґрунтовані теорії, ідеї, доктрини тощо. Можна погодитися з висловлюванням С.О. Бочкарьова в тому, що на сучасному етапі перед кримінальною політикою поставили невластиве їй завдання: «прагнути до ідеалу і надавати систематику теоретичних і практичних вимог кримінального характеру; включили політику до складу науки і надали їй надзвичайного значення» [1, с. 152]. Насправді наука і політика не завжди мають однакові напрями, хоча і тісно пов'язані між собою: наука є основою для розробки наукових теорій (концепцій), політика – мистецтво управління державою і громадянами, використовуючи наукові надбання.

Політика – це мистецтво вибору найбільш оптимальних способів і засобів, вибір яких залежать від особистісних характеристик політичного діяча. Відомий американський вчений Е. Тоффлер справедливо зауважив: «Що б не пропагували сьогодні різні партії і кандидати, боротьба між ними означає набагато менше, ніж суперечка про те, хто зуміє отримати найголовніше з того, що залишиться від індустріальної системи, яка гине» [2]. Тому безперечно правий Ф. Хайек, який вказував: «Ми завжди мали погані гроші, тому що приватному підприємству не дозволяли дати нам кращі. У світі, який управляється тиском організованих інтересів, важливо пам'ятати, що якщо ми хочемо одержати інститути, в яких маємо потребу, ми не можемо розраховувати на розум або розуміння, але повинні покладатися на чисто корисні інтереси».

На всіх етапах розвитку людства ціллю переважної більшості політиків було зростання інтересів та можливостей олігархічного капіталу з метою отримання надприбутків, тобто фактично – боротьба за власність. Свого часу у праці під назвою «Що таке власність?» П.Ж. Прудон вказував, що власність є основною причиною порушення рівності. При цьому автор не виступав проти власності – його

обурювали факти зловживання нею. У зв'язку з цим, широку популярність принесла П.Ж. Прудону влучна фраза: «Власність – це крадіжка».

Прикладом сучасного розуміння поняття власності можуть бути погляди видатного вченого ХХ ст., засновника австрійської школи економічної думки Л. фон Мізеса, який розвиваючи провідні неоліберальні ідеї класичної школи політичної економії, погоджувався із трудовим походженням власності й наголошував на тому, що «споживчі блага» є результатом «успішного поєднання виробничих благ і праці».

Метою сучасної кримінальної науки є впровадження новітніх ліберальних тенденцій, зокрема, щодо охорони власності кримінально-правовими засобами. Найбільш оптимальною є сучасна ліберальна кримінально-правова політика щодо охорони власності яка заснована на об'єктивному науковому ґрунті. Як її удосконалену модель слід розглядати на основі її побудови на ліберальних принципах, тому що ліберальні ідеї становлять базис для її розбудови на засадах економічної, політичної, соціальної та духовної свободи, які здатні збалансувати прагнення та можливості всіх верств населення.

Щоб об'єктивно оцінити практичні досягнення лібералізму в сфері регулювання відносин власності, необхідно звернутися до структуралістської тези К. Маркса про узгодження суспільних «базису» і «надбудови», а саме: «Сукупність... виробничих відносин утворює економічну структуру суспільства, реальну підставу, на якій базується правова і політична надбудова, якій відповідають певні форми суспільної свідомості» [3, с. 122]. Вищезгадане базове положення дає змогу встановити, яким чином сучасна кримінально-правова політика щодо охорони власності, заснована на принципах лібералізму (що постає специфічною формою суспільної свідомості) зумовлюється власним «ринковим» базисом на концептуальному рівні та здійснює свій зворотній вплив на суспільне економічне підґрунтя й інші сфери життя як явище «надбудови». До того ж, на наше переконання, феномен моделі кримінально-правової політики щодо охорони власності не може розглядатися «автономно», а тільки у контексті всіх зовнішніх та внутрішніх соціально-економічних та політичних умов.

Модель кримінально-правової політики щодо охорони власності постає перед дослідником як лабільна і чутлива система специфічного виду, у якій можна виявити три взаємопов'язаних діалектичних рівня: 1) інформаційний; 2) концептуальний та 3) метафізичний.

1. Серед критеріїв демократичності Р.Даль визначає розуміння, що ґрунтується на поінформованості, під яким автор розуміє той

принцип, що кожен член суспільства повинен отримати рівні права та реальні можливості для ознайомлення з політичними альтернативами та їх можливими наслідками [4, с. 41]. Тому першим рівнем доцільно визнати «інформаційний» – на якому створюється світоглядна основа розуміння суспільством ліберальної ідеології, яка цілком і повністю центрована на людському індивідуумі, на його добробуті, вона потребує для цього індивідуума найвищого дару – «свободи» [5], а основою ліберальної традиції є твердження – «свобода є власність» [6].

Реальну дефініцію власності надав свого часу Г. Гегель у «Філософії права», визначивши її як зовнішню сферу свободи [7, с. 33]. Цей перехід до загального, а не елементарні перерахування актів власності, надає реальне поняття, що є власність і чому люди борються за неї, інколи навіть ризикуючи життям. Цей висновок Г. Гегеля має безліч практичних підтверджень, що зводить його в ранг істини. Ми бачимо, що індивід, держава мають тим більше свободи для реалізації своїх цілей, чим більше у них власності, чим ширше зовнішня сфера їх волі. Зрозуміло, це правило не діє автоматично, бо існує ще внутрішня сфера свободи: моральність, освіченість, духовність, віра, які часто дозволяють досягати успіхів в боротьбі за свободу завдяки високому ступеню мотивації і перемагати тих, хто має переваги у зовнішній сфері. Таким чином, родове поняття для власності є свобода.

Проте, ілюзія свободи, народжена удаваною свободою волі під час прийняття рішень, не є абсолютною, оскільки, приймаючи рішення, людина лише вибирає яку-небудь одну можливість із ряду об'єктивно їй запропонованих. У цьому випадку розумним прагненням людини буде, безперечно, розширення кола тих можливостей, правова форма яких – право можливості й окремі права. Однак вибір саме цієї можливості обумовлений низкою факторів – об'єктивними умовами діяльності, системою потреб і життєвих цілей особистості, соціальними вимогами тощо. Свобода волі і свобода взагалі з погляду психології є категоріями суб'єктивними, а тому об'єктивно впливати на них безпосередньо неможливо. Досягається такий вплив (тобто обмежується право свободи) за допомогою впливу на конкретні права особистості, котрі визначають волю в її конкретному матеріальному вимірі. Звідси некоректним був би висновок про те, що чим більшим буде обсяг власності, котра дає і більший спектр різних можливостей, тим більше буде і свободи, і вона коли-небудь зможе досягнути (або досягне) абсолютної своєї форми. Свобода в її соціально-психологічному розумінні є таким станом речей, коли особа на певний конкретний момент часу володіє правом або комплексом прав, визначеним своїми потребами. Тобто це буде свобода

отримувати «за потребами» – свого роду «соціалістичний ідеал», котрий може бути виведений з «капіталістичного» права приватної власності й досягнутий на його засадах [8, с. 326].

Загалом ліберальний світогляд визнає ідеал індивідуальної свободи як універсальну мету. Індивідуалізм лежить в основі права кожної людини на життя, свободу й приватну власність, що свого часу підкреслював класик лібералізму Дж. Локк. Саме ці права є найважливішими для людини, й існування такої інституції, як держава, виправдовується захистом цих прав, позаяк «першочерговою і головною метою об'єднання людей у спільнотворення та передачі себе під владу уряду є збереження власності» [9, с. 195]. Тож функції ліберальної держави вичерпуються перш за все захистом приватної власності, в поняття якої, згідно з Дж. Локком, входять три компоненти: життя, свобода й володіння.

2. Другий рівень «концептуальний» – який поєднує теоретичні засади кримінально-правової політики щодо охорони власності, заснованої на ліберальних принципах з впровадженням конкретних практичних завдань та ідей, що втілюються у вигляді «напрямів», «орієнтирів» та «векторів» її розвитку, основною ідеєю яких є ідеал індивідуальної свободи, де власність розглядається як гарант і міра свободи. На основі утвердження індивідуалізму формується концептуальна модель поєднання відносин власності держави й окремої людини, а також вирішується проблема втручання держави в справи особи, де протиправне посягання на майно особи, яке набуто законним шляхом розглядається, як посягання на його свободу. Відповідно, якщо система, що допускає такі посягання, то піддає ризику всі інші свободи, адже непорушність приватної власності є основною умовою загального режиму свободи.

«Поняття власності може ґрунтуватися тільки на понятті особистості – вказував А. Дестют де Трасі – коли виникає поняття власності, воно неминуче і незмінно виникає у всій своїй повноті. Як тільки індивідуум усвідомить своє я, свою здатність насолоджуватися, страждати, діяти, він неминуче переконається також, що це я є виключним власником тіла, котре воно одушевляє, його органів, сил і здібностей... Необхідно, щоб існувала власність природна, раз існує власність штучна і договірна, адже не може бути нічого штучного, що не має своєї основи в природі». У зв'язку з цим доцільно навести слова видатного німецького філософа О. Шпенглера, який свого часу сказав: «Власність – це не поняття, і воно належить часу, історії та долі, а не простору й причинності. Його неможливо обґрунтувати, але воно існує.

Власність починається з рослини і триває впродовж історії людини розумної доти, доки в ній є рослинне, є раса. Рослина володіє ґрунтом, у який вона коріниться, а гніздо є рослинною власністю птаха. У широкому розумінні власність – це рослинне зрощення будь-чого з чим-небудь, вона зовсім не духовна категорія, не соціальний феномен, а явище рослинно-тваринного світу».

Обґрунтування власності полягає в поверненні речі своїй (власній) сутності. Розкрадання майна погане не саме по собі, а тому що воно, можливо, суперечить її призначенню. Тільки той є власником, хто правильно користується нею. Власність, завжди і повністю відокремлена від користування, була б не тільки даремною, але вже і не була б власністю [8, с. 187].

З ліберальної позиції, призначення інституту власності полягає: а) в трансформації людини з правоздатного в дієздатне положення; б) в умови, при яких він одержує не гіпотетичну, а реальну здатність набувати і здійснювати свої права і обов'язки, відповідати за них результатами своєї праці; в) в перетворенні обставин, при яких теоретичний зміст людини отримує практичне продовження. Тому доцільно вказати, що кримінальне право: а) повинно захищати власність, як воно охороняє життя, здоров'я і свободу людини, забезпечуючи його основоположні права і свободи; б) покликано забезпечувати баланс інтересів і свобод особи у відносинах власності і об'єктивно диференціювати кримінальну відповідальність, ставлячи примат абсолютного права особи на свою власність над правом держави на майно.

Не менш важливе значення власність має і для інших суб'єктів кримінального права – суспільства і держави. Вони, логічно і історично припускають один одного, відповідаючи своєму призначенню особа відтворює абсолютне – суб'єктивне право власності, а держава трансформує його в обмежене – об'єктивне право, яке відповідає інтересам як особистості, так і суспільства з його державою у цілому.

Тому об'єктом кримінально-правової охорони є не тільки міжособові, але і міжсуб'єктні відносини власності [10, с. 160]. В умовах міжособових відносин, кримінальне право забезпечує повноту і винятковість права власності, які тільки власнику надають можливість перебувати у відносинах із реччю протягом всього свого буття і її життєвого циклу. У міжсуб'єктних відносинах кримінальне право покликане забезпечувати баланс інтересів особи, суспільства і держави у відносинах власності і закономірно диференціювати їх взаємну

кримінальну відповідальність, обмежуючи як абсолютне право особи на свою власність, так і право держави на майно особи.

3. На сучасному етапі концепція прав людини стала провідним елементом політичного лібералізму, його наріжним каменем, практично метафізичним рівнем. Це фундаментальний рівень загальної ліберальної теорії, на якому метафізика – це «відкриття остаточної підстави речей, їхнє перше і універсальне начало», де одним із перших варто поставити питання про «підстави» та про «перше і універсальне начало» [11, с. 8] власності. Спираючись на заявлену світоглядну основу, доцільно вказати, що онтологічне (сутнісне) розуміння власності полягає не в речі, а в особі.

У сучасній суспільній свідомості поширена думка, що загроза свободам і правам індивідів може виходити тільки від держави – потенційного носія деспотичного начала, і ніколи від народу, який іманентно прагне до свободи. Наведена позиція багатьом здається очевидною, але вона вимагає уточнення. Хоча б тому, що в більшості тоталітарних доктрин суб'єктність держави принижена: формально вона виступає не стільки як один з найважливіших компонентів цивілізації, скільки як інструмент збереження та домінування справжнього суб'єкта історії – народу [12, с. 76].

Проте спроба онтологизувати права людини як найвищу цінність теж несе у собі «насіння тлі». Ще видатний німецький філософ Ф. Ніцше свого часу показав проблематичність філософії цінностей, які, як відомо, мають свою долю. На всю проблематичність інтерпретації прав людини в якості вічних цінностей звертав увагу й К. Шмітт та вказував: «Якщо розглядати основні права як цінності, то відразу ж виникає питання про те, чому ці цінності (життя, свобода, приватна власність) повинні розглядатися як такі лише по відношенню до держави? Логічно було б поширити таке ставлення до них і на правовідносини, що виникають між громадянами» [13, с. 33]. Як підкреслював К. Шмітт у своїй роботі під промовистою назвою «Тиранія цінностей»: «одягнена в суб'єктивність свобода підміняється об'єктивністю цінностей, що є об'єктивністю лише уявно. Бо той, хто посилається на цінності, не може нічого протиставити прагненню до переоцінки, дискредитації або сумніву в тій чи іншій цінності» [13, с. 37]. Дійсно, що заважає суверену переглянути статус цих норм-цінностей, і чи існують для цього неподоланні перешкоди? Це обґрунтування принципів-цінностей стає, по твердженню К. Шмітта, слабкою ланкою даної версії прав людини, і у цьому випадку слабо допомагає навіть надання цим правовим цінностям статусу «трансцендентних». Звичайно, продовжує К. Шмітт, можна було б

розглядати конституційні норми в якості вираження «системи цінностей» або «природно-правової системи» (оскільки мова йде про основні права). Однак неминучим наслідком і розплатою буде знецінення самого тексту Конституції та її понятійної структури. Набуваємо ж ми в решті-решт цінності з «позитивною» і «надпозитивною» властивістю, щодо сумніву у стабілізуючій ролі яких досвід останніх десятиліть (до того ж, не тільки Німеччини) дає чимало приводів» [13, с. 34].

Таким чином, доцільно вказати, що: або основні права (право власності у тому числі) – це цінності, які підлягають однаковому правовому захисту як у відносинах між громадянами і державою, так і між громадянами, або в одному випадку основні права – це ненабуті вічні цінності, а в іншому – суб'єктивні набуті права. Така, за твердженням К. Шмітта, нелегка ситуація, в яку потрапляють інтерпретатори Конституції як системи цінностей, де однією із основних (головних) цінностей поряд із життям та свободою є приватна власність.

У той же час, рецепцію принципу примату прав людини, проведenu в українському конституціоналізмі, можна розглядати в якості своєрідної презумпції «винності держави» по відношенню до громадянина. Держава, як зазначає відомий конституціоналіст Й. Ізензеє, «втискається в прокрустове ложе конституційних обов'язків, при цьому громадянин наділяється свободою по відношенню до держави, а через громадянина – і все суспільство» [14, с. 20].

Закріплення прав і свобод людини як найвищої цінності означає, що у взаєминах особи, суспільства і держави пріоритет належить правам і законним інтересам особи. Інакше кажучи, якщо людина – вища цінність, то і його права – цінності, того ж найвищого порядку, які «передують Конституції» і мають примат навіть над державним суверенітетом [15, с. 15]. У зв'язку з цим, постає питання: чи є взагалі в цьому світі щось, що вище прав людини або права людини взагалі «над світом»?

На наш погляд, за такої «концептуалізації» жодна держава просто не зможе існувати при більш-менш серйозному випробуванні. Ліберальний принцип переваги прав особи над правами держави при його практичній реалізації неминуче веде до розпаду держави та, відповідно, до краху прав особи, оскільки без держави захищати їх буде нікому. На підтвердження наведеного, доцільно процитувати І. Канта, який вказував: «демократія у власному розумінні слова неминуче є деспотизмом, так як вона встановлює таку виконавчу владу, при якій всі вирішують про одне й у будь-якому випадку проти одного ... це

протириччя загальної волі з самою собою та зі свободою» [16, с. 269–270]. З несумісності необмеженого народовладдя зі свободою і гідністю людини впливає, що з позиції ліберального світогляду, для якого найвищою цінністю виступає саме людина (її права та свободи), справедливою може бути тільки влада законів.

Зокрема, Т. Гоббс визначав свободу як відсутність зовнішніх перешкод, які можуть позбавити людину можливості робити те, що вона хоче. Проте, слід пам'ятати, що у людини, що живе в ліберальному суспільстві немає і не може бути абсолютної свободи, оскільки свобода одного індивіда, обмежена свободою іншого. Це означає, що свобода може бути тільки обмеженою свободою і це обмеження повинне бути чітко визначено правом. Тому свобода людини, що живе в ліберальному суспільстві, є свобода його дій в рамках права, в межах того, що не заборонено правом.

У цьому аспекті право особи на власність невіддільне від його волі, яку можна визначити як надану законом можливість діяти на власний розсуд, тобто вільно користуватися, володіти та розпоряджатися власністю. В умовах державно-організованого суспільства свобода і права людини, можна сказати, збігаються. Так, наприклад, право власності, є право користуватися, володіти та розпоряджатися власністю, за винятком тої власності, яка набута незаконним шляхом. Тобто, кажучи словами Сократа: «що законно, то справедливо» [17].

Утім, «людина» і тим більше його права, як справедливо зазначає В.І. Карпець, не можуть бути «вищими цінностями» просто тому, що такими не є. Вищі цінності завжди трансцендентні, «іноприродні» і «нетутешні» [18, с. 142]. Навіть ідеологія і право егалітарного періоду проголошувала трансцендентні орієнтири, що дозволяло їй підтримувати своє існування.

Оголошуючи людину найвищою соціальною цінністю, неминуче необхідно визначити якусь абсолютну цінність та її людські параметри. Проголошуючи людину «найвищою соціальною цінністю», неможливо уникнути питання про якість цієї людини. Злочинець – теж людина, проте, чи доцільно його визнавати «вищою цінністю»? Модуси людяності взагалі безмежні. У наявності виключно ідеологічне гасло ліберальної демократії, яке досить обмежене реальним життям. Як справедливо зазначає О.І. Генісаретський: «ідеї всесвітнього громадянського суспільства, прав і свобод людини – це утопія, пафос якої – в агресивному запереченні всього самобутнього (особливо – різних «образів людяності»)). У концепції прав людини прямо відображені тільки ті людські якості, які характеризують людину як

автономного, вільного і правоздатного індивіда, як приватну особу, що представляє тільки самого себе, оскільки йому спочатку притаманні його людська природа та набуті з неї невідчужувані права. За етносами, культурами і релігіями не визнається власної природи, відмінною від індивідуально-людської, а отже, не визнається ні їх автономії, ні свободи, ні прав» [18, с. 440]. На сучасному етапі ідеологема прав людини стала базисним елементом політичної теорії лібералізму, метафізичною системою і якимось, за влучним виразом В.І. Карпеця, «квазі-релігійним культом» [19, с. 143].

Підтримуючи наведену позицію, окремі вчені вказують, що загальноприйнята концепція прав людини є регулятивної ліберальною ідеєю, має в своїй основі специфічно західне уявлення про людину, державу і природне право, яке розповсюджується на інші культури та цивілізації. Ідеологія прав людини в її панівної – ліберальної – інтерпретації не має нічого спільного з християнським поглядом на людину і суспільство, на права особи, суперечить йому в самих своїх метафізичних основах [20].

Підсумовуючи вищенаведене, доцільно вказати, що на наш погляд, магістральний шлях, яким рухається цивілізуюче суспільство, – розвиток та утвердження позитивного права. Джерелом і захисником права, як внутрішнього, так і міжнародного, виступає держава, і його головна функція полягає в тому, щоб правовими засобами «перетворювати» народ у суспільство. Безперечно, на сучасному етапі багато держав з цією функцією справляються не ідеально, проте не слід думати, що держава тут може бути замінена виключно народом або виключно суспільством. Будь-яке суспільство є ліберальним в тій мірі, в якій його члени є активними громадянами держави, які дотримуються його законів, в тому числі і кримінального закону щодо охорони власності та захищають власність від будь-яких протиправних посягань, у тому числі, з боку недоброчесних чиновників, чим захищають саму державу.

Література

1. Бочкарев С.А. Метафизика и ее место в структуре уголовно-правового знания / С.А. Бочкарева // Вестник ТГУ. – 2014. – Вып. 8(136). – С. 150–161.
2. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://modernlib.ru/books/toffler_elvin/tretya_volna/read

3. Вышеславцев Б.П. Сочинения / Б.П. Вышеславцев. – М. : Раритет, 1995. – 461 с.
4. Даль Р. О демократии / Р. Даль; [пер с англ. А.С.Богдановского, под ред. А.О. Алякринского]. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 208 с.
5. Дугін О. Г. Демократія проти лібералізму [Електронний ресурс] / О.Г. Дугін // Суспільно-політичне інтернет-видання «Дух волі». – Режим доступу: www.duhvoli.com.ua.
6. Эрик Мак, Джеральд Ф. Гаус. Классический либерализм и либертарианство: либеральная традиция // Режим доступу: <http://www.libertarium.ru/1642>
7. Гегель Г. В. Ф. Соч. – Т. VII. – М.; Л.: Соцэжгиз, 1934. – С. 33–41
8. Базилевич В.Д., Ільїн В.В. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку. – К.: Знання, 2008. – 687 с.
9. Локк Д. Два трактати про врядування / Д. Локк; [пер. з англ. О. Терех, Р. Димерець]. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. – 265 с.
10. Бочкарев С.А. Метафізика и ее место в структуре уголовно-правового знания / С.А. Бочкарева // Вестник ТГУ. – 2014. – Вып. 8(136). – С. 150–161.
11. Мондін Б. Підручники систематичної філософії : Том 3. Онтологія і метафізика / Б. Мондін; пер. з італ. Б. Завідняка. – Жовква : Місіонер, 2010. – 284 с.
12. Поппер К. Открытое общество и его враги В 2 т. // Т. 2. Время лже-пророков: Гегель, Маркс и другие оракулы. – М., 1992 – С. 76–77.
13. Schmitt C. Die Tyrannei der Werte. Hamburg, 1979. – S. 33
14. Isensee J. Burgerfreiheit und Burgertugend // Der Preis der Freiheit. Köln, 1998. – S. 20.
15. Садовникова Г.Д. Комментарий к Конституции Российской Федерации (постатейный). – М., 2000. – С. 15 – 16.
16. Кант И. К вечному миру // Кант И. Соч. В 6 т. Т. 6. М., 1966. – С. 269–270.
17. Ксенофонт. Воспоминания о Сократе // Кн. IV [Електронний режим] – Ресурс доступу : <http://ancientrome.ru/antlitr/ksenoph/socratic/kn04f.htm>.
18. Карпец В.И. Русь Меровингов и корень Рюрика. – М., 2006. – С. 142–143.
19. Генисаретский О.И. Навигатор: методологические расширения и продолжения. – М., 2002. – С. 440
20. Куркин Б.А. Идеологема прав человека и ее интерпритация в современной отечественной правовой теории [Електронний режим]. – Ресурс доступу : http://ecsocman.hse.ru/data/2011/11/02/1270171825/pravo_2_2008-9.pdf.

Дроздова Ю.В.,
канд. псих. наук, доц.,
кафедра іноземної філології та перекладу,
Дубініна О.В.,
ст. викладач,
кафедра іноземної філології та перекладу
Колот Л.А.,
ст.викладач, кафедра іноземної філології та перекладу,
Київський національний торговельно-економічний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Однією з найбільш актуальних і дискусійних проблем розвитку сучасного суспільства на думку багатьох фахівців є феномен глобалізації. Процес глобалізації пов'язаний з загостренням вже існуючих і виникненням нових проблем у різних сферах життєдіяльності.

Останнім часом набуває особливого значення одне з основних протиріч професіоналізації – між швидкістю зміни технологій, складністю та глибиною новітніх професійних процесів і часом, необхідним для майстерного оволодіння цими технологіями. Це протиріччя може значною мірою пояснити існуючу кризу кадрового забезпечення майже у всіх сферах економіки, виробництва, бізнесу[1]. Постає об'єктивна необхідність виконання більш складної роботи, більших об'ємів роботи в більш високому темпі меншою кількістю співробітників. Зрозуміло, що в таких умовах виникає потреба в спеціалістах, які відрізняються високим рівнем компетентності та універсальності.

Саме тому розвиток і реформування життєдіяльності нашого суспільства потребують докорінних змін традиційної системи професіогенезу у напрямку оптимального професійного самовизначення особистості з урахуванням внутрішніх механізмів її саморозвитку.

Участь вищої освіти України в інтеграційних процесах до спільного європейського простору вищої освіти спрямована на набуття нею нових якісних ознак: змін в освітній структурі та університетських навчальних планах, розроблення єдиних критеріїв у цій галузі в масштабах усього континенту, а також загальний діалог культур.

Ефективна професійна підготовка майбутніх фахівців у подальшому в 2–2,5 рази зменшує плінність кадрів, на 10–15% підвищує продуктивність

праці, у 1,5–2 рази знижує вартість перепідготовки кадрів (І. Нікітіна, Л. Карамушка, Л. Помиткіна, М. Корольчук, О. Креденцер, О. Філь).

Особливого значення ця проблема набуває з огляду на незадовільний стан підприємницької діяльності в Україні, адже рентабельність підприємств у цілому за останні 5 років становить від 0,6% до 4,4%, а у третини – їх діяльність збиткова (С. Максименко, А. Мазаракі, Л. улаковська та ін.).

Проблема особистісного і професійного розвитку досліджена в наукових працях Б. Ананьєва, В. Бодрова, Г. Костюка, А. Деркача, В. Крайнюк, М. Корольчука, С. Максименко, Л. Карамушки та інших.

Професійне становлення є багатомірним і багатоступінчастим процесом, яке можна розглядати під різними кутами зору: як серію завдань, що ставить суспільство перед особистістю і їх варто вирішувати; як процес поетапного ухвалення рішення, за допомогою якого людина формує баланс між власними перевагами, інтересами, цілями і вимогами трудової діяльності, потребами суспільства і т.ін.; як процес формування особистості професіонала, його індивідуального стилю й оцінки діяльності.

На думку Н.Кузьміної протиріччю професіоналізації передує головне протиріччя сучасної освіти – між об'ємом інформації, яку необхідно засвоїти і часом, відведеним для цього процесу [2]. Це протиріччя створює перешкоди для підготовки молодих спеціалістів до успішної діяльності в будь-якому професійному і соціальному середовищі.

Саме тому дієвим механізмом поліпшення якості сучасної освіти визначають застосування компетентнісного підходу, коли на перший план виходить вміння розв'язувати нові проблеми та професійні завдання оперуючи вже набутими знаннями, а не банальне кількісне збільшення інформаційного навантаження майбутніх фахівців. Крім того, провідна роль у вирішенні постійно зростаючих потреб суспільства до особистості професіонала належить розвитку особистісних характеристик, що сприяють зростанню індивідуального потенціалу конкурентних можливостей.

А. Деркач зазначив, що одним з головних психолого-акмеологічних механізмів успішного особистісно-професійного розвитку є креативність [3]. Необхідність креативного розвитку в процесі професійного навчання пов'язана з можливістю збільшення особистісних ресурсів, гнучкості та адаптаційної мобільності студентів, формуванням конкурентноздатного майбутнього професіонала.

До основних критеріїв розвитку креативності О.Нікітін відносить наступні:

1. Відкритість до нового досвіду. Даний критерій визначає можливість генерації нових ідей і відкриття нових моделей взаємодії в професійній діяльності. Для формування відкритості необхідно створити атмосферу прийняття і підтримки під час навчального процесу.

2. Збільшення особистісного творчого потенціалу. Цей параметр тісно пов'язаний з використанням рольового моделювання, що формує професійні навички та вміння.

3. Здатність до концентрації. Є надзвичайно важливою практично для будь-якої професійної діяльності. Вона знаходиться в прямій залежності від системи цінностей, що дозволяє зберігати увагу і зацікавленість в процесі власної праці.

4. Емпатія. Даний критерій сприяє становленню позитивних взаємовідносин в процесі професійної діяльності. Для розвитку емпатії О. Нікітін рекомендує використовувати технології спрямовані на групову взаємодію.

В процесі професійної підготовки майбутніх фахівців велику роль відіграє координація теоретичного та практичного навчання. Найбільш виграним співвідношенням теорії та практики за О.Нікітіним є 1:2.

Таким чином при створенні систем професійної підготовки майбутніх конкурентноздатних фахівців необхідно орієнтуватися на інтелектуальний, креативний та емоційний розвиток особистості.

Основна сутність проблеми формування особистості професіонала зводиться до двох таких основних положень:

1) особистість проявляється в професії – у процесі самовизначення, вибору й оволодіння професією, професійного удосконалення і реалізації особистості професіонала, визначення його місця в суспільстві, досягнення матеріальних і духовних цінностей, задоволення особистих пізнавальних інтересів;

2) розвиток професійного самовизначення особистості здійснюється в діяльності під час розвитку професійно орієнтованих якостей людини (її мотиваційної, когнітивної й особистісної сфер), розширення сфери пізнання навколишнього світу, професійних компетенцій, розвитку форм і змісту професійного предмета пізнання, спілкування, взаємодії [4].

Проблему мотивації навчання як головної складової навчального процесу досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені як М. Алексеева, Г. Бородіна, В. Безлюдна, Г. Гремиських, І. Зимня, А. Маркова, П. Якобсон. Аналіз наукових джерел дає можливість говорити про відсутність єдності у визначенні поняття мотивації та її сутності. Але всі науковці визнають той факт, що все, що виконується людиною

(комунікативна діяльність, щоденні дії тощо) мають певну мотиваційну базу. Це твердження є актуальним і для навчальної діяльності.

Для того щоб вибрати відповідні дидактичні методи, умови та засоби формування мотивації, сучасний викладач повинен володіти інформацією про властивості мотивації, типи мотивації, класифікацію мотивів та потреб, шляхах формування мотивації діяльності тощо. Найбільш продуктивним вважається об'єднання потреб та мотивів за видами діяльності: потреби і мотиви навчальної, професійної, комунікативної, читацької діяльності тощо. Це допоможе адекватно проаналізувати систему мотивації студентів.

На думку В. Безлюдної, мотивація – це спонукання до дії, динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, який керує поведінкою людини, визначає його спрямованість, організованість, активність та усталеність; здібність людини задовольняти свої потреби у дії [5].

С. Гончаренко дає визначення мотивації як «системи мотивів або стимулів, яка спонукає людину до конкретних форм діяльності або поведінки». Вчений вважає, що «як мотиви можуть виступати: уявлення й ідеї, почуття й переживання, що виражають матеріальні або духовні потреби людини. Одна й та сама діяльність може здійснюватись з різних мотивів» [6].

Мотивація, яка є домінуючим станом людини, в свою чергу є фільтром, який відкидає непотрібну, неадекватну інформацію для первинної мотиваційної установки. Мотивація відіграє важливу роль у відборі інформації, необхідної для прийняття рішень щодо дії.

Під «мотивом» розуміють спонукальну причину дій та вчинків людини. Основою мотивів діяльності людини є її різноманітні потреби [7].

Згідно з Т. Бланк можна виділити наступні потреби:

- потреба у пізнанні: прагнення вивчати нове, інтерес до невідомого;
- потреба у самовираженні: прагнення діяти, виконувати завдання з допомогою отриманих знань, сформованих умінь та навичок;
- потреба у самооцінюванні: бажання людини бути кращою за інших, необхідність самовдосконалення;
- потреба у соціальних зв'язках: взаємозв'язок з іншими членами суспільства;
- потреба у безпеці: відчуття стабільності, захищеності [8].

Виділяють дві великі групи мотивів, що складають систему мотивації навчальної діяльності.

Пізнавальні мотиви, які пов'язані зі змістом навчальної діяльності і процесом її виконання. Серед пізнавальних мотивів психологи виділяють широкі пізнавальні мотиви, учбово-пізнавальні мотиви та мотиви самоосвіти. Всі ці мотиви забезпечують інтерес до знань, потребу у пізнанні нового, пізнавальну активність, прагнення отримувати нові знання, удосконалювати навички. Саме ці мотиви є основою бажання людини бути розумною, компетентною, освіченою. Студентам подобається сам процес навчання, коли вони працюють інтелектуально, долають труднощі. Під час роботи у студентів з'являються позитивні відчуття та емоції, що може спонукати їх до навчальної діяльності. Формуючи пізнавальні мотиви, необхідно враховувати потреби, здібності, бажання, інтереси аудиторії, з якою працює викладач, створювати правильні умови процесу навчання, застосовувати відповідні прийоми та методи роботи.

Соціальні мотиви, які пов'язані з різною соціальною взаємодією особистості з іншими людьми. Ці мотиви мають відношення до розуміння обов'язку, відповідальності, прагнення займати певну позицію, місце у стосунках з оточуючими, соціальної співпраці. Серед соціальних мотивів виділяють різні групи за джерелом виникнення, змістом та спрямованістю: широкі соціальні мотиви (відношення до навчання як до громадського обов'язку, відчуття відповідальності, розуміння соціальної важливості навчання); вузькі соціальні мотиви (підвищення власного соціального статусу, отримання певної посади в майбутньому, відповідного ставлення з боку оточуючих людей, отримання гідної винагороди); мотиви соціальної співпраці (різні способи взаємодії та співпраці з оточуючими, визначення своєї ролі та позиції у групі).

Під час навчального процесу студенти керуються як пізнавальними так і соціальними мотивами, що сприяє збільшенню інтересу до навчання, підвищенню його якості.

На думку вчених, зовнішні мотиви (які з'являються під тиском зовнішніх імпульсів – вимог, наказів, примусів) не мають відповідної спонукальної сили, і тому недостатньо ефективні в навчальній діяльності. Джерелом внутрішніх мотивів є усвідомлена потреба у пізнанні, яка задовольняється під час навчальної діяльності. Пізнавальний мотив надає цій діяльності особливий зміст. Використовуючи таку мотивацію, студент набагато краще може долати труднощі, які виникають на шляху отримання знань. Психологи підкреслюють, що для ведення ефективної навчальної діяльності, необхідна взаємодія внутрішніх і зовнішніх мотивів.

- Різні типи ставлення студентів до навчання пов'язані з характером мотивації і станом навчальної діяльності. А. Маркова виділяє наступні типи ставлення: негативне, байдуже, позитивне (аморфне),

позитивне (усвідомлене), позитивне (особистісне, відповідальне). Викладач повинен фіксувати характер відношення студента до навчання [9].

Для негативного відношення до навчання характерні: вузькість мотивів, пізнавальні мотиви обмежуються результатом; не сформовані вміння ставити цілі, долати труднощі; відсутня орієнтація на пошук різних способів дій для досягнення мети.

При позитивному (аморфному) ставленні спостерігаються відчуття новизни, зацікавленості, соціальні мотиви обов'язку.

При позитивному (пізнавальному, ініціативному) ставленні до навчання мотивація характеризується визначенням додаткових задач, а не тільки тих, що поставив викладач, встановленням нових цілей, появою нових мотивів. Позитивне (особистісне, відповідальне) відношення передбачає стійкість мотиваційної сфери, баланс та гармонію між окремими мотивами, вміння долати труднощі.

Оскільки мотивація є важливою складовою процесу навчання, що забезпечує його результативність, необхідно брати до уваги наступне: мотивація – сторона суб'єктивного світу студента, вона визначається його власними імпульсами, пристрастями, потребами. Можуть виникати певні труднощі при створенні мотивації. Викладач може опосередковано впливати на неї, створюючи передумови і формуючи засади, на базі яких у студентів виникає особиста зацікавленість у роботі.

Для того, щоб результати навчання були успішними необхідно розвивати саме позитивну мотивацію у студентів, стимулюючи інтерес до навчання і бажання вчитись.

В. Чайка вважає, що для формування мотивів навчання можуть використовуватись усі методи. Але існують певні методи мотивації, які сприяють формуванню позитивних мотивів навчання, активізують пізнавальну діяльність, ефективно надають нову інформацію.

У відповідності до класифікації мотивів методи стимулювання поділяються на дві групи.

1. Методи формування пізнавального інтересу.

Процес навчання повинен супроводжуватись позитивними переживаннями (радість, здивування тощо). Процеси мислення стають більш ефективними, пам'ять, увага краще працюють, якщо студент відчуває певні душевні хвилювання. Робота з навчальним матеріалом повинна викликати труднощі, але вони мають бути посильними для студентів. До основних методів цього типу В. Чайка відносить: дидактичні ігри (рольові, ділові, організаційно-діяльнісні, комп'ютерні), дискусії, диспути, метод опори на отриманий життєвий досвід, прийом створення

ситуації зацікавленості, особистого переживання успіху, задоволення, здивування тощо.

2. Методи формування почуття обов'язку і відповідальності.

До цих методів належать: методи заохочення і покарання, переконання, позитивний приклад, роз'яснення суспільної та особистої значущості навчання, висування вимог щодо навчання, оперативний контроль за виконанням вимог.

Результати навчальної діяльності залежать від того, наскільки ефективно формується позитивна мотивація процесу навчання. Викладач повинен застосовувати різні методи, засоби та прийоми стимулювання діяльності, відповідним чином організувати свою діяльність та діяльність студентів.

Створюючи умови для формування позитивної мотивації, викладач не тільки розвиває інтерес, зацікавленість, сумлінне ставлення студентів до навчання, але й сприяє виникненню бажання досягти гарних результатів, бути успішною людиною, професіоналом у певній сфері.

Компетентнісний підхід стає особливо актуальним в умовах інтеграції української системи вищої освіти у європейський та світовий соціокультурний простір. Від його успішної реалізації залежить якість підготовки фахівців, здатних діяти в умовах постійних соціальних трансформацій.

Набуті студентами знання уміння та навички трансформуються в компетентності, що сприяють інтелектуальному і культурному розвитку особистості. Приоритетними для першочергового розвитку є наступні:

Управління інформацією: здатність до аналізу і синтезу; здатність до організації і планування; базові загальні знання; базові знання з професії; письмові та усні комунікаційні вміння рідною мовою; елементарні комп'ютерні вміння; здатність знаходити й аналізувати інформацію з різних джерел; здатність розв'язувати проблеми; здатність приймати рішення.

Соціальна компетентність: уміння працювати в команді; міжособистісні вміння; вміння працювати в міждисциплінарній команді; здатність взаємодіяти з експертами в інших предметних областях; здатність сприймати різноманіття міжкультурних відмінностей; здатність працювати в міжнародному контексті; дотримання етичних цінностей, здатність до самокритики, готовність до прийняття на себе відповідальності за результати своєї праці, навколишнє середовище й інші цінності. .

Індивідуальна компетентність: здатність застосовувати знання на практиці; дослідницькі вміння; здатність до навчання; здатність до адаптації до нових ситуацій; здатність до генерації нових ідей (творчості);

лідерство; розуміння культур та звичаїв інших країн; уміння працювати автономно; здатність до розроблення проектів та управління ними; здатність до ініціативи та підприємництва; відповідальність за якість; прагнення до успіху.

Сучасна соціополітична ситуація вимагає суттєвого переосмислення традицій пануючої моделі освіти в сторону її мультикультурної інтенсифікації. У доповіді «Ключові компетенції для Європи» за програмою Ради Європи обґрунтовані п'ять ключових компетентностей в освіті, однією з яких є компетентність, пов'язана з життям у багатокультурному суспільстві: «...для того, щоб контролювати прояв расизму та ксенофобії і для створення клімату толерантності, освіта повинна сприяти формуванню в молодих людей міжкультурних компетенцій, таких як сприйняття відмінностей, повага до інших та здатність існувати поряд з людьми інших культур, мов, релігій» [10]. Ця компетенція не існує поза комунікації. Саме в певних комунікативних ситуаціях проявляється певний рівень компетентності.

І. Плужник визначає міжкультурну комунікативну компетенцію як функціональні уміння розуміти погляди та думки представників інших культур, коректувати власну поведінку, долати конфлікти в процесі комунікації, визнавати право на існування різних цінностей, норм поведінки [11].

М. Авдеєва, досліджуючи психологічні особливості МК, вважає, що міжкультурна комунікативна компетентність – провідна інтегративна складова професійної діяльності, яка проявляється в міжкультурній сензитивності, комунікативній технологічності, здатності до самоконтролю й саморегуляції [12].

Р.Дж. Абдрахманова під міжкультурною комунікативною компетентністю розуміє пізнання залежності нашої свідомості, мислення та ставлення від культури та комунікативних дій; відносні знання вміння розрізняти культури; знання норм поведінки в комунікативному акті та стилів комунікації; здатність пояснити феномени комунікативних дій та взаємин; відмова від етноцентризму; уникання утворення стереотипів; володіння комунікативними стратегіями навчання мови; володіння стратегіями та методами ідентифікації, аналізу; уникання непорозуміння в комунікації [13].

Отже, конкурентоспроможним в майбутньому буде фахівець, який опановує науки, володіє новітніми способами сприйняття й передачі інформації, освічений і практично підготовлений, насамперед, у професійному, мовному та світоглядному контексті.

Література

1. Федосенко Є.В. Психология самореализации профессионала: Коллективная монография. – СПб. :Речь, 2012. – 157 с.
2. Кузьмина Н. В. Акмеологическая теория повышения качества подготовки специалистов образования. – М. : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2007. – 144 с.
3. Вакуленко В. М. Вступ до акмеології педагогічної освіти : монографія. – Алчевськ, ДГМІ, 2003. – 149 с.
4. Проблеми сучасної психології, збірник наукових праць. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2016. – 671 с.
5. Безлюдна В. Мотивації навчання як основна складова оволодіння іноземною мовою студентів немовних спеціальностей // Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. – 2013. – Ч.2. – С. 32-37.
6. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник / С.У. Гончаренко. – К. : Либідь, 1997. – 376 с.
7. Чайка В.М. Основи дидактики / В.М. Чайка. – К. : Академвидав, 2011. – 240 с.
8. Бланк Т.В. Формування позитивної мотивації як фактор успіху навчальної діяльності / Т.В. Бланк // Початкове навчання та виховання : наук.-метод. журн. – Харків : Основа. – 2009. – № 16/18. – С. 2-9.
9. Маркова А.К. Формирование мотивации учения: книга для учителя / А.К. Маркова, Т. А. Матис, А. Б. Орлов. – М. : Просвещение, 1990. – 192 с.
10. Совет Европы: Симпозиум по теме «Ключевые компетенции для Европы»: Док. DECS / SC / Sec (96) 43.
11. Плужник И.Л. Формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов гуманитарного профиля в процессе профессиональной подготовки : автореферат дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 / Ирина Ленаровна Плужник. – Тюмень, 2003. – 29 с.
12. Авдеева М.В. Межкультурная коммуникативная компетентность сотрудников органов внутренних дел в сфере международного сотрудничества : диссертация... канд. психол. наук : 19.00.05 / Маргарита Валерьевна Авдеева. – М., 2007. – 276 с.
13. Абдрахманова Р. Дж. Условия формирования межкультурной коммуникативной компетентности обучающихся [Электронный ресурс] Р. Дж. Абдрахманова. Режим доступа : [http://inlang.linguanet.ru/ScientificWork/Conferences/detail.php\(25.01.2012\), ELEMENT_ID=2267](http://inlang.linguanet.ru/ScientificWork/Conferences/detail.php(25.01.2012), ELEMENT_ID=2267).

Залізник В.А.,
кандидат юридичних наук,
доцент кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
Київського національного
торговельно-економічного університету

МЕДІАЦІЯ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

Медіація (mediation) є одним із методів мирного вирішення спорів, що спрямований на узгодження позицій сторін при активній участі посередника (медіатора), обраного сторонами спору спільно. Метою медіації є пошук не винного у ситуації, а рішення, прийняттого для обох сторін. Головне, щоб обидві сторони вважали, що це рішення є оптимальним та прийнятним. Тобто медіація працює не лише з правовою позицією, а й з реальним інтересом людини, що виходить за межі юридичного вирішення питань у суді. У процесі медіації не встановлюють винного та не доводять, хто більше правий.

Даний процес є абсолютною протилежністю судовому процесу, у якому вердикт виносить суддя, а сама процедура йде кодифікованим шляхом та є формалізованою. Медіація має більше місця для маневрів. У кожному конкретному випадку вона встановлює свої власні правила, не схожі з іншими, і створює свою власну процедуру, погоджену зі сторонами спору. Незмінними лишаються основні принципи: добровільність, конфіденційність, неупередженість медіатора і прийняття рішення, яке задовольняє обидві сторони. Тож у ідеальній медіації ніхто не програє.

Рішення, яке народжується у процесі медіації, є рішенням сторін, а не медіатора. Останній – лише провідник, переговорник, який повинен вивести сторони за рамки задекларованих позицій і допомогти їм зрозуміти свій реальний інтерес.

Завдання медіатора – це організація процедури медіації, завоювання довіри сторін та вивчення їх позицій. Зрозумівши їх, можна з'ясувати і реальний інтерес сторін, який почасти не збігається з тим, що вони озвучують.

Важливою перевагою медіації, на мій погляд, є можливість зберегти стосунки після її завершення, тоді як після судового вирішення спору про нормальне спілкування у майбутньому зазвичай немає й мови. Якщо ж додати конфіденційність, гнучкість процедури, купу збереженого часу і

нервів, то медіація бачиться як ідеальне рішення, наприклад, для комерційних чи сімейних спорів.

У нашому національному законодавстві вже є елементарні основи для запровадження медіації. Зокрема, це така норма у процесуальному законодавстві, як примирення – ст.175 Цивільного процесуального кодексу та ст.78 Господарського процесуального кодексу, які регламентують укладення між сторонами судового процесу мирової угоди з метою врегулювання спору на основі взаємних поступок.

У кримінальному процесі ситуація не така однозначна, хоча примирення там теж застосовується. Зокрема, ст.145 і 146 Кримінального кодексу України визначають підстави звільнення від кримінальної відповідальності у зв'язку з дієвим каяттям та примиренням винного з потерпілим. Однак такі норми потребують доопрацювання та внесення змін при прийнятті закону про медіацію. Тому, окрім Закону «Про медіацію», у якому законодавець визначає основні засади проведення медіації, встановлює правовий статус медіаторів, їх права та обов'язки та інше, треба готувати ще й внесення змін до інших законодавчих актів.

Законопроект №2425а-1 від 03.07.2013 «Про медіацію» був зареєстрований у Верховній Раді. Комітет з питань верховенства права та правосуддя виніс його на розгляд, проте коли цей розгляд відбудеться, незрозуміло. Напевне, найближчим часом цього очікувати не варто.

А відповідь може бути лише одна: якщо є політична воля розвивати медіацію, то цьому має передувати величезна роз'яснювальна, просвітницька та освітня робота по підготовці медіаторів. Прийняття закону без підготовчої роботи буде просто неефективним.

Використання посередників для вирішення спорів фіксується з давніх часів, історики відзначають подібні випадки ще в торгових відносинах фінікійців та у Вавилоні. У Стародавній Греції існувала практика використання посередників (*proxenetas*), римське право, починаючи з кодексу Юстиніана (530–533 роки н.е.), визнавало посередництво. Римляни використовували різні терміни для позначення поняття «посередник»: *internunciatus*, *medium*, *intercessor*, *philantropus*, *interpolator*, *conciliator*, *interlocutor*, *interpres*, і, нарешті, *mediator*. У деяких традиційних культурах до фігури посередника ставилися з особливою повагою і шанували нарівні з жерцями або вождями племені.

Медіація в її сучасному розумінні стала розвиватися в другій половині ХХ сторіччя, перш за все, в країнах англосаксонського права – США, Австралії, Великобританії, після чого почала поширюватися і в Європі. Перші спроби застосування медіації, як правило, стосувалися вирішення спорів у сфері сімейних відносин. Згодом медіація отримала

визнання при вирішенні широкого спектра конфліктів і суперечок, починаючи від конфліктів в місцевих громадах і закінчуючи складними багатосторонніми конфліктами в комерційній та публічній сфері.

Судова практика США орієнтована на те, щоб більшість спорів вирішувалася добровільно до судового засідання, а суддя може перервати суд і порадити сторонам попрацювати з медіатором. Без медіаторів у сфері економіки, політики, бізнесу в цій країні не проходить жоден серйозний переговорний процес, випускаються журнали, що висвітлюють проблеми медіації («Щоквартальний журнал з медіації»). Існує Національний інститут дозволу диспутів, який займається розробкою нових методів медіації, діють приватні та державні служби медіації. Великий вплив має Американська арбітражна асоціація (American Arbitration Association), яка затвердила свої Правила третейського розгляду (арбітражу) та медіації, що використовуються, в тому числі, при розгляді внутрішніх суперечок.

Медіація також поширена не тільки в англосаксонській системі права, а й у країнах романо-германської правової сім'ї.

Кількість європейських країн, які прийняли закони про медіацію між правопорушником і потерпілим, на сьогодні збільшується. Слід зазначити, що не завжди в законах використовується термін «медіація». У деяких країнах медіація згадується в законах опосередковано, наприклад, йдеться про можливість відшкодування, примирення або «прийняття відповідальності» перед потерпілим. Більше того, у випадках, коли медіація згадується в законах безпосередньо, вона описується в загальних словах. Це також передбачає, що правові гарантії не містяться у формальному законі, а якщо вони й існують, то лише у другорядних постановках або в прецедентах. До того ж формальний закон часто не містить інформації про становище та організацію служб медіації або про статус медіаторів. Медіація, орієнтована на вирішення проблем (problem-solving or settlement-directed approach).

Основною особливістю цього підходу є зосередженість на інтересах людей, а не на позиціях: позиція – це результат конфлікту, який сторона заявляє як найбільш бажаний; інтереси – мета, яка повинна бути задоволена або досягнута.

У рамках цього підходу медіатор спочатку пропонує сторонам викласти свої позиції, а вже потім допомагає їм визнати, що у сторін існують спільні інтереси та потреби.

Трансформативна медіація (transformative approach) – це підхід дозволяє учасникам визначити хід медіації, в той час як медіатор слідує за ними (а не навпаки, коли учасники виконують вказівки медіатора). В центрі уваги – спілкування сторін, надання їм можливості по-новому поглянути на

події і зрозуміти це серцем, а не тільки розумом. Тут ключовими компонентами є слухання: саме це допомагає учасникам конфлікту пережити якусь «трансформацію» і прийти до взаєморозуміння, що в свою чергу сприяє визнанню ними потреб один одного і більш чуйного ставлення до таких потреб.

Наративна медіація (narrative approach) – це підхід заснований на переконанні в тому, що медіатори та учасники конфлікту здійснюють тривалий вплив один на одного в ході діалогу, тобто сам процес виглядає як процес, в ході якого учасники викладають свій погляд на події.

Екосистемна або сімейно орієнтована медіація (ecosystemic or family-focused approach) дана медіація добре підходить для врегулювання сімейних конфліктів тому, що основним завданням в ході вирішення подібних конфліктів є допомога сім'ям в подоланні змін і збереженні нормальних відносин з дітьми. Цей підхід також застосовується до міжкультурних конфліктів і суперечок між людьми різних поколінь.

Медіація, заснована на розумінні (understanding-based approach). Головна мета підходу полягає у вирішенні спору за допомогою розуміння, оскільки більш глибоке розуміння сторонами їх власних перспектив, пріоритетів та інтересів, як і перспектив, пріоритетів та інтересів усіх інших сторін, робить їх здатними спільними зусиллями подолати конфлікт, що виник між ними. У рамках цього підходу ключове значення має відповідальність сторін за ті рішення, які вони приймають. Такий підхід передбачає, що самі учасники, а не професіонали, найбільш повно уявляють собі суть спору і мають найкращі можливості знайти рішення.

Відновлювальна медіація (restorative mediation) це підхід, який є близьким за змістом до попереднього, сформувався як самостійний саме в Росії і впливає з більш широкого підходу до правосуддя в цілому в такому його сенсі, як «відновлювальне правосуддя». «Відновлювальна медіація спрямована на створення умов для діалогу, в процесі якого відповідальність за прийняті рішення лежить на сторонах – учасниках конфлікту, і в результаті якого відбувається загладження шкоди і відновлення відносин, відновлення внутрішньоособистісних статусів учасників конфлікту. Таким чином, основне завдання медіатора – створити такі умови для сторін та їх діалогу, в яких вони зможуть самі створити важливий відновлювальний ефект примирення і укладення договору.

Оціночна медіація (evaluative approach) впливає на процес медіації, оцінюючи те, що відбувається, а за певних обставин здійснює вплив і на результат діалогу, при необхідності пропонуючи свої варіанти вирішення конфлікту.

Онлайнова медіація здійснюється за допомогою Інтернет-технологій є одним з різновидів медіації. Використання Інтернет-технологій розширює можливості медіаторів у спорах між особами та організаціями, які віддалені один від одного або в силу інших причин (наприклад, інвалідності) не можуть брати безпосередню участь у процедурах медіації, а також у ситуаціях, де значимість спору не виправдовує вартість особистої присутності медіатора. Онлайнова медіація може також бути корисною в якості попередньої фази основного процесу медіації – наприклад, в ситуаціях, де важливу роль відіграє фактор часу, для початку підготовки сторін і проведення процедури «мозкового штурму».

Медіація може розрізнятися за видами. Медіація у школах – засіб, який використовується й в Україні. Фахівці Українського Центру Порозуміння розробили модель шкільної служби вирішення конфліктів, де школярі-медіатори під керівництвом координатора-психолога допомагають своїм одноліткам вирішувати конфліктні ситуації, використовуючи медіацію та інші види відновних практик (наприклад, коло ухвалення рішень).

Завдяки зусиллям УЦП і партнерів, нині діє понад 60 шкільних служб розв'язання конфліктів в 10 областях України.

Примирення потерпілого та правопорушника. Полягає в організації зустрічей потерпілого і правопорушника за справами, які передаються із правоохоронних та судових органів у разі, якщо злочинець визнав факт вчинення ним злочину. Вона є спробою досягнення добровільного порозуміння (примирення) між потерпілим і правопорушником з метою відшкодування завданої матеріальної та моральної шкоди.

Потерпілий має право ставити усі питання, які його хвилюють, може виказати свої почуття та дати зрозуміти злочинцю, що він пережив внаслідок злочину і як це змінило його життя. Крім цього, потерпілий має можливість зрозуміти, що значить злочин для того, хто його вчинив. Оскільки потерпілий зустрічається безпосередньо з винною особою, його панівні стереотипи переглядаються, а страх зменшується. Одночасно злочинці мають змогу побачити в жертвах реальних людей. Вони дізнаються про наслідки свого злочину «з перших рук», що призводить до появи нового погляду на попередні стереотипи і спроби самовиправдання. Таким чином, злочинцям надається шанс конкретними діями поновити справедливість, а також, якщо вони будуть до цього готові, виказати розкаяння і просити вибачення.

Медіація за участю суб'єктів публічного права викликає дискусії, основна причина яких у нерівних позиціях сторін такої процедури (що викликано як обмеженнями згідно зі ст. 6, ч. 2 ст. 19 Конституції України,

так і з огляду на посадові повноваження, вказівок керівництва, внутрішніх інструктивних документів і, зокрема, державних фіскальних інтересів) і наявності адмінресурсу, а іноді і бюджетних зобов'язань. Професіоналізм медіатора в такому випадку відіграє ключову роль, а сама медіація може не тільки скласти конкуренцію лобіюванню, але й дасть змогу ефективно боротися з корупцією. Все це, однак, тільки за умови реальної незалежності та нейтральності медіатора і відсутність впливу на нього, зокрема опосередковано – через спільне самоврядування, реєстри, акредитацію і так далі.

Існують кілька видів медіації: пряма медіація, яка означає безпосередню зустріч сторін, та непрямая (або «човникова медіація»), коли медіатори передають інформацію від однієї сторони до іншої. Медіація між потерпілими та правопорушниками є найпоширенішою формою відновлювального правосуддя в Європі.

Медіація у галузі корпоративного управління, на думку автора, є дуже прогресивним напрямком розв'язання конфліктних ситуацій для того, щоб не доводити справу до судового розгляду.

Конфлікти між членами Ради. В межах Ради конфлікт, як правило, є неминучим – особливо якщо Рада складається з незалежних, розумних, досвідчених і відвертих директорів. Це не є погано. Рішення Ради повинні ухвалюватися в результаті процесу, під час якого директори аналізують усю наявну інформацію і проводять «палкі дебати». Порушені ними питання включають стратегію, контроль за діяльністю компанії, конфлікт інтересів та винагороди, що виплачуються виконавчому керівництву компанії. Рада, між членами якої ніколи не виникають спори або розбіжності у поглядах, швидше за все, є пасивною Радою, або, інакше кажучи, поганою Радою, яка не виконує ані функцій нагляду, ані обов'язків піклування. Це, в свою чергу, може спричинити крах компанії (добре відомий випадок банкрутства корпорації WorldCom у США). Як визначено Канцлерським судом штату Делавер у 1985 році, Рада, яка не приділяє належної уваги аналізу питань і наявної інформації перш, ніж ухвалити рішення, не виконує своїх фідучіарних обов'язків. Питання управління, стандарти і вимоги можуть бути невичерпним джерелом для виникнення непорозумінь і конфліктів. Такі приклади включають: відносини між незалежними директорами і головним виконавчим директором (головою виконавчого органу управління компанії); межу між наглядом і управлінням; потреби членів Ради в інформації, надання недостатнього або занадто великого обсягу інформації виконавчим органом управління; баланс короткострокових і довгострокових інтересів компанії.

Спори, пов'язані з питаннями корпоративного управління. Суперечки, що кваліфікуються як спори в галузі корпоративного управління

(або спори, безпосередньо пов'язані з управлінням компанією), здебільшого виникають за участі акціонерів, членів Ради та провідних виконавчих посадових осіб компанії. Спори, однією зі сторін яких є працівники компанії (крім провідних виконавчих посадових осіб), зазвичай підпадають під категорію трудових спорів, хоча вони також можуть впливати на управління компанією, і Рада повинна приділяти їм належну увагу. Спори з участю зовнішніх зацікавлених сторін (наприклад, клієнтів і постачальників), як правило, вирішуються в межах комерційних спорів. Спори, серед іншого, можуть стосуватися: конфліктів інтересів членів Ради або провідних виконавчих посадових осіб компанії; обрання членів Ради та призначення членів правління; розміру винагород/премій, що виплачуються членам Ради; звільнення членів Ради / провідних виконавчих посадових осіб компанії; оцінки вартості акцій (стосовно емісії нових акцій чи облігацій або «витіснення міноритарних акціонерів»); умов запропонованого поглинання; придбання активів компанії або розпорядження ними.

В період з 2009 по 2013 роки 20% спорів, врегульованих Міжнародною торговельною палатою, були пов'язані з розбіжностями в питаннях корпоративного управління. Приклади таких спорів включають: оцінку акцій; спори між акціонерами; винагороди, що виплачуються членам Ради; спори, пов'язані з питаннями банкрутства; участь акціонерів у процесі ухвалення рішень, а також питання поглинання. Як видно з переліку прикладів, складеного Організацією економічного співробітництва та розвитку, концепція «спорів, пов'язаних з питаннями корпоративного управління», є неоднорідною і містить багато видів спорів, кожен з яких має власні динаміку і фокус.

Спори між посадовими особами компанії: аудит, конфлікт інтересів або питання, пов'язані з винагородами. Спори між інвесторами (акціонерами та/або власниками облігацій): оцінка вартості акцій, запропоноване поглинання, придбання активів компанії або розпорядження ними. Спори між акціонерами і компанією: право голосу або виплата дивідендів. Спори між компанією та її посадовими особами: зазвичай ці спори стосуються порушення фідучіарних зобов'язань. Акціонери, діючи від імені компанії, можуть ініціювати такі спори. Як правило, у цих випадках акціонери подають претензію до Ради з приводу того, що вона припустилася неналежної поведінки або порушила правила. Оскільки акціонери виступають як постраждала сторона, ці спори ще називають «похідними спорами».

Медіація в адміністративних справах. Медіація в адміністративних справах – це позасудова процедура з вирішення спору між органами

державної влади чи місцевого самоврядування та приватними особами. Така процедура спрямована на мирне вирішення публічно-правових спорів, налагодження діалогу між громадянами та органами влади, розвантаження адміністративних судів. Як свідчить практика, медіація як альтернативний спосіб вирішення адміністративних спорів широко використовується та закріплена на законодавчому рівні у таких країнах, як США, Польща, Німеччина, Велика Британія, Норвегія та інших. Запровадженням медіації в адміністративних спорах на території України займається Центр досліджень місцевого самоврядування.

Хотілося б наприкінці згадати про Кодекс поведінки медіаторів, який існує для працівників цієї галузі: Європейський кодекс поведінки медіаторів (англ. European Code of Conduct for Mediators) – звід етичних правил посередників, розроблений групою професійних медіаторів за підтримки Європейської комісії. Він був прийнятий 2 липня 2004 року на конференції Європейської комісії в Брюсселі і схвалений професійними посередниками та особами, що цікавляться питаннями медіації. Цей Кодекс встановлює ряд принципів, до яких може приєднатися будь-який медіатор на добровільній основі і під свою особисту відповідальність. Кодекс призначений для застосування в усіх видах медіації у цивільних та комерційних справах. Прихильність положенням кодексу не повинна вступати в протиріччя з національним законодавством або правилами, встановленими в окремих професіях.

Слід тільки пам'ятати, що ця ніша недовго буде залишатися пустою, і якщо з послугами медіації на ринок першими не вийдуть юристи, там опиняться представники інших професій.

Все більш нагальним в Україні стає питання ефективного юриста, який діє як «співпрацюючий юрист [collaborative lawyer]», допомагаючи клієнтам врегулювати спори в найбільш сприйнятій для урегулювання конфлікту спосіб. Клієнт любить, коли про нього турбуються, дбають про його репутацію, і саме тому є велика вірогідність, що вдячний клієнт приведе нових клієнтів.

Окрім того, медіація дозволяє диверсифікувати портфель послуг, які надають юристи, що може створити додаткові точки диференціації на ринку юридичних послуг.

До речі, лідери ринку юридичних послуг активно сприяють тому, щоб їх фахівці набували навичок медіації, і це наводить на думку, що, можливо, вони тому і лідери, що завжди знають, де потрібно бути першими.

Усі зазначені окремі випадки зводяться до єдиної концептуальної проблеми вибору між базовим, але всеохопним законом або впро-

вадженням низки поправок у різні, найбільш перспективні, закони з визначенням на різних рівнях різних «медіацій» без єдиної процедури, єдиних стандартів і так далі. Світова практика переважно йшла шляхом впровадження базового закону і поступового поширення його на нові сфери, ускладнення правил, введення рівнів кваліфікації тощо. Незважаючи на любов вітчизняної виконавчої влади до пілотних проектів, у цьому випадку використання «пілотної медіації», очевидно, не матиме жодного ефекту хоча б у зв'язку з фактичним багаторічним існуванням медіаторів та їхньої практики в Україні.

І якраз таку незаконену практику варто було б розглядати окремо. Різноманітність програм навчання, про що згадувалося вище, також привернуло увагу авторів відразу декількох експертних висновків – необхідність перехідного періоду і чіткої регламентації правил роботи таких медіаторів під новим законом називалася єдиним способом уникнення корупційних ризиків. У середовищі медіаторів однозначної позиції поки також не спостерігається: чи варто обмежувати навчання 40 або 80 годинами, чи можна автоматично визнавати сертифікати, свідоцтва, дипломи іноземних програм або вимагати переатестації (і в якому обсязі), чи потрібна додаткова атестація для галузевої медіації, хто і де буде навчати і, головне, за затвердженою ким (об'єднаннями, єдиним центром або якимсь з'їздом) програмі – ні на одне з цих питань чіткої відповіді немає, що дає привід заявляти про відсутність не тільки стандартів, але й координації в Медіаційному співтоваристві.

Література

1. Вільна енциклопедія Вікіпедія: <http://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Ерік М. Рунессон, Марі-Лоранс Гі. Медіація конфліктів і спорів у галузі корпоративного управління / Ерік М. Рунессон і Марі-Лоранс Гі. – Вашингтон : [s. n.], 2007. – 68 с.
3. Шамлікашвілі Цисана. Медіація як метод позасудового вирішення спорів / Цисана Шамлікашвілі. – М. : Міжрегіональний центр управлінського та політичного консультування, 2006
4. Бірюков П.Н. Процедура медіації в Австрії /П. Н. Бірюков, А. В. Пронін // Арбітражний та цивільний процес. – 2011 – № 10.
5. Медіація – мистецтво вирішувати конфлікти. Знайомство з теорією, методом і професійними технологіями / [укладачі: Г. Мета, Г. Похмелкіна / Переклад з нім. Г. Похмелкін]. – М. : Verte, 2004.
6. Регіна Гусейнова. Перспективи розвитку медіації в Україні.
7. Галина Єрьоменко. Становлення медіації / Український центр медіації. – 11.06.2009.

Корольчук В.М.,
професор, доктор психологічних наук,
професор кафедри психології, КНТЕУ
Чернега Н.С.,
аспірант кафедри психології КНТЕУ

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ЗМІСТУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Постановка проблеми. Надзвичайно важливим у розумінні змісту формування іміджу організації є історичні етапи виникнення, становлення та відповідні наукові підходи щодо поняття «імідж» та умов його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З кожним роком увага до теми іміджу зростає, про що свідчить кількість публікацій, однак проблема створення іміджу освітніх установ залишається недостатньо вивченою. Серед перших спеціальних досліджень у сфері іміджу слід назвати роботи Є.В. Гришуніної (формування іміджу організації), Ф.А. Кузіна (вивчення ділового іміджу), Є.І. Манякіної (формування політичного іміджу), Б.Г. Ушакова (вивчення іміджу як соціально-психологічної проблеми), І.А. Федорова (розгляд іміджу як способу програмування поведінки людини), В.М. Шепеля (вивчення специфіки іміджу) та інших.

Серед сучасних зарубіжних авторів, що займаються дослідженнями і практичними розробками у напрямі формування іміджу (іміджу організації), слід відзначити Б. Джі, Г. Даулінг, Ж. П. Бодуан, Ф. Котлер, Д. Мерсер, Ф. Роджерс, Л. Якокка. Крім того, значна частина робіт з даної теми була видана в спеціалізованому періодичному журналі «PR в освіті», у публікаціях якого розглянуті різні види іміджу в залежності від рівня і типу освітньої установи: «імідж ВНЗ», «імідж державного ВНЗ», «імідж недержавного ВНЗ» тощо. Однак, окремих праць, що було б присвячено питанням вивчення виникнення, становлення іміджу та умов його розвитку майже немає, що й спонукало до написання даної статті.

Мета статті. Здійснити аналіз наукових підходів у відповідні історичні етапи виникнення поняття «іміджу» та його змістовні характеристики.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. Як свідчить вивчення наукової літератури, поняття «імідж», популярність якого різко зростає, не є сьогоdnішнім винаходом, оскільки він існував ще в давні часи у вигляді спеціально сконструйованих образів та уявлень масової свідомості (наприклад, імідж воїна, імідж нації тощо). Одним з перших

засновників теорії іміджу вважається Н. Макіавеллі (1532 р) «Государ», який стверджував, що для формування власного іміджу важливо прогнозувати поведінку інших людей і проводити аналогію зі своєю.

Поняття «імідж» в найбільш частому трактуванні близько до відомого грецького слова «харизма», яке в Стародавній Греції означало обдарованість, авторитетність, мудрість і святість. Люди, що володіють сукупністю подібних якостей, у всі часи володіли силою впливу на оточуючих, тому керівників, наділених харизмою, звичайно називали харизматичними лідерами.

Пізніше формується поняття іміджу, яке спочатку відносилось до особистості. Імідж особистості пов'язаний із зовнішністю, поставленим голосом, умінням триматися й виступати перед публікою, вести діалог і т.д. Всі ці характеристики іміджу настільки міцно закріпилися в суспільстві, що пізніше їх перенесли й на організацію, що призвело до появи нового поняття: «імідж організації».

У 1925 році була видана книга Б. Хатунцева «Про природу влади. Досвід дослідження соціально-психологічних основ влади», в якій особиста природня чарівність розглядалося як суб'єктивний засіб створення навколо себе оточення, що сприяє тому, щоб налаштовувати позитивно людей відносно себе.[9,с.56-67]

Теорія іміджу з'явилася на Заході у 60-ті роки. Її поява була зумовлена необхідністю протидії рекламній діяльності конкурентів. Суть теорії, обґрунтованої визнанням фахівцем реклами Д. Огільві, полягала у тому, що для успішної реалізації товару значно важливіше створювати у свідомості споживача позитивний образ певного товару, аніж надавати інформацію про окремі специфічні його властивості.

У науці давно виокремився напрямок з вивчення даного поняття, яке отримало свою назву і було оформлено як наукова дисципліна в 90-х роках минулого століття. Даний напрямок було названо іміджологією та визначено як науку подібати людям. Без правильно побудованого іміджу важко уявити як успіх окремого індивіда, так і всесвітньо відомих корпорацій.

Психологічне обґрунтування іміджу стало об'єктом і предметом дослідження соціальних і політичних психологів. Володіючи знаннями законів процесу соціального сприйняття і суб'єктивного усвідомлення зовнішнього образу, вони надали цій проблемі теоретико-прикладне обґрунтування.

У 70-х роках визначення «імідж» став з'являтися в СРСР у журнальних та газетних публікаціях як категорія негативна. Його розглядали в основному як маніпулятивний прийом буржуазної політики та засобів

масової інформації, який використовується з метою ідеологічної обробки масової свідомості людей. Подібне ставлення до іміджу не сприяло об'єктивному інтересу до нього з боку радянських вчених. Однією із спроб подолати таке ставлення до іміджу була в ті роки стаття у журналі «Питання філософії» професора О. Феофанова [6, с. 89–100].

Встановлено, що поняття формування іміджу розглядається як процес, що забезпечує існування та функціонування організації.

Узагальнення підходів до визначення поняття іміджу дозволяє представити його як сукупність індивідуальних, організаційних і соціальних цінностей, установок і норм, які підпорядковують діяльність та взаємозв'язки членів організації та відображають унікальність організації. (Л.М.Карамушка, 2014р.)

У наш час імідж – невід'ємна частина успішності у всіх, хто займається підприємництвом, політичною діяльністю, особливо шоу-бізнесом, театром тощо. Завдяки іміджу однієї з розвинених сервісних індустрій стала політична і торгова реклама. Зростаючий попит на імідж породив нову професію – іміджмейкер. Це фахівець з конструювання іміджу особистості, ділових і політичних структур (наприклад, політичної партії чи громадської організації, освітніх установ).

Імідж можна розглядати як індивідуальний вигляд або ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою залучення до себе уваги.

Деякі вчені розглядають поняття імідж тільки стосовно організації. Наприклад, маркетолог Ф. Котлер визначає імідж як «сприйняття компанії чи її товарів суспільством». [4,с.367-370].

При конструюванні визначення поняття «імідж», зокрема імідж організації можна враховувати наступні взаємно протилежні категорії:

Об'єктивне – суб'єктивне. Імідж може розумітися не тільки як певний зміст масової або індивідуальної свідомості, але і як набір атрибутів підприємства, його товарів і послуг, його рекламної продукції тощо (Наприклад, логотип, слоган, відмінні риси ділової етики). При розробці поняття іміджу організації має бути розв'язано питання про розрізнення цих двох значень і в термінологічному плані.

Природне – штучне. Є два полярних уявлення про те, як створюється імідж організації. Перше. Імідж складається в достатній мірі стихійно, як «природний» результат діяльності організації, як оцінка реальних характеристик процесів та продуктів цієї діяльності в соціальному середовищі. Друге. Організація цілеспрямовано створює вигідний для себе імідж, використовуючи спеціальні соціопсихотехнічні засоби.

Когнітивне – емоційне. В іміджі можуть виділятися когнітивні елементи – вербальні поняття, слухові, зорові та ін. образи; і емоційні елементи – почуття, переживання, афекти і т.п. З цієї методологічної основи випливає, що імідж є не тільки суб'єктивне, залежить виключно від індивідуальної або групової свідомості, не тільки штучно створене (за допомогою іміджмейкерів, ЗМІ або реклами), не тільки емоційний, чуттєвий. Імідж формується, виходячи і з об'єктивних характеристик діяльності організації або окремої особи, він може складатися природним шляхом, у ході «еволюційного» розвитку організації або індивіда, і нести в собі значний обсяг раціонального [8, с. 34–46].

Підсумовуючи, можна зробити наступне визначення іміджу: «імідж – це образ, який складається у свідомості людей щодо конкретної особи, організації чи іншого соціального об'єкта, містить у собі значний обсяг емоційно забарвленої інформації про об'єкт сприйняття і спонукає до певної соціальної поведінки».

Увага до іміджу актуалізувалася в останні роки в зв'язку із загостреною проблемою вибору, що встала перед людьми (вибору товарів і послуг, політичних партій і громадських організацій, лідерів і керівників, вищих навчальних закладів), конкуренцією на різноманітних ринках – споживчому, політичному, освітянському. Щоб продати товар, послугу, залучити на свій бік виборця, щоб успішно конкурувати на ринку, фірма, громадська організація, університет або банк повинні створити собі відповідний позитивний імідж. Доцільний, адекватний імідж абсолютно необхідний для будь-якого виду соціальної діяльності, що підтверджує багаторічна практика.

Саме тому в рамках традиційних наукових дисциплін – психології, економіки, соціології, політології з'являються спеціальні науково-практичні галузі: теорія і практика реклами, public relations, іміджелогія та інші, основним предметом яких стає формування образів, у тому числі і соціальних образів.

У рамках іміджелогії вчений Ольшанський Д. В. виділяє дві групи функцій іміджу: ціннісні і технологічні.

До ціннісних відносять:

- Функцію особистісного звеличення. Завдяки створенню навколо особистості ореолу привабливості, вона стає соціально затребуваною, розкутою в прояві своїх кращих якостей.

- Функцію комфортизації міжособистісних відносин. Суть цієї функції в тому, що чарівність людей об'єктивно привносить в їх спілкування симпатії і доброзичливість, а тому моральну міру терпимості і такту.

- Психотерапевтичну функцію. Суть її в тому, що особистість завдяки усвідомленню своєї індивідуальної непересічності і підвищеної комунікабельності знаходить впевненість в собі [7, с. 114–125].

Таким чином, ціннісні функції іміджу свідчать про його безспірне значення у вибудовуванні здорової душевної організації особистості. Філософська зв'язка «форма і зміст» пояснює закономірність функціонування іміджу як зовнішнього прояву духовного здоров'я особистості, стану її біоенергетичного потенціалу. За допомогою іміджу найбільш помітно проявляється внутрішній світ конкретної особистості. Ось чому така велика роль ціннісних функцій іміджу.

До технологічних належать:

- Функція міжособистісної адаптації. Завдяки правильно обраному іміджу можна швидко увійти в конкретне соціальне середовище, повернути до себе увагу, оперативно встановити доброзичливі стосунки.

- Функція висвітлення кращих особистісно-ділових якостей. Сприятливий імідж дає можливість візуально представити найбільш привабливі якості людини, що викликають симпатію чи позитивне сприятливе розташування.

- Функція організації уваги. Привабливий імідж мимоволі притягує до себе людей.

Знання технологічних функцій іміджу пропонує широке практичне його використання.

Таким чином, імідж – це поліметричне явище, основним його призначенням є досягнення ефекту особистісного тяжіння. Хто повною мірою володіє функціями іміджу, тому притаманний такий стан, що називається «магією розташування» [4, с. 125-127].

На жаль є чимало людей, які недооцінюють роль іміджу в діловій сфері хоча відомо, що «добре ім'я» завжди розташовує людей до того, хто має позитивний імідж.

Слушним, на нашу думку, є твердження Г. Г. Почепцова, що імідж є «згорнутим текстом», комунікативною одиницею, за допомогою якої можна працювати з масовою свідомістю. З цим не погоджується Д. В. Ольшанський і наголошує на невербальній природі іміджу, який (тобто імідж) зовсім не причетний до тексту (у звичному значенні цього слова), а скоріше є емоційно-образним «посланням» [6, с. 56–67].

У свою чергу, хочемо підтримати думку Г. Г. Почепцова і акцентувати увагу на переносному значенні його слів. Під «згорнутим текстом» ми бачимо те, що для його прочитання необхідно знати більше, «розшифрувати» його, «розгорнути», знайти прихований зміст, закладений творцями іміджу. Імідж є саме тим «знаряддям», яке допомагає успішно

працювати з масами, налагоджувати з ними контакт, привертати увагу і викликати певні емоції.

В широкому розумінні «імідж» – це власна думка організації про себе та бажання, щоб про неї так думали інші [4, с. 45].

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови «імідж» трактується як рекламний, представницький образ кого-небудь (напр. громадського діяча), що створюється для населення; уявне зображення предмета в геометричній оптиці [1].

С. Сушко в роботі «Сучасна модель управління гімназією» виділяє такі напрями формування позитивного іміджу закладу освіти:

внутрішній – у процесі формування творчого середовища та соціально-психологічного настрою в колективі, а саме: обґрунтування та впровадження інноваційних підходів до діяльності членів адміністрації, викладачів, студентів, (конкурси, презентації тощо); формування творчої команди, налагодження оптимальних міжособистісних відносин у колективі, становлення духу навчального закладу, почуття патріотизму у викладачів та учнів;

зовнішній – під час взаємодії закладу освіти із соціальним середовищем, у формі бланків, грамот; оформлення приміщення, підготовка ділових паперів, інформаційних проектів, буклетів, презентацій навчального закладу, розроблення проекту його розвитку).

Формування іміджу – це одночасно процес і функція: моделювання та конструювання; побудови; збереження, моніторингу, захисту, корекції, тобто управління. Це особливий комплекс заходів, що сприяє зростанню лояльності з боку клієнтів, залучення нових споживачів, посиленню образу унікальності сучасного університету.

В умовах жорсткої конкуренції, імідж часто є критерієм вибору ВНЗ, адже бренд одержаного диплома нерідко ставить випускників у привілейоване становище при працевлаштуванні. Однак у довгостроковій перспективі ВНЗ не зможе утримувати високий рівень іміджу якщо рівень якості його освітніх продуктів не буде зростати. Тому основними внутрішніми та зовнішніми факторами формування іміджу ВНЗ є:

внутрішні:

історія навчального закладу;

особиста репутація керівництва закладу;

рівень професіоналізму науково-педагогічних працівників;

враження студентів про організацію навчального процесу у ВНЗ;

зовнішні:

рівень ВНЗ в суспільстві і науці;

затребуваність випускників на ринку праці та працевлаштування;
присутність наукових шкіл;

міжнародні зв'язки з освітніми установами;
внутрішній та зовнішній вигляд освітньої установи;
відкритість та інтеграція університету.

Студент відомого університету намагається відповідати іміджу свого вищого навчального закладу, що спонукає його до кращого освоєння навчальної програми. В свою чергу, ряд викладачів ВНЗ висувають гнучку систему вимог не тільки до студентів, а й до самих себе відповідно до рівня навчального закладу. Чим вища позитивна оцінка ВНЗ, тим вища самодисципліна викладача і вимоги до якості занять. Крім того імідж ВНЗ безпосередньо взаємопов'язаний з можливістю залучення додаткових фінансових інвестицій зі сторони держави і міжнародних організацій. Це в свою чергу стимулює наукову діяльність викладачів і студентів до вирішення більш глобальних задач. Позитивний образ освітнього закладу сприяє співпраці з провідними зарубіжними науково-освітніми установами у формі участі науковців у спільних проектах та можливості стажування викладачів і студентів ВНЗ. Спільні навчальні проекти та наукові програми, проведення в університеті майстер-класів провідних фахівців у відповідних галузях освіти. Все це має неабиякий вплив на формування конкурентних переваг ВНЗ.

Позитивний вплив іміджу на конкурентоспроможність ВНЗ очевидний, однак на практиці формування іміджу має ряд недоліків:

- процес формування іміджу не є цілеспрямованим, спеціально організованим і систематичним. Причиною цього може слугувати недостатнє уявлення про складові, способи і методи формування іміджу освітньої установи у керівників ВНЗ;

- відсутність механізмів трансформації теоретичних напрацювань з проблем формування іміджу у сферу практичної реалізації ВНЗ.

На сьогодні немає загальноприйнятих стандартів і дієвих інструментів конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг, тому вибір конкурентної стратегії вищого навчального закладу здійснюється не обґрунтовано і досить часто не приносить очікуваних результатів. З огляду на це, питання розробки алгоритму формування конкурентної стратегії ВНЗ залишається відкритим і потребує досліджень

Висновки. На підставі теоретичного аналізу виокремлено основні етапи виникнення, становлення та розвитку іміджу: історичний, етап систематизації, етап технологічних інновацій.

Історичний етап (9–7 тисяч років до н. е. – XVIII ст.) характеризується переходом від стихійного, ще несвідомого звернення до іміджу у

первісному суспільстві (з виникненням перших форм комунікації з'явилися і способи впливати на інших) до етапу використання різних способів впливу (театралізовані вистави, звернення лідерів до народу, а також одяг, прикраси, жести, міміка і т. ін.) на маси у Давній Греції та Римі. Пізніше прояви чуттєвості до іміджевих механізмів суспільних відносин відображено у працях філософів та моралістів – М. Монтеня, Ф. Бекона, Н. Макіавеллі, Г. Лебона та ін.

Етап систематизації (XVIII ст. – сер. XX ст.). Характерними для цього періоду є систематичне вивчення механізмів впливу на людей, виникнення імідж-мейкінгу як професійної діяльності (спочатку в США, а потім і в інших країнах), розробка перших технологій формування іміджу, а також введення терміну імідж в обіг і спроби трактування поняття іміджу.

Етап технологічних інновацій (середина XX ст. – наш час). У цей період імідж отримує нові дослідницькі орієнтири, його різнобічно студіюють науковці різних галузей (К. Боулдінг, У. Ліппман, О. А. Фефанов, В. М. Шепель, А. Ю. Панасюк, Д. В. Ольшанський та ін.).

Перспективи подальших досліджень. Отримані результати теоретичного аналізу проблеми будуть покладені в основу подальшого емпіричного дослідження.

Література

1. Бондарчук О.І., Пінчук Н.І., Казакова С.В. Імідж керівника освітньої організації як показник психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг/ О.І. Бондарчук, Н.І.Пінчук, С.В. Казакова // Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи розвитку: тези X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції з організаційної та економічної психології (Київ, 24-25 квітня 2014)/ за наук. ред.. С.Д.Максименка, Л.М.Карамушки, М.С. Корольчука. – К. : Київ. Нац.торг.-екон. Ун-т, 2014. – 188с.
2. Карамушка Л.М. Мотивація підприємницької діяльності: [монографія] / Л.М. Карамушка, Н.Ю. Худякова. – К. – Львів: Сполом, 2011. – 208 с.
3. Карамушка Л.М. Створення іміджу навчального закладу як важливий напрямок менеджменту освіти / Л.М. Карамушка // Управління сучасними навчально-виховними закладами в системі освіти : Матеріали міжрег. наук.- практ. конф.- Запоріжжя, 1996. – 140 с.
4. Корольчук М.С., Крайнюк В.М. Теорія і практика професійного психологічного відбору: / М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк : навчальний

- посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2010. 290 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. / Котлер Ф. – СПб.: Коруна, 1994. – 697 с.
 6. Лагутіна Т.М. Психологічна складова розвитку організаційної культури в Україні / Т.М.Лагутіна // Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи розвитку: тези X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції з організаційної та економічної психології (Київ, 24-25 квітня 2014)/ за наук. ред.. С.Д.Максименка, Л.М.Карамушки, М.С. Корольчука. – К. : Київ. Нац.торг.-екон. ун-т, 2014. – 188с. 28-29с.
 7. Ліплянська О.В. Вплив психологічних характеристик персоналу на вияви плинності в комерційних організаціях /О.В.Ліплянська // Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи розвитку: тези X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції з організаційної та економічної психології (Київ, 24-25 квітня 2014)/ за наук. ред.. С.Д.Максименка, Л.М.Карамушки, М.С. Корольчука. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 188с/ 40-41с.
 8. Максименко С.Д. Підприємництво: психологічні, організаційні та економічні аспекти: навч. посібник / С. Д. Максименко, А. А. Мазаракі, Л. П. Кулаковська, Т. Ю. Кулаковський. – К. : КНТЕУ, 2012. – 720 с.
 9. Ольшанський Д. В. Політичний PR / Д.В.Ольшанський. – СПб. : Питер, 2003. – 544с.: Іл. – (Серія «Маркетинг для професіоналів»)
 10. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 348с.
 11. Панасюк А.Ю. Формування іміджу: стратегія, психотехнології, психотехніки / А.Ю. Панасюк – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.
 12. Ромат Е. Реклама: Учеб. для студентов специальности «Маркетинг». – 3-еизд., перераб. и доп. / Ромат Е. – Киев; Харьков : НВФ «Студцентр», 2000. – 480 с.
 13. Хатунцев Б.Н. О природе власти / Хатунцев Б.Н. – Саратов: Гублит, 1925. – 224 с.
 14. Шепель В.М. Іміджелогія. Як подобатися людям / Шепель В.М. – М. : Народна освіта, 2002. – 613 с.

Корольчук М.С.,
завідувач кафедри психології, доктор психологічних наук, професор,
Київський національний торговельно-економічний університет,
Жовнер В.Ю.,
аспірант кафедри психології,
Київський національний торговельно-економічний університет

ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

Актуальність У контексті мети і завдань нашого дослідження введення поняття інтегрального простору конкурентоспроможності (ІПКСП) фахівця в процесі професійного розвитку, що дало змогу об'єднати різнобічні його рушійні сили, зовнішніх і внутрішніх детермінантів: психологічні, біологічні, соціальні, організаційні, природничі, економічні, професійні компоненти розвитку конкурентоспроможності які взаємодіють в часі та зумовлюють рівень (інтегрального простору конкурентоспроможності) фахівця. Узагальнення і упорядкування здійснюється для розв'язання наукового завдання на підставі визначення змісту складових окремих компонентів, що детермінують і зумовлюють адекватну взаємодію один з одним.[2, 3, 4]

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних вітчизняних наукових джерел показав, що змістовне тлумачення терміну «простір» традиційно використовується в природничих науках, а в гуманітарних дослідженнях «простір» розглядається як суб'єкт-об'єктна взаємодія природи, суспільної людини або ж як духовної складової життя людини. Просторові уявлення на перших етапах в психології теж відтворювали суб'єкт-об'єктну взаємодію людини, а в подальшому стало розглядатись, як середовище, що зумовлює взаємодію людей. Представлені вітчизняні дослідники в психології, характеризуючи різноманіття явищ, процесів, детермінант становлення особистості, неодноразово підкреслювали полідетермінантність та гетерохронність розвитку індивідуального простору особистості. (Л. Виготський, В. Зінченко, Л. Карамушка, Г. Костюк, А. Леонтьєв, С. Максименко, С. Рубінштейн, М. Савчин).

Використовуючи поняття «простір» для аналізу розвитку особистості одні вчені вживають такі терміни як «формування плану життя» (А. Адлер); етап «росту» (Д. Сьюпер); «образ світу і духовна біографія» (Б. Лівехуд); «життєві сценарії» (Е. Бьорн) або ж «простір

дитинства» (Д. Фельдштейн). Інші автори розглядають «освітній простір», як частину соціального простору людини, в якому реалізується освітня діяльність (Л. Карамушка, С. Максименко) [1, 2, 3, 6, 8].

Мета статті: Здійснити аналіз вітчизняних наукових джерел і визначити чинники розвитку конкурентоспроможності в професійному розвитку особистості.

Виклад основного матеріалу та результати дослідження. На підставі аналізу літератури і особистих досліджень до провідних груп чинників які зумовлюють розвиток конкурентоспроможності в професіогенезі виокремлюють зовнішні і внутрішні детермінанти.

До зовнішніх детермінантів можна віднести -макро і мікроекономічні та організаційні чинники, а до внутрішніх – біологічні (вікові), соціальні (умови розвитку), професійні (рівень розвитку, професійна компетентність на підставі знань, навичок, умінь, психологічні (психічні пізнавальні процеси, стани, утворення і властивості). Об'єднання таких провідних чинників в єдиний інтегральний простір розвитку конкурентоспроможності (КСП) інтегрального простору конкурентоспроможності особистості в професіогенезі розширить можливості щодо розв'язання наступних фундаментальних проблем розвитку конкурентоспроможності в професіогенезі таких як: суттєві вивчення змін напрямів і підходів щодо розвитку КСП в професіогенезі особистості завдяки методам психологічного забезпечення, психологічного супроводу кожного з окремих етапів розвитку особистості; спрямованості розвитку самоактуалізації, мотивації, професійної компетенції як основи професійно-психологічного потенціалу особистості в структурі інтегрального простору конкурентоспроможності особистості; з'ясування прогресивного чи деструктивного механізмів КСП в професійному розвитку особистості, як чинників становлення інтегрального простору КСП фахівця.[2, 3, 6, 7, 8].

Інтегральний простір КСП особистості розпочинає свій розвиток від формування професійних інтересів і спрямованості до закінчення активної професійної діяльності. Вікові зміни людини продовж тривалого періоду онтогенезу виявляються важливими детермінантами КСП фахівця. Враховуючи вікові зміни в житті людини, їх гетерохронність, більшість психологів виокремлюють вікові періоди, які охоплюють певні закінчені процеси розвитку. Так, за основу диференціації в онтогенезі одні психологи обрали психосексуальний розвиток (З. Фрейд), інші – психо-соціальний розвиток (Е. Еріксон), треті – провідну діяльність (Д. Ельконін), четверті – соціалізацію особистості (Н. Столяренко), п'яті – розвиток людини як суб'єкта праці (Є. Клімов), інші – поєднання біологічного, психічного і

духовного розвитку(Л. Карамушка, Б. Лівехуд, С. Максименко та ін.). [2, 3, 4, 6, 7].

Суттєве значення в забезпеченні й підтримці ПКСПО має система безперервної професійно-орієнтованої освіти. У цілому загальний рівень освіти є одним з провідних чинників і передумовою успішного розвитку КСП особистості. [2,4,8]

Аналіз літератури показує, щодо числа провідних чинників розвитку ПКСПО відноситься також позитивно-мотивована професійна діяльність яка опосередковано зумовлює відношення з економічним, соціально-психологічним і професійним середовищем, взаємодію з оточуючими, що визначає соціальний рівень розвитку особистості. [4,7,8]

Для кожної стадії у професійному становленні особистості ПКСПО притаманна як правило одна позитивно мотивована професійна діяльність. Разом с тим, потрібно враховувати вплив інших різнопланових видів діяльності, які визначають повноцінний розвиток особистості та її ПКСП, це стосуються розвитку таких індивідуально-психологічних характеристик як соціальна активність і комунікабельність в професійних групах, рівень морального розвитку через взаємодію з референтними особами і організаціями. Таким чином, позитивно мотивована професійна діяльність поряд із соціальною активністю, комунікабельністю, рівнем духовності детермінують психічний та професійний розвиток особистості, що зумовлює формування основних психологічних новоутворень притаманних для кожного вікового періоду і стадії професійного становлення, а також у цілому є детермінантами розвитку ПКСПО.[1,3,7,8]

Суттєвого значення в структурі детермінант розвитку ПКСПО набуває активність особистості зокрема, рівні соціально і професійно зумовленої активності такі як: нормативно-задана, адаптивна, надситуативна і зверхнормативна активність . Такі рівні активності спостерігаються на всіх вікових стадіях розвитку, але для кожного професійного періоду виокремлюється переважаючий рівень психологічної активності, що і визначає особливості позитивно-мотивованої професійної діяльності.

За даними Е. Симанюка нормативно задана активність визначає рівень навчально-професійної й професійної освіти, позитивно мотивованої діяльності; адаптивно-нормативна – активно-одобрену професійну діяльність (репродуктивну); надситуативно-активна, – продуктивну (висококваліфіковану), зверх-нормативну активність – творчий рівень діяльності (останнє немає меж для удосконалення).[8]

Потрібно відмітити, що розвиток особистості в професіогенезі і формування ПКСП особистості відповідно не обов'язково супро-

воджується послідовною зміною періодів і стадій. Це зумовлено психологічними особливостями, впливом зовнішніх і внутрішніх детермінант, але і в межах одного й того ж віку, однієї і тієї ж стадії особистість потерпає якісні зміни, перебудовується мотивація, планування, способи виконання діяльності, самоконтроль, самоактуалізація.[2, 4, 8].

Взаємодія компонентів, зовнішніх і внутрішніх чинників формування ІПКСПО періодично спричиняє нестійкість, неурівноваженість, нерівномірний психічний розвиток від етапу упорядкованості до невизначеності від загального до індивідуально-орієнтованого. Детермінанти які зумовлюють такі негативні коливання індивідуально-психологічних характеристик КСП стосуються: вікових змін, соціально-економічної ситуації, зростання рівня професійної освіти і кваліфікації працівників, перебудови зміни способів виконання діяльності, а також випадкових ситуаційних співпадінь.[1,2,4,8]

Незначні коливання впливу компонентів КСП які зумовлені випадковими обставинами для особистості, супроводжуються, незадоволеністю собою, перенасиченістю рутинною діяльністю, незадоволеністю роботою, що може стати початком нового рівня розвитку особистості [7].

Як зазначає М. Корольчук, В. Корольчук, С. Максименко, В. Осьодло, Е. Симанюк, навіть, на перший погляд непомітні для оточуючих і самої особистості події можуть призводити до суттєвих негативних наслідків – руйнування професійної біографії, а в окремих випадках і до надзвичайних наслідків. На розвиток ІПКСПО суттєво впливає такий комплексний чинник як особистісно-професійний потенціал особистості. За поглядами більшості науковців – це новоутворення яке визначає ресурсні можливості професійного розвитку особистості та її здатність до оволодіння і продуктивного здійснення професійних видів діяльності. Аналіз цього феномену з позиції синергічного підходу дає змогу розширити професіогенез як відкриту і неврівноважену систему [1, 3, 4, 6, 8].

Введення в характеристику ІПКСПО поняття особистісно-професійний потенціал зумовлено необхідністю розглядати ще один чинник розвитку особистості – час. Реальна взаємодія зовнішніх і внутрішніх чинників визначає розвиток ІПКСПО в конкретному часі. Звідси можливо стверджувати, що для кожного відрізка часу (вікової адаптації) відіграє конкретний особистісно-професійний потенціал, який з плином часу як можливість і ресурс особистісного розвитку змінюється що відповідно впливає на ресурс формування ІПКСПО. З синергічних позицій потенціал особистості і ІПКСПО розглядається як відкрита система, що означає безперервність цього розвитку [2, 3, 4, 8].

З аналізу літератури виявляється, що КСП залежить від здатності людини до змін, стратегії перебудови особистісних домагань, спрямування. Виходячи з вимог що пред'явлено до молодого спеціаліста на рівні адаптаційного входження в діяльність без усілякого сумніву відрізняються від структури КСП особистості професіонала [1, 5, 7, 8]

Відомо, що психологічні механізми реалізації конкретної діяльності на репродуктивному і творчому рівнях настільки відрізняються що їх можна віднести до різних типів діяльності, тобто перехід від одного рівня виконуваної діяльності до іншого більш високий супроводжується перебудовою особистості [1, 8].

Серед різноманіття детермінант що впливають на професіонала та ПКСПО А. Маркова виокремлює такі як: адекватна самооцінка, готовність до диференційованої оцінки свого рівня професіоналізму, уявлення людини про професію, критерії особистості оцінки самої професії, професіоналізму в ній та критерії професіонала, ідентифікація себе та рівень соціальної активності особистості [1, 2, 3, 7, 8].

На підставі узагальнення амбівалентних тенденцій щодо детермінант розвитку ПКСПО нами виокремлено зовнішні та внутрішні детермінанти які впливають на становлення професіонала: на індивідуально-психологічному, соціальному, організаційному, професійному рівнях.

До зовнішніх детермінант умовно ми віднесли:

- розбіжність між посиленням конкурентності на ринку праці, безробіттям та умінням людей робити самостійний вибір у професійній сфері, бути готовим до помилок, уміння запропонувати себе як професіонала, показати свою цінність на ринку праці;

- неузгодженість розвитку різноманітність видів компетентностей (особистісних, індивідуальних, спеціальних, професійних);

- неспівпадіння предметних, соціальних еталонів норм праці з індивідуальними властивостями і критеріями;

- протиріччя між результатом і процесом праці, тобто, об'єктивного результату і його психологічної ціни.

З блоку соціально-психологічних детермінант ми виокремлюємо такі як:

- когнітивний дисонанс як протиріччя індивідуальних домагань і об'єктивної самооцінки;

- протиріччя між саморозвитком і процесом самозбереження в професії.

- розбалансованість темпів розвитку у окремих працівників мотиваційної та операціональної сфер професійної діяльності;

- різноманітний рівень і ступінь вираженості розвитку цілеспрямованості і компенсації у різних людей, а також у однієї людини на різних етапах розвитку;

- протиріччя в свідомості людини між конкретною спрямованістю вузівської спеціальності і потребою бути універсалом;

- неузгодженість ціннісного відношення до себе в праці і праці у собі.

- некваліфіковане виконання професійної діяльності деякими спеціалістами і установами, що призводить до протиріч із запитами суспільства;

- неспівпадіння проявів у однієї і тієї ж людини, психічних властивостей в професійній і в непрофесійній сферах;

- нерівномірність оволодіння окремими діями і цілісними структурами професійної діяльності;

Узагальнюючи критерії професіоналізму, як детермінант розвитку ПКСП виокремлено такі компоненти як: професійна спрямованість особистості, внутрішній локус контроль спрямований на пошук причин успіхів чи недоліків у собі, або ж в своїй професії; усвідомлення адекватної самооцінки в повному обсязі своїх рис і ознак з професіогенезом; розвиток професійної свідомості; цілісне сприйняття себе як майбутнього професіонала, саморозвиток себе засобами професії, самоудосконалення і самоконкуренція необхідних якостей.

Індивідуальна «межа» розвитку працівника в організації, що залежить від системи кадрового менеджменту, підвищення кваліфікації, незадоволення професіонала і, як наслідок, психологічна перенасиченість праці, що залежить від неузгодженості функціональних обов'язків діяльності, виконавчих чи управлінських ланок.

Внутрішні детермінанти ПКСП які виявляються індивідуально-психологічними особливостями фахівця та особливостями в професійній взаємодії, зумовлено такими чинниками, що включають:

- рівень мотивації, професійну спрямованість особистості

- відповідність професійно-важливих якостей і вимог професії до особистості

- адекватність-неадекватність рівня очікування від професії, оточення особливо, на стадії адаптаційного входження в самостійне професійне життя

- рівень емоційно-вольового напруження, особливо, у разі акцентуації негативних емоцій, що може призвести до проявів незадоволеності своєю професією, результатами і процесом праці.

- рівень професійної активності, який на стадії професіоналізму може змінюватись і у разі його зниження виникають умови для стагнації в професійному розвитку.

- зниження рівня інтелектуальної віддачі, у разі особливостей нормативної діяльності, коли інтелектуальні здібності, які не використовуються поступово можуть згасати.

- професійні акцентуації деяких рис характеру в тому числі професійно-важливих якостей, що може мати амбівалентний наслідок

- адекватне використання різних форм психологічного захисту, що дає можливість з одного боку – знати нервово-психічну напругу (раціональна проекція, ідентифікація, відчуження), а з іншого – оточення це може сприймати як байдужість, зверхність до конкретних проблем організації [2, 4, 6, 7].

Окрім того є певні особливості детермінант, які негативно впливають на КСП особистості в період соціально-психологічного старіння, що супроводжується ослабленням інтелектуальності, негативними проявами емоційно, вольової та мотиваційної сфер, повсякденною потребою в одобрені; в період морально-етичного старіння виявляються прояви моральності повчання, скептичного відношення до молоді й усього нового, перебільшення заслуг свого покоління; і в період професійного старіння – неприйняттям нововведень, критика інновацій, що призводить до зниження темпу і ефективності виконання професійних функцій [1, 4, 6, 8].

Висновки. Аналіз вітчизняних наукових джерел дає змогу на теоретичному рівні визначити основні групи чинників, які детермінують інтегральний простір конкурентоспроможності особистості. У цьому напрямі, в першу чергу, виокремлено зовнішні об'єктивні чинники, які зумовлені макро- і мікроекономічними проблемами, соціально-економічною ситуацією, інформаційним та матеріально-технічним рівнем, а також зовнішні організаційного змісту – об'єкт-суб'єктні які зумовлені системою і організацією професійного процесу, якістю управління професіоналізмом іміджем керівників та професії; певними стереотипами професійної поведінки в організації. Це з одного боку – сприяє стабільності, навіть, формуванню індивідуального стилю діяльності, а з іншого – можуть заважати розвитку. В контексті мети і завдань дослідження нами введено поняття інтегрального простору конкурентоспроможності фахівця в процесі професійного розвитку, що дало змогу об'єднати різнобічні його рушійні сили – зовнішні і внутрішні детермінанти: психологічні, біологічні, соціальні, організаційні, економічні, професійні компоненти розвитку конкурентоспроможності, які взаємодіють у часі та зумовлюють рівень інтегрального простору конку-

рентоспроможності фахівця. Змістовне тлумачення терміну «простір» традиційно використовується в природничих науках, а в гуманітарних дослідженнях «простір» розглядається як суб'єкт-об'єктна взаємодія природи, суспільства і людини або ж як духовної складової життя людини

Авторське визначення інтегрального простору конкурентоспроможності фахівця розглядається як функціональне, динамічне утворення активної суб'єкт-об'єктної взаємодії природи-суспільства-людини, що визначає ресурсні можливості людини у розвитку, завдяки впливу зовнішніх і внутрішніх детермінант, вікових і професійних характеристик, які на кожному етапі професіогенезу під впливом таких рушійних сил як самоорганізація та самоактуалізація, призводить до подальшої самомотивації, оновлення цілей і мети, нових соціально-професійних, духовних цінностей, подальшого саморозвитку особистості в професійному зростанні.

Поняття інтегрального простору конкурентоспроможності фахівця в процесі професійного розвитку дає змогу об'єднати різнобічні його рушійні сили – зовнішні та внутрішні детермінанти, біологічні, природні, соціальні, організаційні, економічні, професійні компоненти які взаємодіють в часі та зумовлюють його рівень.

Перспектива подальшого дослідження полягає у визначенні проявів на індивідуально-психологічному, мотиваційному, соціальному, професійному рівнях, що впливають на інтегральний простір конкурентоспроможності особистості.

Література

1. Вознюк, А. В. Взаємозв'язок між рівнем розвитку операційно-діяльнісного компонента психологічної готовності керівників освітніх організацій до управління педагогічними працівниками та характеристиками освітніх організацій, в яких вони працюють / Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи: тези X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції з організаційної та економічної психології (Київ, 24–25 квітня 2014 року) / за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, М.С. Корольчука К. : – Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 188 с.
2. Гончаренко, Я. В. Колективна рефлексія персоналу як чинник формування орієнтації на клієнта з метою забезпечення конкурентоспроможності комерційних організацій / Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи: тези X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції з

- організаційної та економічної психології (Київ, 24–25 квітня 2014 року) / за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, М.С. Корольчука – К. : Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 188 с.
3. Горбачов, В. О. Поняття психологічної готовності особистості до професійної діяльності / III всеукраїнський психологічний конгрес з міжнародною участю «Особистість у сучасному світі» – 1997. – Т.18. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», – Ч 2 – 364 с.
 4. Зеер, Э. Ф. Кризисы профессионального становления личности / Зеер, Э. Ф., Сыманюк Э. Э. // Психологический журнал. – 1997. – Т.18. – № 6. – С. 35 – 44
 5. Карамушка, Л. М. Мотивація підприємницької діяльності / Л. М. Карамушка, Н. Ю. Худякова. – Київ-Львів: «Сполом», 2011. – 206 с.
 6. Карамушка, Л. М., Креденцер, О. В. Конкурентоздатність освітньої організації в контексті розвитку організаційної культури: дизайн емпіричного дослідження / Організаційна та економічна психологія в Україні: сучасні проблеми та перспективи: тези X Ювілейної міжнародної науково-практичної конференції з організаційної та економічної психології (Київ, 24-25 квітня 2014 року) / за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, М.С. Корольчука К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 188 с.
 7. Корольчук, М. С. Проблеми методології професійного психологічного відбору фахівців /М. С. Корольчук // Вісник Національного університету оборони України. Зб-к наук. праць – К. : НУОУ, 2012. – Вип. (23). – 281 с.
 8. Корольчук, М. С., Корольчук, В. М. Психологія реклами: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. /О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с.
 9. Корольчук, М. С., Корольчук, В. М. Практична психологія : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / М.С. Корольчук, В.М. Корольчук, Г.М. Ржевський К. : – Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 728 с.
 10. Корольчук, М. С. Психофізіологія діяльності: [підручник] / М. С. Корольчук – [3-тє вид.]. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2013. – 400 с.
 11. Макаренко, М. В. Основи професійного відбору військових спеціалістів та методики вивчення індивідуальних психофізіологічних відмінностей між людьми / М. В. Макаренко ; Ін-т фізіології ім. О. Богомольця НАН України ; Наук.-дослід. центр гуманітар. проблем Збройних Сил України. – К. : 2006. – 395 с.

12. Максименко, С. Д. Експериментальна психологія: [підручник] / С. Д. Максименко, Е. Л. Носенко. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 360 с.
13. Савчин, М. В. Духовний потенціал людини / М. В. Савчин. – Вид. 2-ге, пер., доп. – Івано-Франківськ : Місток НВ, 2013. – 508 с.
14. Сыманюк, Э. Э. Психологические барьеры профессионального развития личности. Практико-ориентированная : монография / Э. Э. Сыманюк под ред. Э. Ф. Зеера. – М. : московский психолого-социальный институт, 2005. – 252 с.

Корольчук М.С.,
професор, доктор психологічних наук,
завідувач кафедри психології, Київський національний
торговельно-економічний університет,
Пасічна В.Г.,
здобувач кафедри психології
Київський національний
торговельно-економічний університет

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ ДЕТЕРМІНАНТ І НАСЛІДКІВ ВПЛИВУ БЕЗРОБІТТЯ НА ОСОБИСТІТЬ

Актуальність дослідження. В умовах безробіття за неповного використання наявних ресурсів робочої сили економічна система працює, не досягаючи межі своїх виробничих можливостей. Окрім цього, безробіття спричинює негативні зміни в складі людських ресурсів. Це спричиняє погіршення якісних характеристик робочої сили, втрату працівниками їхніх професійних навичок, кваліфікації, послаблення мотивації до праці, зниження продуктивності праці, відтік найбільш кваліфікованої робочої сили за межі країни. З іншого боку, внаслідок безробіття країна має значні фінансові збитки, утримуючи безробітних, відшкодовуючи їм втрати в доходах на період пошуку нових сфер прикладання праці [2, 3, 6, 7, 8, 9, 12, 13]. Тому проблема безробіття потребує постійної уваги і комплексного розв'язання з боку економістів, менеджерів, соціологів, психологів і державних структур.

Безумовно, що макроекономічні чинники зумовлюють певний рівень безробіття в конкретній країні, що впливає на психічний стан

людини. Водночас, індивідуально-психологічні характеристики особистості, яка опинилась в принципово іншій негативній ситуації, суб'єктивне переживання і ставлення до цієї ситуації, рівні соціальної підтримки, мотивації, поведінкової, комунікативної та професійної сфер, безумовно, визначаються особистісним адаптаційним потенціалом. Це дає змогу пристосуватися до змінених умов життєдіяльності, оволодіти новою професією, навчатися, прагнути до подолання цієї життєвої кризи. І навпаки – домінанта негативізму, зневіри у собі, у соціальному оточенні призводить до астеничних емоцій, міжособистісних та внутрішньо-особистісних конфліктів, що супроводжується нервово-психічною напругою, депресією та іншими межовими нервово-психічними розладами, і навіть виникненням чи загостренням соматичних захворювань.

Протиріччя між наявністю несприятливих об'єктивних зовнішніх економічних умов та їх впливом і, особливо, суб'єктивним сприйняттям зумовлює необхідність з'ясувати зміст індивідуально-психологічних проявів, а також заходів і засобів психологічного забезпечення адекватного рівня адаптації особистості до змін, переосмислення свого «Я», формування оптимістичного прогнозу, особистісного розвитку в професіогенезі.

Мета статті. Представлені протиріччя зумовили потребу щодо здійснення психологічного аналізу детермінант і наслідків впливу безробіття на особистість. У подальшому це буде підґрунтям для практичної реалізації системи психологічного забезпечення такого складного процесу пристосування особистості до змінених умов життєдіяльності як безробіття. Отже, метою статті є здійснити теоретичний аналіз детермінант і психологічних наслідків впливу безробіття на особистість та розкрити види, сутність і суб'єктивне сприйняття безробіття на психіку.

Результати теоретичного аналізу проблеми. У зв'язку з соціально-економічною ситуацією проблеми зайнятості, формування ринку праці стали привертати до себе увагу представників різних наук і в першу чергу економістів, соціологів і психологів. Сучасні дослідження проблем безробіття спрямовано на вивчення причин і наслідків безробіття, аналіз особливостей поведінки безробітного на ринку праці, його особистісних характеристик [1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 17].

Теоретичним підґрунтям у дослідженні проблеми безробіття можуть слугувати надбання світової економічної науки. Основні аспекти безробіття, причини його виникнення та шляхи регулювання досліджували ще: Дж. М. Кейнс, Т. Мальтус, А. Пігу, Д. Рікардо, А. Сміт, М. Фрідмен, Д. Хікс та інші. Серед українських вчених, які займалися проблемою

безробіття можна виділити таких, як: О. Гладун, О. Грішнова, Н. Жилияк, С. Іваницька, Л. Карамушка, Л. Кулаковська, Т. Кулаковський, А. Мазаракі, С. Максименко, Г. Мамонова, О. Рудюк, О. Фесенко, Л. Червінська, В. Ярошенко та інші [1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17].

Безробіття – це соціально-економічне явище, в результаті якого частина працездатного населення не може знайти роботи, стає відносно надлишковою, поповнюючи резерв робочої сили, тобто це перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [2, с.97]. Безробітні у визначенні Міжнародної організації праці – це особи у віці 15-70 років (як зареєстровані, так і незареєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно задовольняють трьома умовами: не мають роботи (прибуткового заняття), шукають роботу або намагаються організувати власну справу, готові приступити до роботи протягом двох наступних тижнів. До безробітних також належать особи, які навчаються за направленнями служби зайнятості, знайшли роботу і чекають відповіді або готуються до неї приступити, але на даний момент ще не працюють [16, с.76].

Згідно із Законом України «Про зайнятість населення» безробітними вважаються працездатні громадяни працездатного віку, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів і зареєстровані у державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, готові та здатні приступити до підходящої роботи. Безробітними визнаються також інваліди, які не досягли пенсійного віку, не працюють та зареєстровані як такі, що шукають роботу [4].

Безробіття характеризується такими показниками як кількість безробітних (абсолютний показник безробіття) і рівень безробіття (визначається відношенням кількості безробітних до кількості економічно активного населення).

До основних факторів формування безробіття можна віднести: нестача сукупного ефективного попиту; недостатня мобільність робочої сили; структурні зрушення в економіці; дискримінація на ринку праці щодо жінок, молоді та національної меншості; демографічні зміни в чисельності та складі робочої сили; сезонні коливання в рівнях виробництва окремих галузей економіки [2, 9, 12, 16].

Існує два види безробіття – природне (фрикційне та структурне) і вимушене (приховане, сезонне, технологічне, конверсійне). Якщо природне безробіття зазвичай не супроводжується різкими негативними соціальними наслідками, то вимушене загрожує формуванням критичного рівня і неминучою соціальною кризою.

Безробіття вважають важливим стимулятором активності працюючого населення, але у реальному економічному житті – це велике

суспільне лихо. Воно призводить до найтяжчих негативних соціально-економічних наслідків, а саме: зменшення ВВП країни; скорочення податкових надходжень; падіння життєвого рівня, втрата кваліфікації працівниками; скорочення виробництва; посилення соціальної напруженості; зниження трудової активності; загострення кримінальної ситуації; зростання витрат на соціальну допомогу безробітним, тощо.

Згідно з даними Державної служби зайнятості в Україні на 1 вересня 2015 року кількість зареєстрованих безробітних становила 418,1 тисяч чоловік. З них 56,9% жінки, 42,1% – молодь; 36,2% – особи, які проживають у сільській місцевості. При цьому 323,3 тисяч громадян без особливого місця роботи отримують допомогу. Середній розмір допомоги по безробіттю в Україні у вересні 2014 року дорівнював 1 тисячу 154 гривні. Втім, реальний рівень безробіття значно вищий, адже далеко не кожен, хто втратив роботу, офіційно оформляє свій статус [12].

Потрібно відмітити загрозливу тенденцію того, що у зв'язку з погіршенням економічної ситуації в країні з роботи звільняються в першу чергу жінки і ті працівники, у яких низький рівень кваліфікації та недостатній рівень практичної роботи. Саме вони в останню чергу і приймаються на роботу. Гостро стоїть питання про безробіття серед молоді: близько третини безробітних – це молоді люди у віці до 30 років. У цьому віці відбувається становлення особистості як у загальнолюдському, так і в професійному плані. Близько 25% безробітних молодих людей – це випускники професійної школи. Скорочення попиту на робочу силу більшою мірою торкнулося високотехнологічних галузей, а також науки. Серед незайнятого населення збільшилася частка осіб, які мають вищу і середню спеціальну освіту (кожен другий безробітний має середню загальну або професійно-технічну освіту) [12, 14, 15, 16, 17].

За даними літератури безпосередньо взаємопов'язані зростання злочинності та безробіття. Оскільки вимушена професійна бездіяльність змушує людей шукати нові джерела доходу, які в свою чергу не завжди законні. Зростання безробіття та її суспільної небезпеки прямо і сильно корелює з динамікою адміністративних та інших правопорушень, аморальних явищ, пияцтва, наркоманії, суїцидів, проституції, бродяжництва, жебрацтва, розпаду сімей, дитячої безпритульності, дезадаптації дорослих і дітей, психічних розладів та інших явищ. Так, підвищення рівня безробіття на 1% призводить до зростання злочинності на 7–8%. Вчені виявили зв'язок між безробіттям і вбивствами, насильством і тюремним ув'язненням. Вивчення справ правопорушників показує, що до 70% ув'язнених у момент арешту не мали роботи, що рецидивізму можна пояснити відсутністю роботи [1, 6, 13].

За останні роки значно збільшилася кількість незаможних сімей, що стоять на межі бідності. У першу чергу від цього страждають діти, моральні та етичні орієнтири і цінності яких ще не сформовані. Маючи перед собою негативний приклад своїх батьків (пияцтво, наркоманія тощо) молоді люди часто стають на шлях кримінальних правопорушень, займаються жебрацтвом, причиною цього найчастіше є всього лише бажання прогледувати себе. У ситуації безробіття багато слідує саморуйнівній стратегії, йдучи від проблеми (пияцтво, наркоманія, суїциди). За даними статистики однією з найпоширеніших причин самогубства громадян є нездатність матеріально забезпечити свою сім'ю, соціальна і професійна нереалізованість [7, с. 123].

Мало відомо про «межу терпимості», коли члени сім'ї безробітного ще зберігають здатність піклуватися один про одного. Науковці відзначають зв'язок між безробіттям і погіршенням сімейних і подружніх відносин (функціонування сім'ї). У сім'ях безробітних найчастіше спотворюється здорова соціальна ієрархія, втрата роботи одним з батьків може спричинити зміну його статусу не тільки серед найближчого оточення, але і в сім'ї, втрату самоповаги і поваги з боку близьких людей. Більш того, зазнають суттєвих негативних змін особистісні стосунки у безробітного подружжя, навіть до формування певних соматоформних розладів та неврозів [8, с. 10–12].

У таких умовах політика держави на ринку праці має бути спрямована на скорочення рівня безробіття, тобто забезпечення можливості реалізації своєї трудової активності всім громадянам.

Проблеми безробіття в Україні вимагають від держави, регіональних органів управління завчасної розробки та реалізації соціальних гарантій у сфері зайнятості населення працездатного віку. Високий рівень безробіття – це проблема, яка потребує глибокого наукового аналізу та вироблення системи заходів, які можуть використовуватися для розробки і реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально-допустимого рівня. Тобто, соціально-економічна політика – це заходи держави, спрямовані на пом'якшення нерівності в розподілі доходів, що є неминучою характерною рисою ринкової економіки. Вона спрямована на послаблення диференціації доходів і майна, пом'якшення суперечностей між учасниками ринкової економіки і запобіганню соціальних конфліктів [2, 5, 9, 11, 14].

Своєчасним надходженням інформації до споживачів робочої сили та її носіїв займаються центри зайнятості населення. За роки створення

мережі центрів (а нині їх в Україні 674) вдалося значною мірою забезпечити їх необхідною технікою, підготувати кадри. Наслідки цього для безробітних відсутні. Так, якщо у 1995 року послугами служби зайнятості користувався кожен одинадцятий безробітний, то у 2009 року – кожен другий. Протягом 2009 року працевлаштоване 44,3% незайнятих громадян, які скористалися послугами служби, у т. ч. 30,9% – на умовах постійної зайнятості. Діяльність центрів, як і соціальний захист безробітних, фінансується переважно з коштів Фонду сприяння зайнятості населення, керівництво яким здійснюється на тристоронніх засадах. Річний бюджет Фонду становить 1,5 млрд. гривень [12].

Тому важливим завданням соціальної політики є адресна (тобто призначена для конкретних груп населення) соціальна підтримка зі сторони держави, в першу чергу найменш захищених верств. Для того, щоб допомогти цим людям, гарантувати їм необхідні засоби, існує соціальна галузь економіки, яка називається соціальним забезпеченням. На організації соціального забезпечення держава покладає турботу про ті категорії населення, які в законодавчому порядку мають право на довготривалу або постійну допомогу у зв'язку з віком, інвалідністю, обмеженою працездатністю, відсутністю інших джерел існування [4, 10, 14].

Безробіття в умовах ринкових перетворень призводить до суттєвих психологічних труднощів особистості, пов'язаних, зокрема, з нездатністю безробітної людини адекватно оцінити ситуацію і причини втрати роботи та виявити активну особистісну поведінку в професійній перепідготовці.

Труднощі формування безробітними особистісного ставлення до професійної діяльності як складової цілісного життєвого самовизначення обумовлюють виникнення певних особистісних проблем. Особистісні проблеми, що властиві безробітним виявляються у: розбіжностях між мотивами та ціннісними орієнтаціями особистості безробітних; нездатності реалізувати свою суб'єктність в реальних ринкових умовах; стійкій нервово-психічній напрузі; внутрішньому конфлікту; нездатності подолати власними силами існуючі труднощі; почутті незадоволення собою, зниженні впевненості у власних силах; песимізмі щодо перспективи діяльності; неадекватному емоційному реагуванні на зміну умов діяльності; власній професійній невідповідності сучасним потребам ринку. Визначені особистісні проблеми безробітних найбільшою мірою впливають на подальший професійний шлях, на формування ставлення до рівня свого професійного потенціалу, на рівень самокритичності і здатність до прийняття ефективних професійних рішень [3, 8, 13].

Найчастіше безробітні характеризуються наявністю таких видів потреб у допомозі, як: перебудова самосвідомості, психологічна

реабілітація, психологічна мобілізація, усунення стану тривоги, підвищення стійкості до стресу, формування адекватної самооцінки, впевненості у власних силах. Нереалізованість цих потреб особистості безробітних ускладнює процес їх професійної перепідготовки. Адже ефективність перепідготовки значною мірою зумовлюється розумінням необхідності пошуку нових форм професійної самореалізації і усвідомленням себе як активного суб'єкта професійної діяльності та життя взагалі [10, с. 9–10].

Отже, у розв'язанні особистісних проблем безробітних дуже важливим є надання їм адекватної психологічної допомоги шляхом розвитку в них у процесі професійної перепідготовки активності щодо рефлексії свого досвіду, формування відповідних цінностей і активної особистісної поведінки.

Втрата роботи призводить до негативних наслідків в емоційній сфері, самопочутті та поведінці особистості, негативно впливає на процес професійної адаптації у нових соціально-економічних умовах. У людини розвиваються кризові стани [13, с. 9]. Кризові стани безробітних – це особливі характеристики їхньої особистості та психічної діяльності, що виникають і формуються у ситуації втрати роботи. Вони викликаються невідповідністю між можливостями особистості безробітних, рівнем їх знань і умінь і системою змістових вимог з боку ринкової професійної ситуації, що позначаються на їх самопочутті, індивідуальних особливостях, негативно впливають на їхню поведінку і дії. Кризовий стан характеризується як наслідок дії кризового явища на особистість безробітного, що виявляється у порушенні самопочуття і психічної діяльності особистості безробітних у певний період часу [10, 13].

До кризових станів особистості безробітних відносяться негативні прояви почуттів (тривожні настрої, неспокій, депресія, афекти, тривога, стрес, страх, фрустрація), уваги (недостатня зосередженість, розсіяність), волі (розгубленість, невпевненість), мислення (сумніви), деструкція мотивів.

Усунення кризових станів засобами психологічної допомоги передбачає застосування проблемного підходу, моделювання соціальних та професійних ролей, в процесі чого здійснюються: оптимізація емоційного стану безробітних, досягнення адекватного сприйняття ними сучасних соціально-економічних умов суспільства; планування, з урахуванням індивідуальних особистісних характеристик безробітних, прийомів і методів корекції, скерованих на формування усвідомленого сприйняття особистістю ринкових реалій щодо здійснення професійної праці; орієнтування безробітних на послідовне застосування власного професійного досвіду у професійній перепідготовці; налаштування

безробітних на позитивне сприйняття себе як особистості і як суб'єкта активності, досягнення впевненості у кризовій ситуації, зниження тривожності та агресивності з використанням терапевтичних тренінгових методів; планування на основі аналізу індивідуальних особливостей особистості безробітних, прийомів та методів корекції, що дозволяють оптимізувати спрямування і динаміку їх самооцінки та творчої активності у використанні власного професійного досвіду; зорієнтування безробітних на послідовне використання рефлексії у професійному самовизначенні в нових соціально-економічних умовах; надання допомоги безробітним у розробці власних планів професійної самореалізації щодо певних видів діяльності, досягнення конкурентоспроможності на сучасному ринку праці [13, с. 10–11].

У багатьох дослідженнях доведено, що стан безробіття значно впливає на поведінку особистості після втрати роботи і супроводжується зниженням рівня домагань, зміною структури трудової мотивації і локусу контролю та зміною самооцінки взагалі [3, 7, 8, 10, 13, 15].

За даними зарубіжних дослідників у тих, хто не може знайти роботу, спостерігаються значні зміни в оцінці своєї компетентності, активності, задоволеності життям, також є передумови незайнятості, пов'язані з емоційним прийняттям (або неприйняттям) стану безробіття, ступенем впевненості в знаходженні роботи [9, 10, 13].

Дослідники психологічних проблем безробіття відзначають, що своєрідною проекцією соціального статусу безробітного на внутрішній світ людини є зміна її актуального психічного стану, пов'язане, в свою чергу, з більш-менш вираженими «функціональними зрушеннями» в цілісній системі особистісної саморегуляції соціальної поведінки суб'єкта [3, 6, 10, 13, 15].

Людина, яка втратила роботу, опиняється в складній життєвій ситуації, відчуваючи при цьому безліч важких переживань, стресові стани. Необхідно відзначити, що такі стани безробітних, як почуття провини, страх, комплекс «невдахи», пригніченість перешкоджають пошуку роботи, професійної самореалізації, ще більше посилюючи ситуацію, викликаючи почуття безвиході. Але разом з тим необхідно мати на увазі, що не можна складати уніфікований «портрет стану безробітного» без урахування віку, освіти і статевих особливостей, так як ряд досліджень вказують на те, що дані відмінності існують [3, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16].

Отже, специфіка ситуації безробіття полягає в тому, що в сучасних умовах ринку праці в Україні вона відрізняється відносною стійкістю. У середині цієї ситуації в широкому сенсі, виникають конкретні вузькі «підситуації», пов'язані з пошуком роботи. З одного боку, безробіття може

виявитися творчим, мобілізуючим волю випробуванням, змушує людину змінювати своє ставлення до можливості працевлаштування, стимулювати процес усвідомлення себе як суб'єкта ринку праці, а також стимулом високопродуктивної праці. Виступає стимулом професійного перенавчання. Але з іншого боку, безробіття являє собою проблему, що створює прямий і потужний вплив на психіку людини, на сприйняття загальної ситуації безробіття, викликаючи при цьому сильні емоційні переживання, стан фрустрації, агресії, призводить до втрати смислів громадської активності. В результаті сформованого стану, умовно названого нами як стан невизначеності і втрати стабільності, формується нова для особистості модель поведінки, яка розкривається в різних способах адаптації безробітних. Тобто, формується психологічний аспект безробіття. Психологічне визначення безробіття характеризує її як особливий стан особистості, що виражається в спотворенні соціального сприйняття навколишньої дійсності, активізації негативно-депресивних комплексів, формування системи нових ціннісних орієнтацій.

Таким чином, результати наукових досліджень, проведених останнім часом, документально підтверджують існування низки емоційних, соціальних, фінансових, сімейних медичних та політичних наслідків безробіття. Серед емоційних наслідків безробіття називають низьку самооцінку, депресію, суїцид. Серед медичних проблем – порушення здоров'я, викликане стресами. Причина психологічних проблем, викликаних безробіттям, криється в непростому зв'язку, що існує між усвідомленням себе як успішної особистості і роботою, як способом заробляння на життя.

До соціально-психологічних проблем безробіття потрібно віднести суттєві негативні наслідки і для родини, і для безпосереднього оточення особи, яка втратила роботу, і для суспільства в цілому. Все це лише підкреслює актуальність і практичну значимість подальшого вивчення психологічних аспектів проблеми безробіття.

Висновки. Аналіз літератури показав, що проблема безробіття є наслідком об'єктивних і суб'єктивних детермінант, що потребує розв'язання на загальнодержавному рівні з впровадженням економічних, соціальних, організаційних заходів і системи психологічного забезпечення.

Особливим проявом неблагополуччя стану в економіці в багатьох країнах і в різні часи залишається зростання рівня безробіття, що є результатом порушення макроекономічної рівноваги і наслідком процесів, які відбуваються на ринку праці. Якщо співвіднести фактори попиту та пропозиції на ринку праці з поясненням детермінант безробіття, то приходимо до висновку, що кожне пояснення ґрунтується на якомусь

одному факторі, проте все залежить від конкретної ситуації, у якій виникло безробіття, а в кінцевому варіанті все зводиться до дисбалансу попиту і пропозиції робочих місць, економічного, суспільного та інтелектуального потенціалу країни, що дає змогу безробітним високий рівень соціальної підтримки, навчання, перекваліфікації, набуття нової професії.

У наукових дослідженнях залишаються осторонь проблеми суб'єктивного сприйняття особистістю свого нового статусу, ідентифікації з попереднім статусом і з оточуючими, прояви внутрішнього переживання своєї неспроможності забезпечити гідне існування членів своєї сім'ї, а домінанта негативізму призводить до астеничних психічних станів, нервово-психічних розладів і навіть, виникнення чи загострення соматичних захворювань. Водночас, для певної частини осіб, які опинилися в такій скрутній життєвій ситуації втрата роботи означає підвищення активності, мобілізації свого інтелектуального, емоційного і соціального потенціалу, що сприяє позитивним змінам, переосмисленню свого «Я», зумовлює успіх подолання цієї життєвої кризи та відкриває новий рівень професійного зростання.

Подальша перспектива дослідження полягає в емпіричному визначенні проявів особистісного адаптаційного потенціалу у безробітних в період навчання і перекваліфікації.

Література

1. Гладун О.М., Плескач В.Ю. Методологічні аспекти дослідження взаємозв'язку між безробіттям та злочинністю на районному рівні // Вісник Хмельницького національного університету, 2012. – Т.1. – № 3. – С. 258–260.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносина : підручник / О. А. Грішнова. – 5-те вид., оновлене. – К.: Знання, 2011. – 390 с.
3. Жилик Н.В. Деякі аспекти самовизначення безробітних у процесі профпереорієнтації: тези II Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології [«Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні»], м. Кам'янець-Подільський, 28–30 трав. 2015 року. – К. – м. Кам'янець-Подільський: Кам.-Под. нац. ун-тет імені І. Огієнка, 2015 – С. 86 – 87.
4. Закон України «Про зайнятість населення» від 1 березня 1991 року № 803-XII // В редакції Закону № 662-IV від 03.04.2003. – 12 с.
5. Іваницька С.Б., Мороховець І.О. Проблема безробіття в Україні / Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – С. 34–38.

6. Костиця В.З початку проведення АТО понад 21 тис. демобілізованих військовиків отримали статус безробітних. – Режим доступу : <http://naiu.org.ua/z-pochatku-provedennya-ato-ponad-21-tys-demobilizovanih-vijskovykh-maly-status-bezrobitnyh>
7. Логінова Т.Ю. Вплив професійної зайнятості подружжя на рівень конфліктності в сімейних стосунках//Вісник психології і педагогіки, 2009. – №5. – С. 123–125.
8. Мартиненко Н.В. Дезадаптація безробітних з особистісними, соматоформними та сексуальними розладами та її психокорекція: Автореф. дис... канд. мед. наук: спеціальність 19.00.04 – медична психологія/Харківська медична академія післядипломної освіти МОЗ України. – Харків, 2008. – 15с.
9. Машика, Ю.В. Проблеми та рівень безробіття в Україні та країнах Європейського союзу//Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23. – №16. – С.260-264
10. Павлов Ю.О. Психологічна допомога безробітним у кризовому стані в умовах професійної перепідготовки: Автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. – Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України. – Київ, 2006. – 19с.
11. Підприємництво: психологічні, організаційні та економічні аспекти : навч. Посіб. / С.Д. Максименко, А.А. Мазаракі, Л.П. Кулаковська, Т.Ю. Кулаковський. – К. : Київ. Нац. Торг.- екон. ун-т. 2012. – 720 с.
12. Рівень безробіття в Україні 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gidna.ua/2013/10/riven-bezrobittya>.
13. Рудюк О. В. Личностно-смысловые детерминанты переживания безработными профессиональных кризисов: Автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.05 – социальная психология; психология социальной работы. – Институт психологии им. Г.С. Костюка НАПН Украины. – Киев, 2011. – 19с.
14. Торжевський М.В. Проблеми безробіття молоді та напрями їх вирішення// «Економіка України», 2014. – №1. – С.87-96
15. Фесенко А.М. Невирішеність проблеми працевлаштування як фактор соціального відчуження молоді// Педагогіка та соціальна робота. – 2014. – №6. – С.51-56
16. Червінська Л. П. Економіка праці: навч. посіб. /Л.П. Червінська. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 288с.
17. Ярошенко О.М. Проблеми та перспективи правового регулювання зайнятості, праці молоді / О.М. Ярошенко // Вісник Академії правових наук України. – 2014. – № 4. – С. 205–213.

Кравченко А.А.,
доктор філософських наук,
професор кафедри філософських та соціальних наук Київського
національного торговельно-економічного університету, м.Київ

ЛОГІКА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В СИСТЕМІ СУБ'ЄКТНО-ОБ'ЄКТНИХ ВІДНОСИН

Проблема відповідальності в її інтерсуб'єктивній багатоаспектності – громадянина перед державою, держави перед суспільством і людиною, відповідальності особи за свої вчинки, завжди перебувала в полі аналізу філософії. Питання відповідальності як основної властивості державної влади у її взаємовідносинах з суспільством та індивідом повинні стати основою становлення авторитету державної влади, формування механізмів дієвого руху системи державного механізму. Державно-владна відповідальність є різновидом більш загального соціального феномена – політичної відповідальності. В її структуру входять політичні відносини, що виступають об'єктивною причиною, на яку суб'єкт спрямовує свій цільовий вплив. У ситуації взаємовідносин між державною владою і суспільством політична система обумовлює актуалізацію суб'єктно-об'єктних відносин. Насамперед суб'єктом стає державна влада, діяльність якої забезпечує відповідальне виконання зобов'язань перед соціумом та людиною. Соціальний запит на державну владу обумовлений її відповідальністю за організацію соціального життя. Показовою є відмінність політичної відповідальності, яку несе державна влада, від юридичної відповідальності, суб'єктом якої є певна особа.

Постановка проблеми. Динаміка соціально-політичних змін породжує в суспільстві трансформації, що обумовлюють активність суб'єкта, котрий змушений відповідати за наслідки своїх вчинків. Відповідальність являє собою також результат тієї діяльності, яку здійснює суспільство по відношенню до індивіда. Конкретизація відповідальності найбільш рельєфно виявляє себе у діях індивіда по відношенню до системи соціальних відносин, в яких здійснюється процес його життя. Причинні основи відповідальності, яку несе індивід, неоднозначні. З одного боку, саме індивід здійснює ті акти і дії, що обумовлюють з боку суспільства ту реакцію, яка набуває для нього характер відповідальності. З іншого боку, кроки, які ведуть до відповідальності індивіда, здійснює суспільство. В цій ситуації кантівський категоричний імператив: «Роби так, аби твоя максима стала законом для всіх» є інстанцією розуму та його згоди із самим собою.

Проте масштаби, які людина встановлює собі на основі власного автономного розуму, виявилися незадовільними і обернулися сьогодні проти самої людини. До того ж цей принцип не враховує реальних наслідків дії і не виражає об'єктивної відповідальності, а лише суб'єктивне самовизначення особистості. Постає завдання проаналізувати ряд особливостей в контексті суб'єктно-об'єктних відносин, які властиві відповідальності і від визначення яких залежить її каузальна класифікація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема відповідальності розглядається в розвідках багатьох європейських та вітчизняних вчених, зокрема І. Безклубого, М. Братасюк, Р. Ингардена, Н. Вітрука, А. Єрмоленка, Т. Яковенко, О. Новікової, В. Сперанського, О. Белової, І. Савченко та інших. В них аналізується природа відповідальності, її соціальні, правові, моральні аспекти, розглядається її роль у визначенні та спрямуванні поведінки людини. Тематиці відповідальності техногенної цивілізації в умовах сьогодення з орієнтацією на майбутнє присвячені праці німецько-американського філософа Г. Йонаса.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Враховуючи важливий теоретичний доробок в дослідженні проблеми відповідальності, необхідно зазначити її недостатній аналіз з точки зору причинно-наслідкових відносин, які актуалізують завдання виявлення об'єктно-суб'єктних обумовленостей відповідальності в системі права, що в свою чергу виокремлює проблему відповідальності державної влади стосовно суспільства і людини.

Мета статті полягає в аналізі і визначенні ролі суб'єктивної відповідальності в об'єктивності буття державної влади в оптимальності її відносин з суспільством.

Виклад основного матеріалу. В загальному розумінні відповідальність є суспільним явищем, що охоплює економічні, культурні, психологічні, моральні та інші аспекти широкого спектру соціального життя. Відповідальність постає тим зв'язком, який забезпечує свободу та інтереси пов'язаних сторін, гарантовані суспільством та державою. Цей зв'язок постає у взаємодії між індивідом та іншими індивідами, між індивідом та колективом, між індивідом та суспільством.

Проблема свободи і відповідальності в державному управлінні пов'язана з проблемами свободи і відповідальності в суспільстві окремого індивіда, в той же час являє собою свободу зобов'язальності, обумовлену цільовим призначенням державного управління, що гарантує організацію, правове регулювання, контроль та оцінку суспільної взаємодії в державі.

В розповсюдженому розумінні поняття «відповідальність» охоплює соціально-філософську проблему співвідношення можливості індивіда

виступати суб'єктом (автором) своєї діяльності, а також більш конкретних питань: здатність людини свідомо (обдуманно і добровільно) виконувати певні вимоги і здійснювати ті завдання, що стоять перед нею; робити правильний (з точки зору суспільних та власних інтересів) моральний вибір і досягати певного результату; можливості схвалення чи засудження здійснених нею (людиною) вчинків. У такому контексті рівень внутрішньої самодисципліни, культури конкретного індивіда – це основа для реалізації свободи та відповідальності. Іншими словами, мова йде про вибір між позитивними та негативними наслідками своєї діяльності, між справедливістю та несправедливістю, моральністю та аморальністю, добром і злом тощо. Це означає, що реалізуючи себе як особистість, індивід повинен відповідати за здійснений вибір [3, с. 105].

Аналізуючи проблему відповідальності, її суть, види, основні відмінності, Г. Йонас виокремлює правову і моральну відповідальність, причому її правове значення для нього є первинним. Проте спільним для обох видів відповідальності є те, що відповідальність пов'язується зі скоєним вчинком і обумовлює відповідальну дію фактично зовні. Тут «суб'єкта учинку супроводжує почуття, завдяки якому він внутрішньо переймається відповідальністю (відчуття провини, покаяння, готовність до спокутування провини, проте й гордість), і воно так само є ретроактивним, як і об'єктивна необхідність відповідати; так само і його передбачення на початку дії є не мотивом учинку, а активним вибором, тобто мотивом, який допускає або відхиляє» [4, с. 142].

Виходячи з того, що в умовах глобалізації на зміну «людині розумній» повинна прийти «людина відповідальна» (Г. Йонас), то відповідальність постає як аксіологічно та соціально обумовлена позиція індивіда, відображена крізь призму особистісного ставлення людини до суспільства, світу, держави, іншої людини. Відповідальність є основна властивість сутності буття людини, адже вона здатна «усвідомлювати власні вчинки та нести відповідальність за їх наслідки» [3, с. 106]. Відповідальність в такому випадку виражає той глибинний, екзистенційний смисл людської діяльності, який міститься у зауваженні Ж.-П. Сартра: «Існувати – це брати на себе своє буття й завжди бути відповідальним за нього» [7, с. 381].

В кожному окремому випадку відповідальність виступає насамперед здатністю людини передбачати наслідки своєї діяльності та визначати її характер. Причому виходячи з визначення її корисності або неприємностей, які ця діяльність може спричинити суспільству. З цієї позиції відповідальність потрібно розуміти як форму регуляції соціальної поведінки, яка означає сумлінне, відповідальне ставлення людини до

результатів своєї діяльності. Як соціальний феномен, відповідальність виникає і стверджується в процесі узгодження поведінки людини із системою суспільних відносин, як сфера меж, рамок необхідної для держави або колективу поведінки і ствердження тим самим суспільно значущих цінностей [1, с. 107].

Більш широко визначає соціальну відповідальність людини В. Тацій: «Соціальна відповідальність – це здатність бачити й оцінювати діяльність соціальних суб'єктів з позиції інтересів свого народу, соціального прогресу, дає вона користь чи завдає шкоди благополуччю народу, передбачати наслідки тих чи інших дій соціальних суб'єктів, зіставляти їх дії з пануючими в суспільстві та загально визнаними цінностям, зіставляти загальні потреби соціальних груп, еліти з реальними можливостями суспільства, спільнот, тощо» [9, с. 739].

В наведених визначеннях і характеристиках акцентується увага на ролі суб'єктивної, тобто індивідуально-особистісної відповідальності. Найбільш повний вираз вона знаходить у співвідношенні з відповідальністю державної влади, яка є інститутом права. Відповідальність – субстанція права. Буття права – це буття його відповідальності. Закон, держава, влада настільки правові, наскільки субстанційно відповідальні. «Відповідальність як правова субстанція є джерелом життя та існування права» [3, с. 37], – зазначає І. Безклубий. Отже, і державної влади, яка виступає насамперед об'єктивною основою для розвитку відповідальності суб'єктивної (індивідуальної). Логіка аналізу процесу формування відповідальності державної влади показує, що її головні елементи можна визначити в якості суб'єктивних причин.

Необхідно зазначити, що державно-владна відповідальність є різновидом більш загального соціального феномену – політичної відповідальності. В якості її важливої частини відповідальність державної влади володіє всіма властивостями того цілого, в склад якого вона входить. В ряді досліджень виокремлюють наступні елементи політичної відповідальності: політична система, власне політика, політичне відношення [10, с. 60-64]. Політична відповідальність являє собою комплексне явище, в причинній (об'єктивній) основі якого знаходиться сукупність даних елементів в їх взаємозв'язку. Вказані елементи є причинами політичної відповідальності, які можна класифікувати в якості об'єктивних причин. Політика (політичні акти) є набором «об'єктивно здійснюваних суб'єктом політичних дій, а політичні відносини – та об'єктивна причина, той сегмент суспільного життя, на який суб'єкт спрямовує свій цільовий вплив» [10, с. 65–66].

Взаємозв'язок між політичною системою і політичною відповідальністю має свою специфіку: якщо політична відповідальність виникає у випадку різних взаємовідношень між державною владою і суспільством – політична система в такій ситуації проявляє себе в якості державної влади. Остання стверджує себе суб'єктом, котрий несе політичну відповідальність, отже, постає її суб'єктивною причиною. Остання являє собою внутрішнє джерело, суб'єктивні мотиви, цілі, відношення, які змушують суб'єкта здійснювати політичну діяльність стосовно об'єкта.

Підкреслимо, що суб'єктивний фактор виступає в якості атрибутивного аспекту державно-владної відповідальності. Будь-яка відповідальність – моральна, правова, колективна, професійна, в тому числі й політична, яка супроводжує державну владу, розкривається як «необхідність вибору засобу дії, який диктується об'єктивними умовами, їх усвідомленням і суб'єктивно поставленою метою, як необхідність активної діяльності для здійснення цієї мети» [5, с. 72], вказує В.О. Котюк. Необхідність вибору – це, як правило, об'єктивна умова, але сам вибір – це завжди суб'єктивний процес, кінечний результат якого веде за собою відповідальність суб'єкта.

Таким чином, мета суб'єкта і вибір засобів, необхідних для її досягнення, є внутрішніми, суб'єктивними причинами державно-владної відповідальності. Характерною рисою вказаних причин по відношенню до суб'єкта є їх ендогенність, вони зароджуються і функціонують всередині суб'єкта. Однак наслідки, що спричиняються ними, розповсюджуються далеко за межі суб'єкта, вони «осягають», «охоплюють» об'єкт, знаходять вираз в його трансформаціях. Вказані трансформації і можуть повести за собою в якості наслідку відповідальність суб'єкта. Для державної влади, яка виступає в ролі такого суб'єкта, «результат влади виявляє себе в певних змінах в самому об'єкті» [6, с. 49]. Разом з тим, метаморфози, які відбулися в об'єкті (суспільстві), можуть продовжити початий державною владою причинно-наслідковий ланцюг (послідовність) і повернутися до свого джерела у виді трансформуючої його відповідальності.

Наріжна причина відповідальності, що являє собою своєрідну точку неповернення, міститься серед її суб'єктивних причин. Після того, як дана причина вступає в дію, відповідальність стає неминучою. Цією причиною є провина суб'єкта, під якою розуміється «відношення суб'єкта до своїх вчинків» [1, с. 424]. Провина є причиною, котра веде за собою відповідальність державної влади, яка, реалізуючи в суспільстві свої політичні дії, висуває до них певне суб'єктивне відношення. Вказане

відношення ідентифікується як «провинне», якщо суб'єкт (державна влада) має всі можливості і повинна усвідомлювати, що її дії або бездіяльність носять негативний для соціуму характер, хоча, незважаючи на це, продовжує свою суспільно шкідливу політику. Ключовим моментом для наявності провини постає «саме усвідомлення каузального зв'язку між своєю поведінкою та шкодою, яка нею заподіюється» [1, с. 425]. Факт усвідомлення ототожнюється з можливістю і обов'язком усвідомлювати і свої дії, і їх наслідки, і причинний зв'язок між діями і наслідками.

Дана обставина обумовлена наявністю державної влади, яка наділена обов'язком і можливістю усвідомлювати свої дії та їх наслідки. Основна причина буття (існування) державної влади є суспільний запит на її функції. Вона повинно насамперед «організувати процес соціального життя, що а ргіогі, не може бути неусвідомленим. Запит наділяє державну владу зобов'язанням проводити усвідомлену політику, яка в своєму змісті несе в собі її усвідомленість як іманентну рису» [1, с. 425]. Державна влада має всі можливості і повинна усвідомлювати характер своїх дій. Це означає, що у випадку, коли ці діяння причиняють суспільству шкоду або неприємності, державна влада накликає на себе тягар провини. Остання ж постає тією причиною, яка запускає в дію механізм її відповідальності. Отже, певні причини відповідальності суб'єкта перебувають всередині його самого. Співвідношення цих суб'єктивних причин виглядає наступним чином. Державна влада як суб'єкт політичної відповідальності здійснює вибір; він створює точку біфуркації, один напрямок якої веде до відповідальності. Спочатку вибирається мета, потім засоби для її досягнення [2]. Інший напрямок – безвідповідальність, яка «правове ніщо, існуюче в структурі правовідносин» [3, с. 37].

Політична відповідальність, яку несе державна влада, по ряду ознак відрізняється від юридичної відповідальності. Суб'єктом останньої є не державна влада, а певна особа, яка є членом суспільства. Саме державна влада забезпечує залучення такої особи до юридичної відповідальності. Окрім того, юридична відповідальність регламентована юридичними правилами (законами), що встановлюються державною владою. А відповідальність державної влади обумовлена законами більш загального порядку, по яким функціонує соціальна система в цілому. Разом з тим і юридична, і державна відповідальність є характерними рисами (класами) системи соціальної відповідальності. Подібна системна спільність дозволяє здійснювати дослідження державної відповідальності по аналогії із аналогічними властивостями відповідальності юридичної [1, с. 426].

Однією з таких ознак є передуюча відповідальності наявність провини. Покаранню підлягає лише винуватий, тільки від нього потрібно оберегати всіх інших. Даний принцип розповсюджується і на політичну відповідальність, де винуватою виявляється і державна влада. Саме вона спричиняє такий наслідок як відповідальність, в рамках якої суспільство «карає» державну владу і оберегає себе від наслідків її шкідливої політики. Очевидно, що суб'єктивні причини (мотиви політичної діяльності, її цілі, провини в здійсненні негативної політичної діяльності) невіддільні «від самої політичної діяльності, тобто від об'єктивної причини, яка також входить в політико-каузальний склад державної відповідальності» [1, с. 426–427].

Для більш глибокого розуміння сутності суб'єктивно-об'єктивних відносин зазначимо, що державна влада несе відповідальність лише за реалізовану нею раніше політичну діяльність, котра в якості об'єктивної причини складається з ряду причинно пов'язаних між собою елементів. До них насамперед можна віднести ті самі засоби, усвідомлений вибір яких обумовлює провини в рамках комплексу суб'єктивних причин. Об'єктивно ці засоби знаходять вираз в конкретних політичних діях або, навпаки, в політичній бездіяльності. Необхідно враховувати, що «політика органічно пов'язана із здійсненням влади», причому цей зв'язок настільки тісний, що в самому широкому сенсі поняття «політика» і «соціальна влада» можна рахувати тотожними. Більш «вузькі» області даних понять: «державна політика» і «державна влада» також досить близькі. Отже, політика державної влади – це, по суті, її самореалізація. І від того, з яких конкретно актів складається подібна самореалізація, залежить, чи буде державна влада притягнута до відповідальності [1, с. 427].

Наступним елементом об'єктивної причини є та шкода (зло), яку негативна політика приносить суспільству. Даний елемент можна вважати наріжним для всього причинного складу державної відповідальності. Саме об'єктивна шкода (зло) державної політики, фактично нанесені соціуму негаразди являють собою ті самі зміни, які, відбуваючись в об'єкті впливу, спричиняють також трансформацію суб'єкта впливу. В соціальній дійсності ця каузальна суб'єкт-об'єктна залежність виглядає наступним чином: суспільство, яке понесло негативні наслідки від державної політики, підкоряючись універсальному закону (сила дії рівнозначна силі протидії), змушує державну владу відповідати за свої дії. Зазначимо, що між політичною діяльністю державної влади та привнесеною нею шкодою

(негараздами) існує прямий безпосередній зв'язок, що і обумовлює обов'язковий прихід (настання) відповідальності державної влади [2].

В контексті взаємовідношень між державною владою і суспільством в якості спеціальної характеристики потрібно відмітити причетність до задоволення соціального запиту. Тобто об'єктивна причина відповідальності розкривається в тих соціальних відношеннях, які встановлюються з метою задоволення запиту (потреби) народу на державну владу. Соціальну відповідальність можна представити у виді кореляції між колективними потребами і значимими для них соціально-політичними актами [3]. Задоволення перших залежить від якості останніх. Відношення в сфері задоволення (вирішення) соціального запиту на державну владу спричиняє шкоду даному об'єкту, оскільки мета відношень, що розглядаються, залишається не досягнутою. Отже, для появи (народження) відповідальності потрібен об'єкт, на який будуть спрямовані негативні дії суб'єкта. Сам факт існування такого об'єкта є тією основною причиною, яка веде за собою відповідальність, поскільки без нього нічому було б спричинити шкоду. А без неї було б відсутні і основи для відповідальності. Тому відношення в сфері задоволення соціального запиту на державну владу входять в політико-каузальний склад відповідальності, яка осягає державну владу і являє собою її (відповідальності) об'єктивну причину [3].

У відношеннях, що розглядаються, саме держава в особі презентуючої її влади стає «правопорушником» і несе «зобов'язання» «перетерпіти дію санкцій», які застосовуються до неї соціумом. У результаті соціально шкідливої політики суспільство саме, проти волі держави, перетворюється із об'єкта впливу на суб'єкт впливу. В такій ситуації вже соціум спричиняє для державної влади наслідок у формі відповідальності. Як зазначалося вище, політичні елементи не вичерпують собою матеріально-каузальний склад державної відповідальності. Відповідальність охоплює не тільки відношення, які виникають при наявності основ для неї, але і до наступлення цього, в процесі самої реалізації обов'язку нести відповідальність за виконання функцій суб'єкта управління [6]. Реалізація обов'язку і відповідальність за його порушення (невиконання) вимагає наявності самого обов'язку. Якщо немає зобов'язання, якщо немає чого порушувати, то і причин відповідальності немає. Зобов'язаність, на рівні з політичними елементами, являє собою фактичну основу (матеріал) для приходу (наступлення) державно-владної відповідальності, тобто включається в матеріально-причинну структуру останньої [1, с. 428].

По суті, зобов'язання державної влади – це вимога, яку суспільство пред'являє державі і за допомогою якої намагається зберегти свої певні інтереси від потенційної шкоди з боку державної влади. Якщо у державної влади немає зобов'язань, то її політика не може бути соціально шкідливою. Іншими словами, зобов'язання являє собою одне з джерел, які породжують політичні елементи відповідальності державної влади перед суспільством та людиною.

Співвідношення законності, раціональності і правопорядку в державі має бути основою для формування відповідальної державної політики та державного управління. Відсутність дотримання норм права по відношенню до всіх суб'єктів держави, бюрократизм, недостатня підготовка державних службовців, брак реальної відповідальності за особисту управлінську діяльність – це ті фактори які руйнують державну систему, підривають авторитет держави, призводять до політичного колапсу.

В той же час постає необхідність здійснювати складну скоординовану діяльність по розвитку самостійності та відповідальності окремого індивіда через механізми створення суспільних самоуправлінських об'єднань, розширення повноважень та надання більшої самостійності місцевому самоуправлінню в системі державного управління.

Наведені міркування мають важливе значення для сучасної української влади, яка постала перед численними викликами, породженими бурхливими соціально-політичними подіями. Їх вирішення стало умовою породження численних зобов'язань перед суспільством. Однак, реалізація цих зобов'язань привела до неочікуваних результатів, які поставили під сумнів можливість відповідальності державної влади перед народом. Вимога, яку ставить соціум перед владою – проводити відповідальну політику згідно з встановленими законами. А для цього потрібно чітко визначити зобов'язання суб'єкта відповідальності і ті очікування, на які сподівається об'єкт впливу державної влади, яким є суспільство.

Висновки. Проблеми відповідальності починає формуватися в європейській філософії в період епохи Нового часу, коли постала необхідність переходити від відповідальності перед Богом до відповідальності перед суспільством, державою, окремою людиною, а також перед собою за свої вчинки. В процесі формування етосу відповідальності, в ній чітко виокремлюється суб'єктивний і об'єктивний моменти. Особливе значення вказані моменти мають для державної влади, яка з початку свого становлення несе відповідальність за свої дії по виконанню зобов'язань, наданих нею суспільству. Відповідальність

державної влади є різновидом більш загального феномена – політичної відповідальності, в якій чітко визначаються об'єктивні і суб'єктивні причини діяльності, визначається роль індивіда – суб'єкта і об'єкта політичних відносин. Державна влада як суб'єкт політичної відповідальності наділяє індивіда повноваженнями оцінки своєї діяльності. Державна відповідальність входить в систему соціальної відповідальності, дослідження якої залишається одним із перспективних напрямків соціально-філософських досліджень в сучасну епоху.

Література

1. Антонов О. В. Государственная власть как объект эволюционных изменений, субъектом которых является общество / О. В. Антонов // *American Journal of Scientific and Educational Research*. – New York, 2014. – Vol. II, № 1 (4). – P. 423–430.
2. Антоненко В. Г. Відповідальність соціальна / В. Г. Антоненко // *Соціальна філософія : короткий енциклопедичний словник* / [ред.: В. П. Андрущенко, М. І. Горлач]. – 2-ге вид., випр. і доп. – Київ; Харків: Рубікон, 1997. – С. 81–82.
3. Безклубий І. Соціальна відповідальність людини / І. Безклубий // *Відповідальність у праві: філософія, історія, теорія: монографія*. – К. : Грамота, 2014. – С. 102–129.
4. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія / А.М. Єрмоленко. – К.: Лібра, 1999. – 488 с.
5. Котюк В. О. Основи держави і права / В. О. Котюк. – К. : Атіка, 2001. – 431 с.
6. Ледаев В. Г. Власть: концептуальный анализ / В. Г. Ледаев. – М. : РОССПЭН, 2001. – 384 с.
7. Сартр Ж.П. Стена. Избранные произведения / Ж.-П. Сартр. – М. : Политиздат, 1992. – 480 с.
8. Савченко І. Г. Соціальна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави: Автореф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / І.Г. Савченко. – Х., 2007. – 20 с.
9. Тацій В. Я. Вибрані статті, виступи, інтерв'ю / В. Я. Тацій. – Харків: Право, 2010. – 830 с.
10. Хлопин А. Д. Деформализация правил: причина или следствие институциональных ловушек? / А. Д. Хлопин // *Политические исследования*. – 2004. – №6. – С. 6–15.

Крегул Ю.І.,
кандидат юридичних наук, професор,
завідувач кафедри
загальноправових дисциплін,
Київський національний
торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сьогодні підприємництво в Україні переживає досить непростий період свого розвитку. Сучасні складні завдання, які постають перед ним у зв'язку з інтеграцією до регіональних та світових економічних ринків, вимагають, з одного боку, швидкої адаптації до нових умов ведення бізнесу у більш жорсткому конкурентному середовищі, а з другого – збереження наявних позицій на ринках збуту, захисту власних економічних інтересів, забезпечення сталого розвитку.

Крім того, об'єктивні труднощі, пов'язані зі складною політичною ситуацією в нашій державі в тому числі проведення АТО, світовою фінансово-економічною кризою, сприяють створенню дуже серйозних загроз та ризиків у веденні бізнесу. Не сприяють розвитку підприємництва такі наявні фактори, як корупція, хабарництво, бюрократизм, безпринципність та продажність окремих представників судової влади та правоохоронних органів.

Саме тому сьогодні питання забезпечення безпеки підприємницької діяльності набувають особливої актуальності та вимагають концентрації зусиль з боку суб'єктів підприємництва та потребують підтримки з боку держави.

Об'єктивно сформувалась необхідність вжиття заходів захисту бізнесу з боку самих підприємців, за рахунок власних сил. Слід зазначити, що на сьогодні майже 100% комерційних банків і підприємств великого бізнесу уже створили власні структури безпеки, які з різним ступенем ефективності забезпечують їх захист. Така поведінка підприємців цілком імовірна і виправдана і до того ж підтверджується світовим досвідом бізнес-діяльності. Так, захист приватної власності і підприємницької діяльності в розвинутих країнах світу на 70% здійснюється якраз на приватному рівні. Тобто, забезпечення безпеки бізнесу силами приватних установ і організацій є закономірним явищем у суспільстві з ринковими відносинами. В той же час, безпека бізнесу є складовою частиною

національної безпеки країн і їй належить відповідна роль у формуванні політики безпеки держави. З огляду на це безпека бізнесу набуває ознак самостійного виду суспільних взаємовідносин, що вимагає для її виконання професійно підготовлених фахівців.

Слід зазначити, що сьогодні в країні діють сотні підприємств, основу господарської діяльності яких становлять послуги безпеки. У сфері безпеки задіяно більше 1 млн фахівців, практично кожний другий Вищий навчальний заклад країни включив до своїх навчальних планів дисципліни з безпеки бізнесу за напрямками відповідно до свого профілю. Частина Вищих навчальних закладів започаткувала підготовку фахівців з безпеки бізнесу на рівні спеціалізації, а окремі з них – на рівні спеціальності.

Зокрема, з метою створення в Україні системи підготовки фахівців для забезпечення безпеки підприємств в Україні з ініціативи Українського союзу промисловців та підприємців введено нову спеціальність «Управління фінансово-економічною безпекою» освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр».

Україна перша серед країн СНД відкрила підготовку фахівців та науковців з фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання. У Національному класифікаторі професій визначена низка професій для фахівців з безпеки. Це група професій «Професіонали»:

2414 – професіонали з питань фінансово-економічної безпеки підприємств, установ, організацій;

2414.1 – наукові співробітники (фінансово-економічна безпека підприємств, установ, організацій);

2414.2 – професіонали фінансово-економічної безпеки;

2414.2 – аналітики з питань фінансово-економічної безпеки.

Група професій «Фахівці»:

3450 – інспектори воєнізованої охорони;

3411 – фахівці з фінансово-економічної безпеки;

3450 – фахівці з організації майнової та особистої безпеки (ДКХП 1);

3450 – приватні детективи.

У цьому зв'язку необхідно зауважити, що кафедра загальноправових дисциплін, починаючи з 2004р. (тоді кафедра правознавства) КНТЕУ започаткувала підготовку юристів за спеціалізацією «Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності» і на даний час уже здійснила більше десяти випусків таких фахівців. Основне їх призначення це забезпечення правового регулювання заходів безпеки в діяльності комерційних підприємств та банків. Відповідно до кваліфікаційних вимог, особи, що мають підготовку за таким професійним спрямуванням можуть займати посади юрисконсультів юридичних підрозділів та підрозділів безпеки

суб'єктів господарювання, юрисконсультів-аналітиків підрозділів інформаційного забезпечення діяльності суб'єктів господарювання, а також інші посади відповідно до свого фаху.

Фахова підготовка з вказаної спеціалізації здійснюється на 4 та 6 курсах навчання студентів, які вивчають 12 спеціальних дисциплін, зокрема, «Правове регулювання безпеки підприємницької діяльності», «Охорона та охоронна діяльність», «Організація безпеки підприємницької діяльності», «Правове забезпечення фінансової та економічної безпеки», «Правове забезпечення інформаційної безпеки», «Комерційна розвідка та внутрішня безпека на підприємстві», «Безпека кадрової роботи» та ін. Для забезпечення підготовки зазначених фахівців в університеті підготовлено якісне інформаційне та методичне забезпечення, зокрема видано 12 навчальних та навчально-методичних посібників, та різного ряду методичні рекомендації.

Зокрема, це видані останнім часом «Правове регулювання безпеки підприємницької діяльності», «Правові засади державного управління економікою України», «Комерційна розвідка та внутрішня безпека на підприємстві», «Організаційно-правові засади безпеки підприємницької діяльності (в таблицях і схемах)», «Методичні рекомендації та завдання до самостійної роботи студентів з безпекознавчих дисциплін».

Зазначимо, що всі викладачі кафедри мають наукові ступені і тільки най досвідчені залучаються до проведення занять зі студентами з безпекознавчих дисциплін.

Разом з тим, характеризуючи стан вітчизняної безпеки підприємницької діяльності, слід звернути увагу на досить актуальні її особливості, обумовлені насамперед національною специфікою розвитку ринкових відносин у країні. По-перше, незважаючи на вже 25 річну історію існування незалежної України і практично стали за змістом систему приватної охоронної діяльності, у нас і так не вироблено єдиного розуміння як самого поняття «безпека бізнесу», (безпека підприємницької діяльності) так і її ролі та місця у забезпеченні національної безпеки. Можемо зазначити, що національне законодавство не в повній мірі регулює діяльність з безпеки підприємництва. Сьогодні в цілому більш-менш врегульовано тільки охоронна та інформаційні сфери. Вимагають подальшого врегулювання економічна, кадрова та інші види безпеки, а також детективна діяльність. Очевидно, що за таких умов можливості приватних сил безпеки підприємства не можуть бути реалізовані з максимальною ефективністю.

По-друге, в умовах відсутності правового регулювання та достатнього кадрового забезпечення безпеки підприємницької діяльності, яка з часу свого становлення спиралася на досвід колишніх працівників

правоохоронних органів, на даний час практично вичерпала можливості щодо нарощування свого потенціалу та удосконалення діяльності. Стає дедалі помітнішим розрив між можливостями приватних сил безпеки і завданнями бізнес-діяльності та умовами, в яких вона здійснюється. Сьогоднішня економічна та політична криза як раз і викрила неспроможність приватних сил безпеки протистояти загрозам бізнесу та захищати його в складних умовах.

По-третє, технології забезпечення безпеки підприємницької діяльності не завжди адекватні технологіям бізнес-діяльності, здебільшого вони відстають від сучасних, передових технологій вироблення і надання послуг, виконання робіт чи вироблення і реалізації продукції. Сили приватної безпеки здебільшого спрямовані на виявлення можливих протиправних, злочинних дій, недобросовісної поведінки окремих суб'єктів чи осіб, спрямованих проти бізнесу і не повною мірою забезпечують попередження та усунення загроз. Практично відсутнє наукове обґрунтування технологій та методик забезпечення безпеки підприємницької діяльності, форми та методи діяльності сил безпеки досить слабо опрацьовані теоретично. За таких умов методика роботи приватних сил безпеки, яка штучно перенесена з практики роботи правоохоронних органів, в існуючих умовах дає лише тимчасовий ефект.

По-четверте, відсутність єдиного розуміння змісту, форм та методів забезпечення безпеки підприємницької діяльності, різне її бачення підприємцями і представниками приватних сил безпеки призвело до того, що сьогодні безпека підприємств і банків сконцентрована лише в межах функцій їхніх підрозділів безпеки, за аналогією з функціями інших підрозділів (фінансових, юридичних, кадрових та ін.). Але ж на відміну від правової чи кадрової роботи, бухгалтерського обліку безпека підприємницької діяльності – це насамперед відповідний стан підприємства, у забезпеченні якого мають брати участь усі підрозділи і працівники суб'єктів підприємництва. Формування такого стану не може покладатися лише на один підрозділ підприємства. У даному разі такі підрозділи мають виконувати тільки специфічні функції безпеки та забезпечувати координацію дій усіх інших підрозділів щодо підтримання встановленого режиму безпеки. Тобто функції безпеки мають бути делеговані всім підрозділам і працівникам будь-якого суб'єкта підприємництва. У цьому разі підрозділи безпеки мають забезпечити формування на підприємстві, у банку відповідного «безпечного» менталітету працівників, потреби у забезпеченні їх власної безпеки, у тому числі і через виконання відповідних функцій з безпеки на своїх робочих місцях.

Продовжуючи зазначену вище тезу, неможливо не звернути увагу на ще одну особливість функціонування безпеки підприємницької діяльності. Мова йде про залежність діяльності сил безпеки від рішень, поведінки, ставлення керівників суб'єктів підприємництва. У випадках, коли окремі з них своєю поведінкою створюють загрози своєму підприємству, банку, безпека не може вплинути на таку поведінку, оскільки має підпорядковуватися зазначеним керівникам. Поки що така особливість існує як негативна риса вітчизняної безпеки підприємницької діяльності.

Ці та інші особливості сформували певні проблеми у забезпеченні безпеки вітчизняного бізнесу, зокрема невідповідність між потребами останнього у безпеці за сучасних умов і можливостями приватних сил безпеки на високому рівні забезпечити зазначені потреби. Говорячи про такі проблеми, слід було б акцентувати увагу на суперечності, яка виникла між новими взаємовідносинами, обумовленими особливостями ринкової економіки (насамперед у сфері приватної безпеки), та існуючим правовим полем, яке практично ніяк не регулює такі взаємовідносини. А це, у свою чергу, є стримувальним фактором для активного розвитку бізнесу.

Наслідком і продовженням вказаної суперечності є відсутність у країні централізованого управління системою недержавних силових структур, що існують де факто. Створена з досвідчених професіоналів правоохоронної діяльності і ніким не керована зазначена система, з одного боку, обумовлює для суспільства певні загрози неформальної, недобросовісної поведінки окремих її елементів, а з другого – не забезпечує можливості ефективно й цілеспрямовано використовувати свої переваги для захисту національних інтересів країни.

Слід зазначити, що певні проблеми та суперечності формуються та існують через відсутність у більшості громадян країни усвідомленої потреби в забезпеченні власної безпеки. Сьогодні громадяни України досить безпечні, незважаючи на серйозні загрози, з якими вони стикаються у процесі життєдіяльності. У країні відсутня національна програма формування у громадян відповідного менталітету щодо грамотного розуміння ними існуючих небезпек, вироблення правильної поведінки в побутових, виробничих та небезпечних ситуаціях.

Досліджуючи сучасний стан безпеки підприємницької діяльності, можна визначити основні тенденції, за якими вона може розвиватись у найближчому майбутньому:

Існування різноманітних загроз вітчизняному бізнесу, функціонування його в умовах підвищеного ризику, періодичного виникнення різного роду криз обумовлюють тенденцію до подальшого удосконалення технологій забезпечення безпеки насамперед з погляду комплексного

застосування її заходів. Комплексний характер забезпечення безпеки підприємницької діяльності є найбільш прийнятною її перспективою.

Професіоналізацію безпеки можна назвати наступною тенденцією в розвитку безпеки бізнесу. Тобто можна очікувати, що в найближчому майбутньому завдання кадрового забезпечення безпеки буде вирішуватися активніше і на більш якісному рівні.

Не можна не помітити і тенденції до зближення поглядів на безпеку бізнесу між її представниками і представниками державних правоохоронних структур. Тому не виключено, що в найближчій перспективі будуть знайдені нові форми взаємодії між цими суб'єктами безпеки та більш результативні реалії спільної роботи.

Перспективним є напрям розвитку приватної безпеки, пов'язаний з інформаційним забезпеченням її заходів. Формування, необхідних для ефективного ведення бізнесу знань за рахунок проведення заходів безпеки, все частіше знаходитиме своє позитивне рішення і актуалізуватиме даний напрям.

До перспективних напрямів розвитку безпеки підприємницької діяльності можна віднести і підвищення цілеспрямованості в діяльності сил безпеки щодо забезпечення насамперед економічної безпеки підприємств, банків як основи їх стійкості та живучості на ринку. Уже сьогодні можна спостерігати, що понад 50% своїх завдань сили безпеки виконують у сфері економічної безпеки. Слід очікувати, що така трансформація матиме подальший розвиток дедалі більшою мірою забезпечуючи свій вплив на економічну складову підприємницької діяльності.

Тенденцією майбутнього розвитку безпеки підприємницької діяльності можна назвати і більш широке залучення до забезпечення безпеки підприємств та банків суб'єктів, що надають послуги у сфері безпеки. З часом забезпечення безпеки суб'єктів підприємництва залученими силами та засобами буде переважати над використанням власних сил безпеки.

Отже зауважимо, що від того, наскільки швидко та якісно ми можемо побудувати недержавну систему безпеки підприємництва, залежатиме безпека вітчизняного виробника і, як наслідок, захищеність національних інтересів України.

Лозовська Н.І.,
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії,
заступник директора з виховної роботи,
Вінницький торговельно-економічний коледж Київського
національного торговельно-економічного університету
Віниковецька Ж.С.,
викладач-методист, спеціаліст вищої категорії, Вінницький
торговельно-економічний коледж Київського національного
торговельно-економічного університету

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Події в країні 2014 року зробили остаточний вибір українського народу в зовнішньополітичному курсі на користь євроінтеграції та демократичних цінностей, а Угода про асоціацію між ЄС та Україною, підписана 27 червня 2014 року, відкрила широкі можливості інтеграції України у європейське співтовариство.

В умовах інтеграції України у світовий економічний простір важливе значення для соціально-економічного розвитку держави має ефективність впроваджених змін щодо реформування податкової системи. Ключовим завданням у процесі податкової реструктуризації є адаптація вітчизняного законодавства з непрямого оподаткування, передусім щодо акцизного оподаткування до вимог Європейського Союзу (ЄС).

До основних правових інструментів, що використовуються інституціями ЄС, належать:

- регламенти;
- директиви;
- рішення;
- рекомендації;
- висновки.

Такі інструменти мають загальне застосування, а також є обов'язковими до застосування безпосередньо в усіх державах-членах у повному обсязі.

Європейський парламент і Рада можуть вживати заходів, спрямованих на заохочення співпраці між державами-членами за допомогою ініціатив, спрямованих на підвищення рівня знань, розвитком обміну інформацією та передовим досвідом, сприяння поширенню новаторських підходів і оцінювання досвіду. У цих сферах через директиви встановлено

мінімальні вимоги до поступової імплементації з урахуванням умов і технічних правил отримання кожної держави-члена.

Розробка директив спрямована на уникання введення адміністративних, фінансових і правових обмежень, що стримують створення і розвитку економіки відповідної країни.

Природа директив як інструменту політики ЄС полягає в тому, щоб дати змогу країнам-членам ЄС привести своє законодавство у відповідність до положень директив у спосіб, який вони вважають для себе необхідним та зручним. У цьому випадку країна повинна забезпечити, щоб не пізніше дати, на яку директива повинна бути імплементована, країна-член ЄС використала всі необхідні заходи для забезпечення результатів, що накладаються цією директивою. Отже, директива зобов'язує країну до конкретного результату, а не до способів його досягнення.

В умовах інтеграції України до європейського співтовариства, визначених основним стратегічним курсом економічного розвитку держави, реструктуризація вітчизняної податкової системи відбувається за імплементації відповідних директив у сфері оподаткування. Значна їх кількість стосується акцизного оподаткування. Це пов'язано з тим, що акцизні податки є одним із вагових джерел наповнення бюджетів.

Згідно з рис. 1, протягом 2006-2015 рр. надходження від акцизного оподаткування в бюджеті України мають загальну тенденцію до зростання.

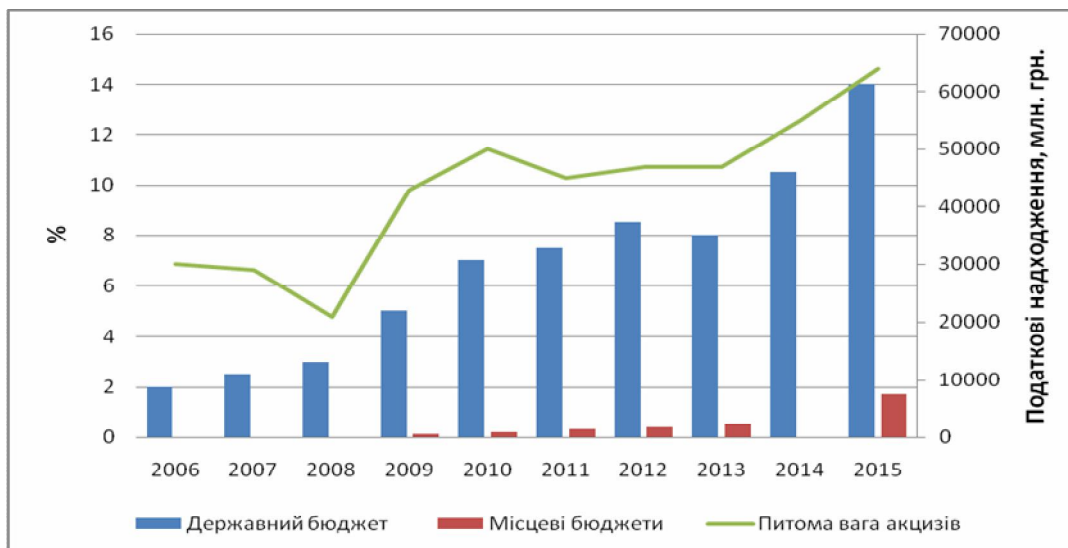


Рис. 1. Надходження акцизних податків в Україні у 2006–2015 рр.

На сучасному етапі розвитку сфери державних фінансів пріоритетним завданням національної стратегії України є питання розроблення ефективного механізму реалізації інвестиційної політики, яка забезпечує інвестиційну привабливість країни, міст, підвищує рівень її конкурентоспроможності, економічної стійкості та безпеки, що впливає на соціальний та економічний рівень життя населення.

Останніми роками значно скоротився обсяг залучених прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) до країни. Всього обсяг прямих іноземних інвестицій за 25 років незалежності України становив лише 43 млрд. дол. США. Обсяг вкладених коштів основних країн-інвесторів, на які припадало 83,0 % загального обсягу прямих інвестицій, складає: Кіпр – 11,744 млрд дол., Нідерланди – 5,61 млрд дол., Німеччина – 5,414 млрд дол., Росія – 3,392 млрд дол., Австрія – 2,402 млрд дол., Велика Британія – 1,852 млрд дол., Віргінські Острови – 1,798 млрд дол., Франція – 1,528 млрд дол., Швейцарія – 1,364 млрд дол., Італія – 972,4 млн дол. та інші країни.

Нестача капіталовкладень українського бізнесу та низький рівень притоку іноземних інвестицій (не більше 10,0 % від ВВП) обмежують створення нових робочих місць та стримують зростання економіки. Вагомою причиною такого низького рівня інвестицій є різноманітні обмеження, що заважають розвиватися українському бізнесу.

Найбільш негативно на процес іноземного інвестування в Україні впливає недосконалість законодавства. Серед інших недоліків системи залучення іноземних інвестицій можна виділити недоступність і суперечливість інформації про об'єкти інвестицій та процес їх оформлення, відсутність системного підходу до залучення іноземних інвестицій на рівні областей, міст і районів, а також неврегульованість інтересів інвесторів та національної економіки тощо.

Питання залучення іноземних інвестицій в Україну супроводжується низкою проблем, зокрема:

- зниження інвестиційної привабливості України на тлі глобальної фінансової нестабільності та укладення організаційно-правових умов ведення бізнесу;
- економічна й політична нестабільність у країні;
- застосування тимчасових інструментів впливу на іноземне інвестування, спрямованих на виведення національної економіки з кризового стану за рахунок посилення вимог до учасників інвестиційної діяльності (реєстрація інвестицій та валютне регулювання);
- неможливість, згідно з чинним податковим законодавством, включати деякі види витрат до податкового обліку;

- позбавлення новостворених підприємств права на податковий кредит на початку діяльності та ін.

Тому на сьогодні місце і роль держави в її внутрішніх системно-структурних зв'язках у процесі регулювання інвестиційною політикою дуже важливі.

Разом з тим, в Україні є міста з високою інвестиційною привабливістю, зокрема Вінниця. У серпні 2016 року наше місто отримало інвестиційний паспорт і сертифікат про підвищення інвестиційної привабливості. Попри непростий для України 2015 рік, у Вінниці відбулося зростання низки показників. Зокрема обсяг реалізації промислової продукції зріс на 64%, освоєння інвестицій – на 40,9%, доходи бюджету – на 28,8%. Це все вказує на розвиток міста, яке за якістю життя серед обласних центрів визнано лідером.

Вінниця – одне з перших міст, у якому затверджено довгострокову стратегію розвитку «Вінниця-2020».

15 вересня 2016 року прем'єр міністр В. Гройсман і Єврокомісар Йоганнес Ган у Вінниці презентували програму ЄС «U-LEAD» з Європою. Повна назва програми – «Програма для України з розширення прав і можливостей на місцевому рівні підзвітності та розвитку». Вона фінансується ЄС та кількома країнами – членами ЄС: Данією, Німеччиною, Польщею та Швецією.

Євроінтеграційний курс України активізував проблему потреби модернізації, розвитку та реформування системи управління державними фінансами, яка є основою забезпечення сталого розвитку країни та гарантованого виконання соціальних зобов'язань перед громадянами. Державні фінанси мають стратегічне значення для регулювання, зокрема реального сектору економіки та фінансового сектору, забезпечення розвитку регіонів, підтримки підприємницької діяльності, а їхній потенціал є основою економічного та соціального розвитку України. Отож, ефективність управління державними фінансами має важливе значення для забезпечення стабільності бюджетної системи, а також загальної фінансової безпеки та стійкого економічного зростання.

У міжнародній практиці контролюючі органи – вищі органи фінансового аудиту (ВОФА) – для оцінки ефективності системи управління державними фінансами застосовують державний фінансовий аудит, зокрема аудит ефективності. Зауважимо, що термін «державний фінансовий аудит» у різних країнах трактують по-різному: у США – це «державний аудит», у Канаді та Великій Британії – «аудит вигоди використання грошей», згідно з Міжнародними стандартами Міжнародної

організації вищих органів фінансового аудиту (Міжнародна організація INTOSAI) – «аудит державного сектору».

Міжнародна організація INTOSAI розробила понад 80 стандартів, які регламентують усі дії державних аудиторів під час організації та здійснення державного фінансового аудиту, з яких близько 20 – безпосередньо аудит ефективності. Зокрема, правова база державного фінансового аудиту на міжнародному рівні має чотирирівневу будову: рівень 1. Загальні принципи; рівень 2. Умови функціонування та діяльності ВОФА; рівень 3. Фундаментальні принципи аудиту державного сектору; рівень 4. Керівництво (методика) організації та здійснення аудиту державного сектору.

Відповідно до Міжнародних стандартів, зокрема ISSAI 100, аудит державного сектору дає змогу об'єктивно отримувати та оцінювати докази для визначення, чи ефективно, результативно та згідно з етичними нормами, а також відповідними законами і нормативними актами установи державного сектору державні службовці виконують свої функції.

Нормативно-методологічне забезпечення аудиту ефективності визначається відповідними стандартами ISSAI (див. рис. 2).

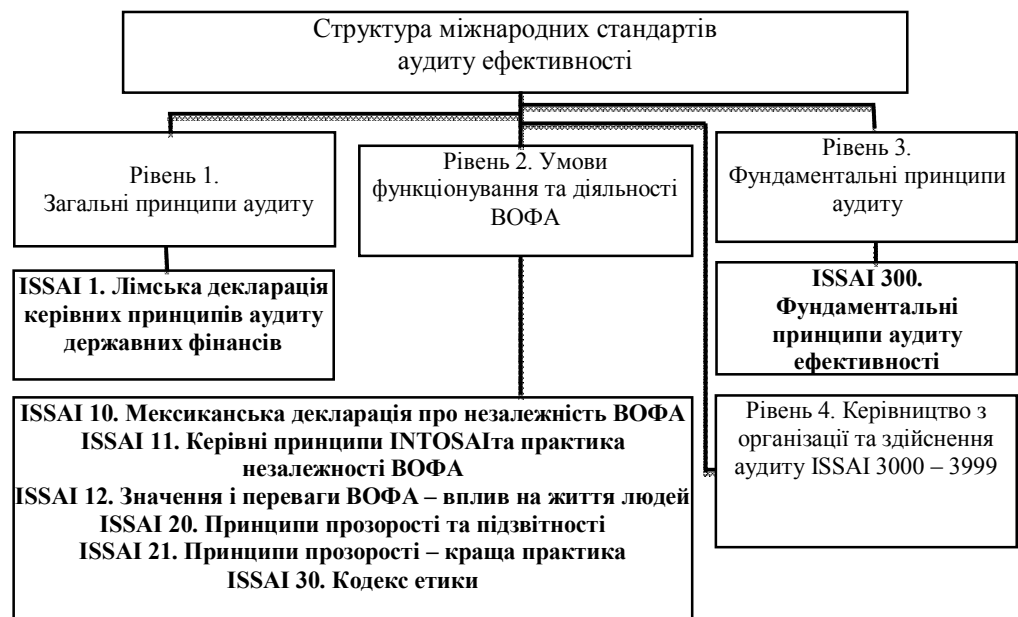


Рис. 2. Нормативно-методологічне забезпечення аудиту ефективності, визначене відповідними стандартами ISSAI

Наразі в Україні триває реформування Держаудитслужби, розбудовується система державного внутрішнього фінансового контролю європейського зразка. Корисним було б вже сьогодні реалізувати в Україні великий історичний досвід королівства Нідерландів у сфері державного внутрішнього фінансового контролю.

На сьогодні дія глобалізації світової економіки передбачає глибоке взаємопроникнення національних і регіональних економік у системі міжнародних економічних відносин. Глобалізація, як відомо, являє собою процес перетворення світового господарства в єдиний ринок товарів, послуг, капіталів, робочої сили та знань. Так, розвиток загальних зав'язків є підґрунтям для нового різновиду цілісності – глобального господарювання.

Епоха глобалізації висуває нові виклики, серед яких – зміна форм і функцій сучасної країни. Країна все більше втрачає образ зовнішнього і внутрішнього недоторканого суб'єкта міжнародних відносин і відіграє роль транзитного органу, який повинен надавати всілякі послуги своїм жителям у різних сферах їх взаємодії з глобальним світом і локальними ореолами існування.

Глобалізація різко збільшила ступінь відкритості національних економічних і соціальних систем, інтенсифікувавши взаємообмін інформацією, людьми, капіталами, товарами та послугами, культурними та духовними цінностями. Глобалізація економічного життя веде до розмиття меж між внутрішнім і світовим ринком. Це послаблює суверенітет національної держави і підбадьорює автономію регіонів, які відносять себе вже не тільки до господарських систем, але й до системи вищого рівня – світовим. Ця ситуація закономірно призвела до виходу регіонів на чільне місце, поряд з національними державами, в процесах інтернаціоналізації економіки. Разом з тим постає завдання за допомогою сучасних маркетингових механізмів під час прийняття рішень у сфері соціально-економічного розвитку українських регіонів оптимізувати процеси їх інтеграції у глобальний економічний простір.

Глобальні процеси мають суперечливий характер. З одного боку, глобалізація економіки дає змогу за рахунок оптимізації системи міжнародного розподілу праці, зниження митних бар'єрів зменшувати витрати виробництва, дає змогу розповсюджувати нові технології, залучати капітали транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків до вирішення проблем модернізації економіки і прискорення розвитку окремих країн (регіонів).

З іншого, це призводить до розмиття державних кордонів (національні господарства «розламуються» на частини, які становляться

частинами відтворених глобальних циклів) і загострення конкуренції на ринку товарів, послуг, капіталів.

Оптимальною організаційною формою держави, яка найкращим чином підходить до умов глобалізації, наявності та загострення зовнішніх воєнних загроз, є унітарна. Вона припускає існування мінімум двох рівнів влади, закріплених не стільки вертикальними, скільки горизонтальними зв'язками, створює умови для децентралізованої влади, яка забезпечує її поліцентризм і стійкий розвиток демократії та ліберальних цінностей.

Україна стоїть перед необхідністю адаптації регіональних структур своєї економіки до умов відкритої економіки: забезпечення переходу від внутрішньоматерикового до материково-приморському розміщенню експортного виробництва, поступова зміна структури українського експорту в бік виробництва високого рівня переробки, прискорений розвиток територій уздовж головних магістралей, які пов'язують основні центри української економіки з ЄС; розробка довгострокової стратегії розвитку прикордонних регіонів; реалізація комбінованої моделі економічного росту, розширення експортного потенціалу з одночасним розвитком імпортозаміщених виробництв.

Наслідки глобалізації відчують на собі всі сфери суспільного життя людини – економіка, політика, соціальна сфера, культура. Це проявляється, насамперед, у зростанні інформаційних потоків, міжнародних комунікацій, упровадження нових загальних правил поведінки, укорінення нових комунікаційних механізмів та інструментів (інтернет, стільникові телефони, інформаційні мережі). Активізувались процеси переміщення людей; збільшилась кількість туристів, люди стали більше подорожувати та обмінюватись досвідом. Не є винятком і сфера туризму.

У процесі сучасної глобалізації туристичний ринок наслідує тенденції розвитку інших секторів світової економіки та перетворюється з ринку продавців на ринок споживачів туристичних продуктів. Ще донедавна туристичний продукт орієнтувався на масовий туризм, а сучасний – не лише на диверсифікацію, а й на відповідальність тенденціям розвитку світових туристичних потреб. Сьогодні спостерігається збільшення попиту на індивідуальний та спеціалізований туристичний продукт. Це вимагає постійних активних дій з боку країн, що розвивають туризм, спрямованих на виділення пріоритетних видів туристичного продукту і створення умов для досягнення прийняттого співвідношення їх ціни і якості.

Світові туристичні потоки, за офіційними даними Всесвітньої туристичної організації, щороку збільшуються та простежується їх безперервний ріст: з 25 млн. до 278 млн. в 1980р., 528 млн. в 1995р. та 1087 млн. до 2016р.

За довгостроковими прогнозами Всесвітньої туристичної організації, очікується збільшення кількості подорожуючих людей у всьому світі на 3,3% щороку і до 2030р. цей показник досягне 1,8 млрд. осіб.

У світі спостерігається тенденція перевищення темпів зростання кількості подорожуючих в сусідні країни або країни найближчих регіонів над числом подорожуючих в далекі країни. Деякі експерти зв'язують це з постійною загрозою тероризму у світі, інші – зі збільшенням кількості туристичних поїздок в рік у зв'язку із розподілом щорічних відпусток на частини.

У той же час, у зв'язку з можливим скасуванням візового режиму для українців, для в'їзду до країн ЄС відбудеться додаткове переорієнтування українських туристів на європейські країни. За останні чотири роки, що передували сучасній кризовій ситуації, в українському туризмі сформувалася позитивна тенденція росту. За даними Державної служби статистики, у 2012 р. Україну відвідали 21,2 млн іноземних туристів, у 2013 р. – 21,4 млн, у 2014 р. – 23,0 млн, а у 2015 р. – 24,7 млн (туристичний потік у порівнянні із 2012 р. збільшився на 3,5 млн. осіб).

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), в 2015 році Україна увійшла до десятка країн із зростанням витрат громадян на міжнародний туризм. Уперше 2 українські міста зайняли перші позиції в рейтингах місьць, які провідні експерти пропонували відвідати: Київ – на 1-му місці в Європі і 3-му в світі. Львів – 2-е місце в Європі.

На нинішньому етапі постіндустріальної глобалізації та глобальної інтеграції відтворення глобального капіталу стало центральною проблемою світового розвитку. Еволюція структури глобального капіталу в напрямку небувалого підвищення питомої ваги фінансово-банківського капіталу і його глобальної експансії вельми турбує уряди і держави, загрожуючи світовим фінансовим колапсом.

Процеси фінансової глобалізації набувають починаючи з 1980-х років небачених масштабів і ведуть до гіперфінансіалізації всього економічного розвитку і формування нової глобальної фінансової цивілізації.

Нинішній глобальний капіталізм являє собою перехідні (трансформаційні) форми суспільно-політичного розвитку і впорядкування світу. У процесі своєї трансформації він відкриває шлях для нової трансформаційної та формаційної світової соціально-економічної та

суспільно-політичної системи – світ-системи постіндустріального глобалізму, яка вже у XXI столітті, вочевидь, стане пануючою світовою системою зі своїми об'єктивними інтересами, закономірностями і законами.

Глобалізація, глобальна корпоратизація, глобальна конкуренція і неоконвергенція в умовах світ-системи глобалізму ведуть до нарощування процесів монополізації виробництва, глобалізації та монополізації капіталу. Історична динаміка капіталістичної світ-системи глобалізму об'єктивно призведе до радикальних зрушень у структурі та механізмах розподілу доходів, багатства і зростання соціальної нерівності як на національному, так і на глобальному рівнях.

Сучасній державі належить найважливіша і найвизначальніша роль у соціально-економічному розвитку суспільства та вирішення проблеми бідності. Проблемою подолання бідності в суспільстві людство займається протягом всього свого існування, проте й досі не змогло її розв'язати. Цявище сьогодні існує практично у всіх країнах світу і має всі ознаки глобальної проблеми людства. Бідність обмежує свободу людини та її право на гідне життя, тобто можливості людини, її добробут, безпеку, здоров'я та духовність. Розповсюдження бідності негативно впливає не тільки на людину, сім'ю, але й на суспільство в цілому через погіршення якісних характеристик населення та посилення нерівності. У Національній доповіді (2015р.) яка підготовлена Міністерством економічного розвитку і торгівлі України спільно з Інститутом демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України та агентствами ООН в Україні, подолання бідності розглядається як проблема № 1, котра заважає виконанню цілей розвитку тисячоліття. Активний пошук вирішення цієї проблеми здійснюють міжнародні організації.

Вплив соціально-ринкової економіки на державу і розвиток суспільства показано на рис. 3.

Сьогодні у світі спостерігається підвищення ефективності державної власності на засоби виробництва, яке супроводжується проведенням активної податкової, амортизаційної політики, державним регулюванням, програмуванням та прогнозуванням економіки, прийняттям відповідного законодавства.

У розвинених країнах світу у 1991-2000рр. частка державних витрат у відсотках до ВВП становила: у Великій Британії – 40%, Франції – 52 %, Німеччині – 46%, Швеції – 57%, США – 35%. Одже, в середньому відсоток державних витрат у цих країнах був доволі високим і становив 46%.

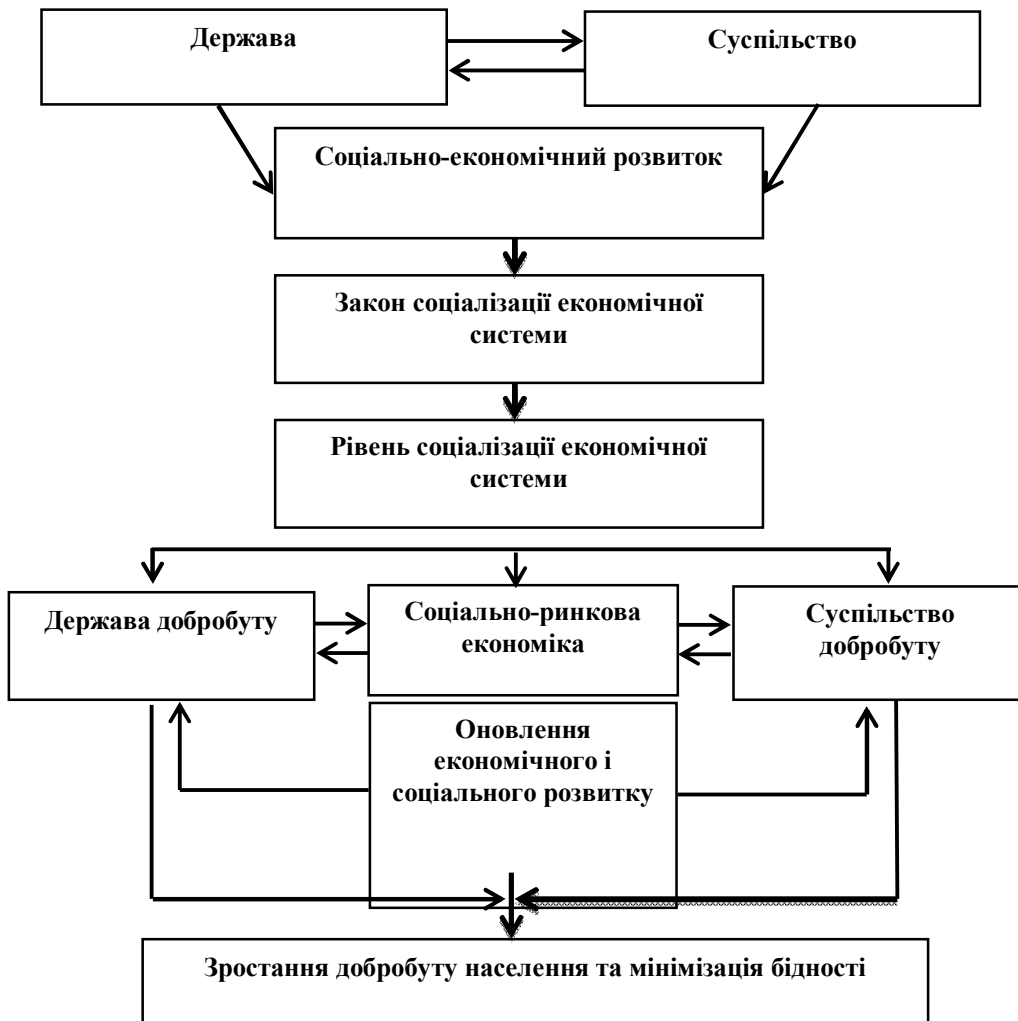


Рис. 3. Вплив соціально-ринкової економіки на державу і розвиток суспільства

Вирішення сучасних соціальних проблем в Україні є важливим завданням на шляху підвищення рівня життя населення, запровадження соціальних, економічних та демократичних стандартів європейського рівня, які визначені суспільством і поступово стають основними пріоритетами розвитку нашої держави, особливо після приєднання України в 2006 р. до Європейської соціальної хартії. Встановлення цивілізованих відносин між особистістю, суспільством і державою можливе лише за умов реалізації принципів соціальної держави, громадянського суспільства. Соціальна держава визначає і забезпечує гарантований мінімум доходів (мінімальну

заробітну плату, виплату пенсій, різні види допомоги, соціальне страхування громадян), які створюють умови для життєдіяльності в суспільстві. Базовими основами соціальної держави є гідне життя і вільний розвиток та спільна соціальна політика. Драматичною реальністю українського сьогодення є бідність працюючого населення.

Конституційна вимога щодо перетворення України на соціальну державу, незважаючи на наявні потенціальні можливості, так і не реалізувалася. Навпаки, уже традиційно здійснюється політика «соціального номіналізму», яка генерує цинічну експлуатацію працездатного населення. Упродовж усіх років державної незалежності бідність працюючого населення не зменшувалась, а наростала. Нині вже сформовано передумови спадкоємного зубожіння. У структурі витрат на одиницю виробленої продукції заробітна плата з року в рік падала і нині дорівнює 8–9%. У країнах ЄС, до стандартів якого Україна прагне долучитися, цей показник сягає 40–45%. Якщо в цивілізованих країнах через заробітну плату відбувається оборот понад 60% ВВП, то в Україні – менше 30% ВВП.

За межею бідності, яка, відповідно до стандартів ООН, становить 5 дол./день, знаходиться більшість населення України. Проте майже у 60% випадків два члени бідної сім'ї отримують зарплату. Нині щонайменше 10 млн працюючих громадян (у тому числі й управлінці) претендують на житлово-комунальні субсидії. Звідси безпрецедентний рівень тінізації та корупції в системі фінансово-економічних відносин.

Регуляторними інструментами, від яких залежить розмір мінімальної заробітної плати, в усіх країнах (і Україна – не виняток) є погодинна оплата і прожитковий мінімум, які в нас неприпустимо занижені. Бюджет-2016 передбачав погодинну оплату на рівні 8 грн. 35 коп., тобто 34 центи. Для порівняння: погодинна оплата (в євро) праці у країнах близького та далекого зарубіжжя становить: у Болгарії – 3,7; Румунії – 4,4; Литві – 5,8; Латвії – 6; Греції – 15,6; Німеччині – 31; Франції – 34,9; Данії – 39,5; Бельгії – 40,4; Швеції – 41,9. В Україні погодинна оплата є меншою на порядок, ніж у Болгарії, та майже у 13 разів – ніж у Румунії, промисловий та економічний потенціал яких значно поступався українському на момент проголошення нами державної незалежності.

Що стосується прожиткового мінімуму, то ситуація також є безрадісною. Прожитковий мінімум містить два базових компоненти: 1) вартісне вираження вкрай необхідних фізіологічних потреб людини; 2) набір соціальних, освітніх і духовних цінностей мінімально прийняттого рівня життя. Якщо взяти до уваги, що Світовий банк підняв межу бідності з 1,25 дол. до 1,9 дол. на день (57 дол. на місяць), то Бюджет-2016, у якому

прожитковий мінімум був передбачений у розмірі 1330 грн. фактично взяв даний критерій за основу, адже місячний прожитковий мінімум у країні становив не більше 55 дол., або 48 євро.

Підтримання прожиткового мінімуму гарантується мінімальною заробітною платою, а також півнем мінімальної пенсії. Розмір мінімальної зарплати в Україні з 01.09.2015р. становить 1378 грн., або 51 євро. Для порівняння: мінімальна зарплата (в євро), зокрема, в Молдові дорівнює 79; Білорусі – 170; Болгарії – 184; Румунії – 218; Литві – 300; Латвії – 360; Естонії – 390; Польщі – 410; Греції – 683. Бюджетом-2016 було передбачено підвищення мінімальної зарплати для бюджетників і найманих працівників на 12,5%. Дана цифра жодним чином не кореспондує з інфляційною динамікою та реальним знеціненням гривні, а отже, і зарплатних доходів широкого загалу. Національна грошова одиниця впала у провалля суспільної зневіри, знецінившись у 3,8 рази і, відповідно, девальвувала депозити і посилила подальше зубожіння населення.

Пенсійне забезпечення в Україні також є найнижчим у Європі. Мінімальну пенсію в розмірі 1074 грн. (43 євро) отримують 7,5 млн пенсіонерів, тобто половина від їх загальної кількості.

Невпинна еволюція соціально-економічних систем обумовлює необхідність постійної перебудови комплексу завдань, пріоритетів та інструментів економічної політики держави. Зволікання з такою перебудовою веде до втрати дієвості політики у досягненні поставлених стратегічних цілей, а отже, і до зниження її легітимності в очах більшості населення країни, «розмивання» довіри до влади в цілому. Політика трансформується у «реактивну» форму, від чого національна економіка втрачає конкурентні переваги та відтісняється на периферію глобалізаційного поступу.

Зневіра у традиційних та випробуваних на попередніх етапах інструментах регулювання ліберальної моделі економіки спирається на поширення практики отримання неочікуваних і навіть протилежних бажаним результатів державних регуляторних впливів. Причому йдеться як про важелі макроекономічної стабілізації, так і про стимулювання економічного зростання та розвитку. Показовим проявом таких дисфункцій є тривалий та суперечливий процес посткризового відновлення глобальної економіки.

1. Заохочення споживання використовувалося в антикризовій політиці як антидепресійний засіб, проте не привело до відповідного збільшення схильності до нагромадження, а отже не спрацювало в кризовому циклі на перетворення фази депресії у фазу поживлення. Адже

за відсутності дефіциту виробничих потужностей та ресурсів відновлення реагування на зростаючий попит не потребує посиленого інвестування.

2. Бюджетне стиснення і податкова лібералізація виявили, що депресивний вплив від зменшення державних видатків потужніший, ніж мотивація бізнесу від скорочення ставок податку. Натомість скорочення бюджетних витрат виводить з-під контролю уряду управління попитом і зменшує дію вбудованого бюджетного стабілізатора.

3. Дерегуляція підприємництва містить ризики погіршення структури пропозиції, які можуть перевищити її загальний стимулюючий ефект. За кволого сукупного внутрішнього попиту відбувається надмірна концентрація на напрямках з гарантованою ліквідністю продукції та деградація пропозиції відповідно до депресивного попиту (падіння якості та безпеки продукції), а фінансовий ресурс, який опиняється в розпорядженні бізнесу внаслідок заходів дерегуляції (зниження податків, обов'язкових платежів та трансакційних витрат), використовується непродуктивно через недостатню мотивацію до інвестування.

4. Конкурентна політика втрачає дієвість як стимулятор структурної модернізації через поширення інституційних (позавартісних та часто позаекономічних) чинників ціноутворення, які обумовлюють значну волатильність цін при одночасній втраті останніми функцій оцінки ефективності бізнесу.

5. Фінансова лібералізація та концентрація за рахунок цього потенційного інвестиційного ресурсу насправді через низьку норму прибутку у нефінансових секторах призводить до «перегріву» фінансових ринків і не заохочує інвестування в розвиток економіки та спільнот.

6. Відкритість економіки, яка приймається як вихідний постулат економічними теоріями «мейнстріму», виявляє частковий вплив, особливо – для перехідних економік. Виникає феномен «віртуальної відкритості», за якого на національну економічну політику накладаються обмеження, подібні до тих, що характерні для відкритих економік, проте через інституційні та структурні перешкоди практично відсутній регуляторно-коригуючий вплив на платіжний баланс і динаміку макроекономічних показників з боку міжнародних потоків капіталу.

7. Валютно-курсова лібералізація у першу чергу розкриває простір для валютних спекуляцій та призводить до блокування національної монетарної політики, проте слабо впливає на стан платіжного балансу і ще слабше – через недієвість цінових чинників конкурентоспроможності.

В умовах посилення глобалізаційних процесів зростає зацікавленість у використанні віртуальних валют. Глобальні фінансові кризи, розвиток фінансових технологій і зміна споживчих переваг щодо

підвищення мобільності, зручності, швидкості, здешевлення вартості послуг і візуалізації інформації сприяли виникненню віртуальних співтовариств із створенням і поширенням власної валюти та роздрібних платіжних систем. Це привертає увагу, з одного боку, учасників так званих схем віртуальної валюти, а з іншого – центральних банків як фінансових регуляторів.

Можливості для використання віртуальних валют є і в Україні. Наприклад, цифрової валюти як віртуального джерела фіктивного капіталу; криптовалют як атрибуту інтернет-комунікацій.

Однією з основних тенденцій сучасного світового розвитку є прискорений взаємозв'язок національних економік. Сьогодні необхідно переходити від загальних питань до конкретних механізмів і технологій виробництва та прийняття раціональних фінансових, економічних і політичних рішень на глобальному рівні, а також використовувати міжнародний досвід для підтримки вітчизняних реформ. Адже найкращим індикатором будь-якої реформи є насамперед позитивний резонанс у суспільстві та відновлення рівня довіри населення до державної влади.

Література

1. Білорус О.Г. Закономірності й тенденції відтворювальної еволюції та структурної трансформації глобального капіталу / Економічна теорія.- 2016. – № 1. – С. 5.
2. Волосович С.В. Віртуальна валюта: глобалізаційні виклики і перспективи розвитку / Економіка України – 2016-№4-с.68
3. Дученко М.М., Мельник С.В. Імплементация директив ЄС у контексті реструктуризації акцизного оподаткування в Україні / Держава та регіони – 2016. – №1. – С. 3.
4. Жаліло Я.А. Особливості реалізації економічної політики держави в умовах сучасних тенденцій суспільного розвитку / Економічна теорія- 2016 . – №1 . – С. 39.
5. Метіль Т.К. Міжнародний маркетинг регіону в умовах глобалізації / Держава та регіони . – 2016 . – №2 . – С. 13.
6. Макій А.І., Полякова Ю.В., Кучер Р.Д. Інноваційний потенціал конкурентоспроможності прикордонних районів України на сучасному етапі євроінтеграції / Регіональна економіка . – 2016. – № 2. – С. 165.
7. Широв О.М. Валютна політика України чверть сторіччя невизначеності / Економіка і прогнозування. – 2016. – № 2 . – С. 41.

Latygina Nataliia,
Professor, Doctor of Political Sciences,
Head of Philosophy and Social Sciences Department,
Kyiv National University of Trade and Economics

Latygina Alla,
Associate Professor,
Head of Foreign Philology and Translation Department,
Kyiv National University of Trade and Economics

RATIONAL CHOICE THEORY IN THE CONTEXT OF VALUES OF GLOBAL ECONOMIC ENVIRONMENT

Since the 1950s rational choice theory has come to have an extremely important role.

Why do so many of us continue to act in ways which harm the environment even though we know what we are doing is harmful? A plausible explanation is that we feel changing our own ways will have little or no impact on the overall problem; but there are major financial and other costs associated with living differently. The result is a failure of collective action in which rational self-interest leads to everyone being worse off [1, p.76]. Mancur Olson formalised this sort of argument, showing that self interested individuals would not always take part in collective action to further a shared goal. His work constitutes a fundamental critique of pluralism, which assumes that a shared interest is sufficient for political mobilisation to occur [2, p.103].

Early work in rational choice theory was carried out largely by economists, using similar methods as in standard microeconomics. Arguably the most important tool is game theory. Game theory deals with rational choice where there is strategic interdependence, others' choice of strategy effecting an individuals best choice and vice versa. Game theory has led to important developments in collective action theory, enabling us to explain why collective action failures can sometimes be avoided if the number of individual decision-makers is small. Extensive use has been made of game theory to model nuclear deterrence, arms races, disarmament and other phenomena important to international relations specialists. It has also been crucial to attempts to explain the formation of legislative coalitions.

The sub-field of social choice theory developed when economists asked whether any satisfactory and broadly democratic way could be found of aggregating the preference of individual citizens so as to arrive at a social ranking of alternatives. An example of such a procedure is to use majority rule, ranking X

above Y if X can gain a majority against Y. This method has long been known to lead to paradox where there are multiple alternatives [3, p. 15].

The central theme of the public choice sub-field is that the intervention of democratic governments to repair market failures often creates more problems than it solves. One argument is that the combination of the self-interest of bureaucrats in maximising their budgets, and bureaucratic control over information on the cost structure of state provision of public goods results in their over-provision, at the expense of the citizenry. Another important theme is rent-seeking: organised interests lobbying successfully for monopoly or quasi-monopoly powers and subsidies from states, with consequent erosion of market efficiency and slower economic growth. The literature on the political business cycle suggests that the search for electoral success through the manipulation of the economy leads to economic instability and a higher-than-optimal level of inflation [4, p. 1970].

The intellectual roots of post-war developments run back through microeconomics and welfare economics, nineteenth-century liberalism and utilitarianism, and the work of classical political economists such as Adam Smith, to the work of authors such as John Locke and Thomas Hobbes. The problem of social order and the normative justification of the state that has been central to Western political theory since the seventeenth-century hangs on whether self-interested rational individuals can provide the public good of social order without external coercion, a problem central to collective action theory [5, p. 125–126]. If rational choice theory owes an intellectual debt to the liberal tradition, repayments have been made by suggesting lines of analysis and argument. For example, John Rawls' influential work presents the idea that, within constraints set by the equal distribution of liberties and certain rights, it is just for society to maximise the well-being of the least well-off members of society [6, p.38]. The argument is that individuals who (hypothetically) did not know what social position they would occupy (and were thereby impartial) would accept rationally a social contract embodying a principle protecting themselves against the case in which they turned out to be one of the worst-off [7, p. 101].

Rational choice is, then, both a positive approach to political explanation and an overtly normative enterprise. Its strength is its ability to bring together a remarkably wide range of phenomena and concerns of political theorists under one heading.

The most important commitment of rational choice theory is that there are important forms of political behaviour that are the result of choices made with a view to the efficient achievement of given ends. While recognising that human

motivation is complex, mainstream rational choice theory assumes that individuals are self-interested.

They all have the rational capacity, time and emotional detachment necessary to choose a best course of action, no matter how complex the choice. The simplest problem conceptually is parametric decision-making under certainty in which each action has a known outcome (so there is no risk or uncertainty) and the relationship between actions and outcomes is unaffected by the actions of any other individual.

In recent years, a stream of critical commentary on rational choice theory has appeared in edited volumes and monographs (for example, Barry, Hargreaves-Heap, Hindess, Lewin, Moe, Self). In order to provide a route map let's examine four modes of criticism: (a) the internal critique of rational choice 'heretics' who wish particularly to emphasise bounded rationality; (b) the sociological critique, which centres on the way rational choice theory appears to play down social structure and holistic modes of explanation; (c) the psychologists' argument that individuals often do not act rationally in the standard sense and are motivationally and psychologically complex; and (d) the critique from mainstream political science, based on the implausibility of the assumptions made and the predictive failures of the model.

If nothing else, one would expect rational choice theory to be able to give an unambiguous account of what it means to behave rationally in all relevant contexts. However, this is not the case. There are particular problems in game theory, although decision-making under uncertainty is another area of concern. First, while there is general agreement that some equilibria do not make sense, there is little consensus on how to 'refine' the equilibrium concept so as to narrow down the alternatives. The problem is that the existence of multiple equilibria reduces the predictive power of the model. Other theories must be brought in to narrow the possibilities further [8, p.74]. For example, Schelling introduces the idea that some equilibria are prominent, having a quality of psychological or normative 'obviousness' which differentiates them from others [1, p.81]. Consider the 'divide the dollar' game, in which two players get to share a dollar only if their claims add up to exactly one dollar – a simple metaphor for distributional politics. Any pair of positive claims summing to a dollar is an equilibrium: if A claims x cents, B's can do no better than to claim $100 - x$, because if he claimed anything different, he would get zero. The equilibrium idea does nothing to narrow the range of possible outcomes. However, a fifty-fifty split of the dollar is a plausible solution because it is normatively prominent in the absence of obvious differences in need. Second, there are numerous competing solution concepts for games between more than two players where binding agreements can be made between coalition members. Each of these gives

rise to a different understanding of rational behaviour in contexts such as legislative coalition formation.

Some rational choice theorists feel that the mainstream model makes highly implausible assumptions about the rational capacity of individuals. Herbert Simon's work on bounded rationality has been particularly influential [9, p.200]. In the face of limited information, limited time and limited cognitive capacity to process information, Simon envisages individuals using standard operating procedures as a heuristic device and as a shorthand guide to rational action. For example, Moseley argues that for the post-war period up to the early 1970s, the Treasury in Britain responded to changing macroeconomic conditions in an extremely simplistic manner, deflating when the dollar exchange rate was threatened and inflating when unemployment rose above 0.5 million [10, p.70].

Decision-makers are better seen from this perspective as satisfiers rather than maximisers. In fact, they carry on what they are doing until the payoff drops below a satisfactory level, and then search for an alternative yielding a satisfactory pay-off; but the search will typically be very limited in extent and guided by procedural heuristics – and the search terminates as soon as a satisfactory alternative is found, even if it is far from optimal. Some have argued that such a pattern of decision-making, which commonly gives rise only to incremental policy change in political contexts, is normatively defensible when there is radical uncertainty. However, it can certainly lead to sub-optimal outcomes, and it is arguably a poor way of making 'big' policy decisions, even if it works for everyday decision-making.

Explanatory problems arise when the emphasis is upon procedures and levels of aspiration which define what is satisfactory and what is not. Where do the rules come from? Another difficulty is that models assuming bounded rationality are typically more complex and difficult to use to generate useful predictions.

Sociologists often claim that individual behaviour is largely a function of social structures. Choice is illusory for individuals and the rational choice approach based on individual choice is, therefore, unhelpful [11, p. 29].

In fact, an individual's structural location typically does not account completely for what she does. With regard to voting, structural variables by no means account for all the variation among individuals: individuals' perceptions of economic performance are of considerable importance. Consider the example. Neo-institutionalists often emphasise the way in which the institutional structures of government shape the world view of politicians and bureaucrats, mould their preferences and define the options they consider when making policy choices, and structure the emergence of decisions from conflicting strands of deliberation. Much of the time, individuals follow rules rather than make choices, and

individual decision-making departs from the mainstream model. Classic case studies, such as Allison's study of the Cuban Missile Crisis demonstrate that organisational structures are very important, but that individual decision-makers such as President Kennedy still had enough autonomy to influence the outcome profoundly. In general, it seems implausible either that individuals are fully autonomous or that their actions are determined completely by social structure [1, p. 83].

Even if social structure determines the individual's feasible set, beliefs and preferences, rational choice can add to the explanation by making predictions when the rational course of action is not obvious. This is especially likely to be the case where there is strategic interdependence of decision-making. Here, surprising predictions abound. Let us suppose that: the preferences of members of the working class and the bourgeoisie are completely determined by their structural location within capitalism; that the structure of the economy is such that workers control the rate of profit, via their control of wage rates; capital controls the rate of investment from the profits it earns; and that there are transitional costs for workers in moving to a socialist society. It is not at all obvious under what conditions an equilibrium involving class compromise rather than revolution will or will not exist, but game theory provides illuminating insights into this in terms of pay-off structures, discount rates and the degree of uncertainty each side faces.

The general points made here about social structure also arise in relation to norms. Drawing on the work of founding fathers of sociology such as Emile Durkheim, many sociologists emphasise norm-driven behaviour, with social norms understood to be derived from society's need for system integration.

Rational choice theorists sometimes admit norms into their arguments. But they see norms typically as generating costs and benefits to be set alongside other incentives, something that critics feel is not always an accurate description of how norms influence action. For example, one way to explain why individuals bother to register a vote despite the infinitesimal chance that this will influence the outcome of a national election in favour of their preferred party, is to say that citizens gain pleasure out of doing their citizen's duty. In deciding whether to vote they set this incentive against the costs of voting. The general implications of this line of thinking are: that people are more likely to conform to norms when conforming has low costs; and that they do not conform unreflectively.

Axelrod's work shows that rational choice can illuminate how norms evolve through a process of social selection in contexts where there is a free-rider problem, but it also shows some of the limitations of the approach. Axelrod simulates a situation in which players have a strategy both in an underlying collective action game and in relation to punishing those who defect in the

collective action game. He shows how co-operation may spread in the underlying game to become a norm, enforced by vengefulness against violators. However, he also shows that enforcement of the norm is likely eventually to erode unless there is some 'meta-norm' system which ensures that those who fail to be vengeful are punished [12, p. 1096].

Yet another variation on the basic argument concerns ideologies. Ideologies can be seen as structures of belief, assigning meaning to action. For many sociologists the key feature of human action is its meaningfulness to the individual. Rational choice may be seen as one way of investigating the meaning of others' actions, enjoining us to look at individuals' desires and beliefs, picturing these as leading to intentions and actions [11, p. 59]. However, many sociologists would argue that action can only be seen as rational or irrational within the context of a particular system of meaning, or discursive formation. Also, action often cannot be interpreted from an instrumental perspective. Indeed, symbolic and ritual action are crucial to politics. Individuals identities are formed in complex social processes in which discourses are articulated and disarticulated, giving only limited autonomy to individual human subjects. Processes of identity formation of this sort are crucial to belief and preference formation, again suggesting that important elements of the rational choice model are given by discursive social processes unamenable to rational choice methods.

It seems to us that rational choice theory need not be committed to viewing individuals as isolated social atoms any more than it is committed to seeing them as self-interested: rational choice modeling starts with given beliefs and preferences, whatever their origin.

Psychologists argue typically that individuals' motives need not reflect self-interest: envy is important and is incompatible with self-concern; drives such as revenge, guilt and greed may exist, whether or not they are acknowledged consciously. Critics have been especially worried by the exclusion of altruism from most rational choice models of politics. They argue that the empirical evidence suggests that individuals frequently act altruistically in political life. For example, while individuals' personal economic expectations may influence the way they vote, there is considerable evidence that the general state of the economy also matters, suggesting that voters are often also concerned about the well-being of others. When individuals act in accordance with social norms, there also often seems to be some sacrifice of self-interest.

Normatively orientated rational choice is not wedded to the self-interest assumption. For example, social choice theory makes no assumptions about the motives that lie behind individual preferences, being concerned only with the problem of how they might be aggregated so as to make a choice for society. Rational choice theorists interested in explaining political phenomena have

always been aware that altruism is important [13, p. 29]. Their position has often been that applications of rational choice should be confined to those areas where self interest dominates. For example M.Olson suggested that his theory of collective action would apply best to economic interest groups and not to philanthropic ones [2, p.64-65]. The question then becomes one of how much room to operate would such a self-denying ordinance leave rational choice theorists. It might also be argued that models based on self-interest, even if they are empirically false, provide a standard against which actual behaviour may be compared.

One way around the problem of altruism is to suggest that individuals get pleasure out of the happiness of others.

Altruism can take the form of disguised self-interest which confers evolutionary advantage. One example is that it may pay in evolutionary terms to help another person now in the expectation that s/he will help you in the future, so reciprocal altruism has an evolutionary basis.

Many psychologists regard synoptically rational decision making, approaching the ideal of the mainstream rational choice model, as being relatively rare. Beside the cognitive limits emphasised by authors such as Herbert Simon, emotions and unconscious drives make the level of detachment necessary for the synoptic approach highly unlikely in many settings [14, p. 325]. Decisions are often made more on the grounds of consistency with past actions, reduction of strains within the individual's belief system (cognitive dissonance), or normative orientation, than through a calculation of the most efficient means to given ends. The norms the individual adheres to and affective orientations she has may prevent feasible options being considered and relevant information being obtained, as well as biasing decision-making away from what instrumentally is rational [15, p. 37].

Decision conflicts occur when individuals can find no alternative that satisfies all their goals simultaneously. This creates problems for normative decision theory and it also tends to generate behaviour that is irrational. Decision conflicts are a source of stress.

There are widespread, systematic and fundamental deviations in behaviour from the predictions made by the expected utility model. For example, alternative descriptions of decision problems often give rise to different choices, even though they are considered to be the same when seen from the perspective of the conventional approach. Compared to what would be predicted on the basis of the expected utility model, people are often attracted unduly by small chances of large pay-offs and repelled unduly by small chances of bad ones. Rather than holding subjective probability estimates that are analogous to objectively derived estimates of risk, individuals often have diffuse and ill-defined feelings about

uncertainty and avoid ambiguity about the true risks they face. The desirability of options might effect perceptions of the chances of occurrence, as in the phenomenon of wishful thinking; or the probability of their occurrence might effect their perceived desirability, as in the phenomenon of sour grapes.

The idea that we are inhabited by multiple, conflicting selves seems to account for a number of observable forms of irrational behaviour, if only in a metaphorical manner. The idea has a very long history in philosophy and has been important to psychology, not least because of the work of Sigmund Freud. Violations of the transitivity assumption are common. Yet this assumption is fundamental to all mainstream models of decision-making. This can be connected with the idea that individuals have ‘multiple selves’ who see decisions from different points of view, leading to the impossibility of acting rationally in the conventional sense. While there may be a meta-preference ranking which tells us which self should dominate in a particular context, decision conflict may be due to inner conflict between different selves. Quattrone and Tversky argue that unconscious self-deception – implying the idea of one self deceiving another – might account for why individuals go to the voting booth at elections [16, p. 720]. The self-deception comes from believing that if you vote others like you will be encouraged to vote too, making it instrumentally rational to vote yourself. Weakness of will can be thought of as involving the inability of the ‘higher self’ to control impulsive urges, including the delay of immediate gratification in order to enjoy higher future pay-offs. The idea that we have both an instrumentally rational, self-interested self and a socially-orientated, norm-driven self provides one way of thinking about the individual tensions generated when self-interest collides with doing what is normatively right.

In the face of empirical evidence for apparent irrationality, the economist’s traditional defences are: that in a competitive environment agents have to act ‘as if’ they were rational maximisers in order to survive; and that irrational behaviour will be spotted and exploited, leading to arbitrage in the market, which will drive out the inefficient in the long run. This argument might seem to apply in politics, too. For example, a party may have little or no idea how to maximise its vote, suffer from organisational pathologies in relation to developing a winning policy platform, and may not act as a unified team. However, failure to cater to the tastes of the electorate could result in the long-run in its extinction. However, all the counter-arguments against the economist’s defence apply with at least as much force, if not more, in politics: in a rapidly changing environment, equilibrium may never be reached; in many areas – including party competition – competitive pressures are highly attenuated by barriers to the entry of more rational competitors; the selection argument does not apply if the level of rationality is uniformly relatively low [1, p. 90–91].

The evidence reviewed suggests that the mainstream models of decision-making will often be descriptively inaccurate and will make correct predictions only in more limited domains of application than some rational choice theorists believe. Of course, it can still be claimed that the mainstream models provide a standard of rational behaviour against which actual behaviour can be compared; and that some decisionmaking will approximate the mainstream model. Paralleling the arguments for the bounded rationality approach, there is a strong case for a more descriptively accurate model of the way in which individuals deal with information and uncertainty.

Many empirically-orientated political scientists contest the utility of rational choice on the grounds that it makes implausible assumptions and fails in predictive terms. Take the case of electoral competition and voting. As we have already seen, rational choice may have problems explaining why people vote at all – some interpret the survey evidence to suggest that people vote for the party they identify with, and there is evidence that issue voting, where it occurs, is not based on narrow self-interest. Even if people are issue voters, the Downsian approach fails to allow for parties manipulating the structural basis of preferences. On top of this, many argue that it is implausible that politicians are pure office-seekers, adopting policy platforms to win votes rather than out of conviction or social concern. The prediction that governments manipulate the economy to win elections seems to be false in many instances. So, Downs predicts a high degree of ideological convergence in party systems which can be well-characterised by a single left-to-right dimension where voters are bunched in the middle of the spectrum. However, this is at odds with the empirical evidence on countries such as the USA and Britain, where considerable ideological differences have existed over long periods of time, even though convergence is observed in some periods [17, p. 95].

The point here is that rational choice theorists are engaged actively in modifying their models to allow for such problems; and this is all that can reasonably be demanded. Out of a post-Downsian literature which has moved a very long way. We will pick one example. Donald Wittman's work on party competition suggests party elites moving away from their ideal policies in order to gain extra votes. However, they do so only in order to increase their chances of being able to implement policies they find relatively desirable as policies, and not to win office as such. Wittman shows that where parties are also uncertain about who will vote for them, equilibria in party competition typically will be divergent. Wittman also considers the effect of changing the size of the blocks of voters who vote on the basis of party identification rather than policy and is able to illuminate how this effects equilibria [18, p. 143]. There are numerous other examples of constructive engagement with contrary empirical evidence in diverse subfields such as bureaucracy, collective action theory and legislative coalition theory.

As we have seen, rational choice theory has been subjected to a good deal of criticism as it has become more and more important to political science. It is equally clear that rational choice theory is by no means destroyed by these criticisms and has built up a range of responses. In the light of this; how should rational choice theory develop? And what is its status within political science? Human beings are psychologically complex, frequently act irrationally and operate within meaning systems that are difficult to comprehend fully when seen from a rational choice perspective. This suggests that the domain of application of rational choice theory will by no means cover the whole of political life, and also that other approaches to human action are as indispensable as rational choice itself.

In many areas of application the mainstream rational choice model is descriptively implausible, yet individuals do make somewhat rational decisions relative to reasonably well-defined goals. To stick to the mainstream approach is to put further development of rational choice theory in a straitjacket. Thus there ought to be concerted attempts to develop further and to apply non-mainstream variants of the model, allowing for bounded rationality; choice under uncertainty incompatible with the expected utility approach; and non-egoistic and 'moral motivations'.

References

1. Theory and Methods in Political Science / Edited by David Marsh and Gerry Stoker. – London, 2015. – 328 p.
2. Olson M. The Logic of Collectiv Action: Public Goods and the Theory of Groups / M.Olson. – Cambridge Mass: Harvard University Press, 2015. – 280 p.
3. McLean I. Public Choice: An Introduction / I. McLean. – Oxford : Basil Blackwell, 2007. – 237 p.
4. Nordhaus W.D. The Political Business Cycle // W.D.Nordhaus // Review of Economic Studies. – 1975. – №42. – Pp. 1969-90.
5. Taylor M. The Possibility of Cooperation / M.Taylor. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – 300 p.
6. Rawls J. A Theory of Justice / J.Rawls. – Oxford: The Clarendon Press, 1972. – 190 p.
7. Barry B. Theories of Justice / B.Barry. – Vol.1. – Hemel Hempstead: Harvester – Wheatsheaf, 1989. – 204 p.
8. Johnson J. Is Talk Really Cheap? Prompting Conversation Between Critical Theory and Rational Choice / J.Johnson //American Political Science Review. – 2003. – №87. – Pp. 74-85.
9. Simon H.A. Models of Bounded Rationality / H.A.Simon. – Vol.2. – Cambridge, Mass: MIT Press, 1982. – 287 p.

10. Moseley P. Towards a Satisficing Theory of Economic Policy / P. Moseley // *Economic Journal*. – 2009. – №86. – Pp. 59-72.
11. Hindess B. Choice, Rationality and Social Theory / B. Hindess. – London: Unwin Hyman, 2008. – 400p.
12. Axelrod R. An Evolutionary Approach to Norms / R. Axelrod // *American Political Science Review*. – 2006. – №80. – Pp. 1095-1111.
13. Downs A. An Economic Theory of Democracy / A. Downs. – New York: Harper and Row, 2000. – 250p.
14. Elster J. The Cement of Society: A Study of Social Order / J. Elster. – Cambridge: Cambridge University Press, 1989. – 477 p.
15. Etzioni A. The Spirit of Community. Rights, Responsibilities and the Communitarian Agenda / A. Etzioni. – Crown Publishing Group, 1993. – 178 p.
16. Quattrone G.A. Contrasting Rational and Psychological Analyses of Political Choice / G.A. Quattrone, A. Tversky // *American Political Science Review*. – 1988. – №82. – Pp. 719-36.
17. Budge I. Party Policy and Government Coalitions / I. Budge, M. Laver. – London: Macmillan, 1992. – 297p.
18. Wittman D. Candidate Motivation: A Synthesis of Alternative Theories / D. Wittman // *American Political Science Review*. – 2009. – №77. – Pp. 142-57.

Ліпін М.В.,
кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософських
і соціальних наук,
Київський національний
торговельно-економічний університет

ЦІННОСТІ В ПАРАМЕТРАХ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

Впродовж минулого століття відбулось руйнування усіх великих «універсалій» класичної культури. Вони впали одна за одною, усе було піддано нігілістичному сумніву та критичному нищенню. Наприкінці залишилась тільки одна «універсалія» – це економіка. Показово, що саме ця сфера соціального буття виявилась настільки стійкою серед притаманних постмодерну різноманітних «смертей», «кінців» і «деконструкцій». Коли інші системоутворюючі фактори класичної культури один за одним відмовляли, економіка залишилась єдиним загальновизнаним фактором

порядку. Цілком природно, що у подібній ситуації економічний порядок поступово стає синонімом порядку взагалі, а розгортання креативної діяльності локалізується в межах економічної системи. Внаслідок цього до останнього часу можливість і джерело впорядкування різноманітних кризових явищ вбачались у просторі економіки. Саме на неї покладался і продовжує покладатися обов'язок бути рушійною силою соціальної модернізації. В такому контексті сталий економічний розвиток мислився майже як тотожний розвитку взагалі. Особливо сильно ці сподівання проявилися на теренах пострадянського соціуму, в межах якого відбулася *абсолютизація економіки*[1, с. 9]. Зрозуміло, що паралельно повинна була відбутись абсолютизація економічних способів мислення та економічних цінностей. В результаті світоглядних деформацій, що пережив світ в останні п'ятдесят років образ людини був редукований до виміру *homo economicus*, життя людини до ситуації прийняття економічних рішень, творчість до тих форм які могли бути успішно комерціалізованими, а вертикаль метафізичних цінностей до горизонталі економічних цін.

Загальновідомою є критика постмодернізмом метанаративів і метафізичних цінностей. У цьому ракурсі важливо підкреслити, що ситуація *post-* породжується саме логікою розвитку капіталізму зрозумілого як ринкова система, котра впорядковує сучасний соціальний устрій. Так, наприклад, на думку Ф. Джеймсона, постмодернізм є породженням транснаціонального капіталізму, він відтворює і зміцнює логіку «суспільства споживання». «Я вважаю, – писав американський вчений, – що виникнення постмодернізму тісно пов'язане з виникненням цього нового етапу, у пізньому, споживчому або багатонаціональному капіталізмі. Я вважаю також, що формальні риси постмодернізму багато в чому виражають внутрішню логіку цієї соціальної системи»[2, с. 293]. Іншими словами, ринкова система, що народжується разом з епохою модерну, в ситуації *post-* досягає свого *апогею*. Вона втілює в собі те спільне, що поєднує модерн та постмодерн у єдине ціле і дозволяє побачити у їх конфронтації та протистоянні трансформацію одного і того ж самого начала. Примус, влада і насилля, котрі приховуються за багатьма елементами модерну не зникають у пост-сучасному вимірі, навпаки вони розростаються до небачених масштабів і особливо в межах економічної системи. Те, що дійсно відрізняє їх в сучасних умовах, так це *знеособлення* і «*натуралізація*» (Р. Барт), тобто надання їм вигляду «природних» складових людського співіснування.

Таким чином проблема цінностей в економічному просторі набуває амбівалентного характеру. З одного боку цінності виявляються «зайвими» серед плюралізму і релятивізму економічної сфери. З іншого – системи цінностей починають відігравати важливу роль в сучасному суспільстві. Сама розмова про цінності починається тоді, коли вони постають як

проблема, як дещо неявне, розмите і зайве. Турбота про цінності, заклики до їх відновлення і збереження є свідченням їх втрати. Вже сама актуалізація теми цінностей свідчить про *суб'єктивізацію* людського відношення до світу, що означає втрату світом самодостатнього значення. «Цінність, – писав М. Гайдеггер, – на перший погляд передбачає, що люди, які співвідносять свою діяльність з нею, займаються чимось найціннішим; насправді цінність виявляється немічним і дірявим прикриттям для предметності суцього, що втратила об'єм і фон»[3, с. 56]. З точки зору німецького дослідника проблема цінностей виникає у тій історичній ситуації, коли людина усвідомлює себе «володарем світу». Звідси випливає наступний висновок: «воля до влади і покладання цінностей є *одним і тим самим*»[4, с. 101]. Якщо поглянути на актуалізацію аксіологічного дискурсу крізь погляди М. Гайдеггера, тоді можна припустити, що цінності слугують процесу легітимізації існуючого порядку.

Вже в наш час Роберт Інглеарт висловився стосовно ролі цінностей в суспільстві наступним чином: «вони забезпечують культурну основу для лояльного відношення до того або іншого економічного та політичного порядку»[5, с. 277]. Апеляція до цінностей в такому випадку виступає спробою перевести існуючу в конкретному часі та просторі систему суспільних відносин у вимір «вічності». Подібна процедура стає особливо затребуваною, коли на іншому боці відбувається «натуралізація» людських відносин.

Одним із засобів «натуралізації» суперечностей сучасного суспільства виступає «вилучення з історії»[6, с. 314]. Теперішнє, що намагається нескінченно тривати, втрачає здатність бути самим собою, воно не може віднайти своє місце в історії. Досвід сучасності розпадається на розрізненні фрагменти, які конкурують між собою на ринку «культурного» виробництва. «Але якщо це так, то це суворий вирок споживацькому капіталізму або, принаймні, тривожний патологічний симптом суспільства, котре втратило навички спілкування з часом та історією»[7, с. 282], – зазначає з цього приводу Ф. Джеймісон. Справа у тому, що принцип аісторичності виключає творчість як таку, адже він породжує уявлення, згідно з якими речі, світ, соціальна реальність постають перед людиною в готовому вигляді. Світ тут застигає у «незмінному» наявному вигляді, у ньому відсутній будь-який *розвиток*. Свідомий, цілеспрямований розвиток такого статичного світу і людини у ньому унеможлиблюються та позбавляється сенсу, адже єдиним призначенням такого світу залишається бути підданим *утилізації, використанню*. Подібне «вилучення з історії» є згубним як для економіки, так і всієї культури в цілому. З одного боку, завдяки цьому вони отримують

звільнення від суперечностей, що роздирають їх, але з іншого – ціною подібного «звільнення» постає втрата творчої активності.

В сучасному світі культура та економіка не протистоять одне одному. Швидше культура є тим дзеркалом у якому заломлюється тіло економіки. Проблеми останньої вибухають в образах культури. І навпаки, критика проекту раціонального впорядкування світу, яка розгорнулася у царині культури діагностує реальні «хвороби» економічної системи.

Можна визначити сучасність як епоху «кінця без кінця» (О.О. Мамалуй), що проявляється в логіці розгортання соціального устрою, який заснований на ринковій системі і прагне безкінечно відтворювати свій наявний стан. В контексті цих міркувань важливою є думка С. Леша та Дж. Уррі згідно якої сучасна стадія розвитку західного суспільства трактується як «дезорганізований капіталізм» [8]. Справа у тому, що його головною особливістю є зростаюча *швидкість*, котра долає простір. Зникає не тільки розуміння але й відчуття місця, розташування у певній точці простору. Разом із дезорганізацією відбувається дематеріалізація оточуючого світу. Немов би підкорюючись законам фізики речі в контексті соціального прискорення, розпорошуються на *інформаційні одиниці знаків*. Таке капіталістичне господарство можна визначати одночасно і як «постфордиське», і як «постмодерніське» [9, с.50]. Прискорення знищує як світ речей-товарів, так і світ *цінностей та смислів*. «Товарообіг відбувається все швидше, і об'єкти, а також культурні артефакти перетворюються на одноразові товари і поступово позбавляються смислу» [10, с. 51]. У вигляді компенсації відсутності смислу «дезорганізований капіталізм» пропонує надлишок виробництва знаків. Інформаційні потоки настільки перенасичені ними, що людина втрачає здатність сприймати їх. Подібна ситуація унеможлиблює співвіднесення знаку з тією реальністю, яку він позначає. Швидкість життя в сучасному соціумі передбачає ефективне функціонування при наявності вміння діяти згідно із мінливою сферою знаків. Причому природа останньої майже не співвідноситься з логікою об'єктивного світу. Більше того, світ редукується до конвенціонального слова-знаку. «Дезорганізований капіталізм дезорганізує і все навколо» [11, с. 51]. Висловлюючись інакше, дезорганізована економіка дезорганізовує і культуру (творчість).

Зрозуміло, що подібна ситуація так само розгортається і в «аксіологічному космосі». Конвенціональна система знаків не залишає нічого фіксованого, сталого, визначеного внаслідок чого життєвий простір людини виявляється перенасичений мінливими знаками. Так само мінливою стає творчість: вона підміняється продукуванням імітації реальності. Постійна зміна контурів знакової системи обумовлює

відповідне відношення до неї з боку індивідів. Воно не передбачає ні глибокого засвоєння смислу того, що відбувається, ні творчого відношення до змісту знакової системи, ні дійсного вчинку котрим покладається живий зміст цінностей. Достатньо просто «схопити» ту інформацію, яка уможлиблює використання цінності, знаку або товару. Відбувається розмивання фундаментальних засад культурного буття поза утворенням нового культурного фундаменту. Творчість реалізується швидше як руйнування, ніж створення, швидше як «ні» традиційним цінностям, ніж як «так» новим цінностям. «У цьому сенсі – в контексті зростаючого надлишку та швидкості обігу культурних артефактів – постмодернізм являє собою не стільки критику модернізму або радикальну відмову від нього, скільки його радикальне перебільшення [exaggeration]. Він більш сучасний, ніж сама сучасність. Постмодернізм гіперболізує процеси збільшення швидкості обігу та зменшення терміну служби суб'єктів і об'єктів» [12, с. 51], – зазначають С. Леш та Дж. Уррі.

Отже, можна припустити, що сучасна ситуація характеризується не стільки якісно новим станом, скільки кількісними метаморфозами спадщини модерну. Сьогодні ми маємо справу не з якісно новим станом творчості, а з деформаціями тієї форми творчої діяльності, котрі були притаманні ще модерну. Необхідно зазначити, що формування ринкової економіки відбувається при одночасній переорієнтації людської уваги з якісних на кількісні виміри світу. Ринок оперує перш за все кількісними параметрами. «Соціальна взаємодія між людьми з приводу виробництва, розподілу і обміну набуває специфічної, безпосередньо кількісної форми, а саме форми цін, які репрезентують пропорції в обміні і виробництві» [13, с. 83]. Наслідком цього процесу постає зникнення якісної відмінності між різними речами та людьми. Властиве сучасній економіці абстрактне відношення до світу дозволяє втягнути у власну орбіту що завгодно. У певному сенсі емблемою цього процесу може бути число, але число, котре претендує бути загальним критерієм світорозуміння перетворюється на «машину нігілізму».

Розвиток цивілізації за останні двісті років призвів до утвердження тотального панування людини на планеті. Втім, на іншому боці людського існування, паралельно розгортається криза ідентичності. У стрімких трансформаціях, що впевнено руйнують обриси «старого порядку», залишається все менше місця для людської присутності. Серед тектонічних зрушень, котрі супроводжують формування глобальної соціально-економічної системи, панування людини стверджується за рахунок втрати *особистісних параметрів*. Чим більш оптимістичними стають прогнози технократів щодо майбутнього нашої цивілізації, тим безнадійнішими

виявляються перспективи людини у ній. Якщо сучасний технологічний прогрес дозволяє вперше в історії міркувати про набуття безсмертя, то гуманітарна думка стикається з проблемою втрати смислу існування (цінності індивідуального буття) сучасною людиною.

Ще на початку ХХ століття цілий ряд мислителів констатували втрату смислу людського існування. Найбільш показовим у цьому сенсі є творчість А. Камю, котрий наполегливо виявляв симптоми абсурдності сучасного йому світу. Подібний висновок продиктований не стільки індивідуальними примхами самого філософа, скільки тією ситуацією, що почала формуватись у Західному суспільстві в першій половині минулого століття. З тих пір людський світ не став більш осмисленим, швидше навпаки, сама вимога смислу втратила екзистенціальну глибину і тому задовольняється тепер за допомогою імперативів наявної ситуації. Проблема пошуку *універсальних* засад буття наразі зникає з повістки дня, що вже унеможлиблює не те що вирішення, а навіть саму постановку питання про всезагальні ціннісні та смислові основи людського співіснування. Проте, це означає, що пропоноване, наприклад, в межах трансгуманізму безсмертя в найближчому майбутньому буде супроводжуватись, в кращому випадку, відповіддю на питання *як жити довше*, втім анітрохи не наблизиться до постановки питання *навіщо*. Навіть більше: переважна більшість ідей трансгуманізму не переймається так званими екзистенційними проблемами, а значить, висловлюючись термінами традиційної філософії, вони постають продовженням розгортання *нігілізму*. Отже, вкотре впродовж останнього століття стверджується зв'язок новоєвропейської історії з метафізикою влади і нігілізму [14, с. 95–101].

Як свідчать останні дискусії з приводу проблем генетики, клонування, біотехнологій і постгуманології подальше просування технологічного прогресу в цьому напрямку рухається в межах антропоцентризму «волі до влади» та безпосередньо залежить від розширення меж нігілізму. В іншому ракурсі ця проблема постає як необхідність *анігіляції людської сутності*, котра виступає остаточною перепорою на шляху просування сучасної глобальної системи. Таким чином ми підходимо до наступного висновку: *жага влади, що прагне самореалізації у технологічному майбутньому обертається втратою людиною пам'яті про власну сутність*.

Згідно поглядам М. Мамардашвілі нігілізм можна визначити як ситуацію домінування принципу «тільки я не можу» [15, с. 109]. Згідно цього принципу щось змінити у світі та моєму житті можуть всі інші або надприродні сили, але тільки не я. Можливість мого здійснення в такому

випадку залежить від припущення існування деякого *самодіючого механізму*. Зрозуміло, що моя участь в процесі такого здійснення є пасивною, «жертвовною» і тому безвідповідальною. В цих межах людина постає як функція, наслідок дії невідомих, ірраціональних сил. Отже, відповідно до цих міркувань, нігілізм можна охарактеризувати як процедуру виключення «місця людини у світі» та перетворення її на частину, елемент функціонування певного надіндивідуального механізму. Відповідно до цього, припущення існування будь-якої «структури», що жорстко детермінує буття окремих індивідів породжує нігілізм як спосіб світорозуміння.

Стерильність порядку продукує функціональність як єдиний та універсальний взірець існування. «Порядок формує уявлення про наявність необхідної міри пустоти, яку можна наповнити будь-чим змістом» [16, с. 258]. Оця байдужість до змісту справи перетворює нігілізм у постійного супутника організаційного порядку, котрий за будь-яку ціну прагне бути ефективним. Адже зростання інструментальної ефективності, що проголошується самоціллю функціонування системи, продукує «дія без значення» [17, с. 70], тобто таку цілеспрямовану діяльність, котра немає ніякого самостійного значення. В кінцевому рахунку так само самодостатнього значення позбавляється будь-яка цінність або смисл, вони постають лише інструментами досягнення певної сторонньої їм мети і коли ця мета виявляється досягнутою, тоді настає час позбавитись одноразової «цінності без значення».

Показовим у цьому сенсі є відоме висловлювання М. Фуко, в якому виражається важливий симптом сучасної цивілізації: «В наш час мислити можна тільки у пустому просторі, де вже немає людини. Всім тим, хто ще хоче говорити про людину і її царство, звільнення. Всім тим, хто ще хоче ставити питання про те, що таке людина і її суть, всім тим, хто хоче починати з людини у своєму пошуку істини і навпаки, всім тим, хто прив'язує будь-яке пізнання до істин людини, хто не бажає мислити без думки про те, що мислить саме людина – всім цим нісенітницям і недолугим формам рефлексії можна протиставити лише філософський сміх, тобто, висловлюючись інакше, беззвучний сміх» [18, с. 363]. Всі ми знаємо, чим завершується цей сміх – зникненням людини, як обличчя, що накреслене на піску. Для нашої теми важливим є те, що в творчості М. Фуко перспектива «смерті суб'єкта» одночасно пов'язана з перспективою *тоталізації влади*. Якщо нігілізм руйнує світ «метафізичних цінностей» та перериває доступ суб'єкта до них, то влада постає «новим» способом симуляції їх покладання.

Ще одним важливим висновком, що витікає з наведеного висловлювання є наступне: нігілізм заперечує існування об'єктивної істини і розчищає місце для становлення владних механізмів її виробництва. Проте якщо істина постає результатом випадкового зіткнення різноманітних сил, тоді у чому людська ідентичність може віднайти надійну основу? Універсалізація нігілістичного відношення до буття унеможливорює пошуки *ідентичності*, натомість вона розкриває небачені можливості зростання волі до влади, що розігруються на залишках «зникаючої людини».

Усунення людини з історичної арени відбувається з різних причин. Можна припускати, що причиною «смерті людини» є еволюція або трансформація дискурсивних практик, проте, як зазначав Ф. Джеймісон, «Будьмо серйозні: будь-хто, хто вважає, що мотив користі та логіка накопичення капіталу не є фундаментальними законами цього світу, хто переконаний, що вони не встановлюють абсолютних бар'єрів і меж соціальним змінам і перетворенням, що здійснюються в цьому світі, – така людина живе у деякому альтернативному всесвіті...» [19, с. 345]. Спираючись на це твердження, вчений послідовно доводить, що сучасна культура (постмодернізм) є вираженням логіки пізнього капіталізму, яка в кінцевому рахунку спричиняє «зникнення відчуття історії» [20, с. 307]. Людина не відчуває історії тому, що міра присутності історичного змісту в індивідуальному існуванні обумовлюється ринковою доцільністю. Втім, цей мінімум історії часто буває недостатнім щоб забезпечити людиновимірність таких способів соціального співіснування, при яких ми можемо віднаходити власну ідентичність у змісті минулого. В наш час людина зникає зі сцени історії не просто внаслідок якогось злого умислу, а швидше в результаті *втечі* від неї. Людина *біжить від історії* як від занадто обтяжливого обов'язку *бути собою*. Проте з іншого боку, подібна втеча обумовлена неможливістю *залишатися собою* в умовах дегуманізованої соціальної реальності, що конституюється розвитком ринку.

Сучасна соціально-економічна система в своїй основі містить принцип *аісторичності* як зворотній бік нігілізму. Нагадаємо, що формування доби Модерну починається саме з жесту переривання історичної неперервності. Наразі ми є нащадками цієї епохи у тому сенсі, що знову і знову прагнемо започаткувати «новий час», знову і знову відмовляється визнати причетність до власного витоку. А це значить, що ми знову і знову відтворюємо у цьому жесті нігілістичне відношення до світу як ситуацію «переходу через лінію» (Е. Юнгер). Правда, судячи з постійного відтворення жесту переривання, бажаний перехід так і не

відбувся. В масштабах всієї цивілізації свідченням цього виступає приставка «*пост-*», котра швидше видає бажане за здійснене, ніж констатує дійсний перехід. Як відомо, слідом за *пост-*модерном ми отримуємо *пост-пост-*модерн, у якому започаткована модерном криза легітимності набуває свого абсолютного вираження.

Причиною репродуктивного відтворення приставки «*пост-*» може бути відсутність усвідомлення сутнісних проблем, котрі обумовлюють необхідність цього «переходу через лінію». Відповідно, наш час, що продовжує існувати у горизонті нігілізму, усуває саму можливість виходу за межі емпіричного кола наявного, а значить і можливість виходу не просто до витоків часу нашого індивідуального існування, а й історичного часу взагалі.

Необхідно підкреслити, що джерело, витік міститься не у деякому далекому історичному минулому, куди його намагається помістити ідеологія, швидше він є тім підґрунтям, котре обумовлює логіку розвитку сьогодення і є присутнім у кожному з його моментів. Усвідомлюємо ми це або ні, але повсякденність нашого існування проростає саме з нього. Проте підґрунтя сучасності не є чимось однорідним і несуперечливим, навпаки, іманентною йому є суперечливість. Відповідно, існує можливість «вибрати» те, на що ми спираємось у власних вчинках, або інакше, до чого у витоків нашого часу ми причетні, що ми наслідуюмо, яка основа стає принципом нашого індивідуального розвитку та джерелом особистісного самоздійснення.

З самого початку свого формування суспільство доби Модерну використовує пам'ять задля утилізації минулого, за допомогою цього в історії людства відбирається тільки те, що може служити самоствердженню «волі до влади». Засади утилітарного ставлення до світу властиві структурі буржуазного суспільства, яке ґрунтується на *принципі еквівалентного обміну*. Зрозуміло, що для подібного обміну необхідною є редукція усієї багатоманітності світу до абстрактних кількісних параметрів. Час тут присутній виключно у формі «мертвого часу», що послідовно зводиться до сукупності однакових кількісних відрізків. Тому, як писав Т. Адорно, феномен «людства без пам'яті» нерозривно зв'язаний «з прогресивністю буржуазного принципу». «Обмін за своєю суттю є чимось позачасовим, як і саме *ratio*, – так само, як виключають з себе моменти часу операції чистої математики. Подібно до цього конкретний час зникає з індустріального виробництва. Останнє все більше розвивається відповідно однаковими і переривчастими, потенційно одночасними циклами і вже майже не потребує накопиченого досвіду»[21, с. 40–41]. В контексті нашої теми необхідно підкреслити те, що одним з найважливіших інструментів подібного позачасового кількісного обміну виступають *гроші*, які завдяки властивій їм формальній універсальності заперечують саму ідею свого

походження («Гроші не пахнуть!»). Гроші ворожі ідеї походження, виток, саме тому вони є «батьківщиною безрідних». Але тоді людина, що потрапляє у цей вир еквівалентного обміну втрачає культурно-історичну пам'ять і, як наслідок, власну сутність. Гроші вимивають ознаки людської сутності, пропонуючи натомість множинність ідентичностей.

Чудову характеристику перетворюючої сили грошей можна віднайти у К. Маркса в його «Філософсько-економічних рукописах 1844 року». В них гроші постають тією силою, котра здатна опосередковувати будь-яке ставлення людини до світу. Звідси витікає їх здатність замінити собою як світ, так і саму людину. В силу своєї цінності вони ефективно можуть замінити і цінності, тобто можуть в умовах абсолютизації економіки ставати абсолютною цінністю. У цьому ракурсі гроші – це чиста можливість, або, як писав К. Маркс, «справжня творча сила» [22, с. 567]. Гроші здатні розчинити сутність чого завгодно і навпаки, що завгодно відтворити, надати йому предметного вигляду. Опосередковуючи відношення людини до світу, гроші опосередковують відношення людини до інших людей і до самої себе. При абсолютизації даного способу опосередкування буття відкривається виключно у грошових формах. Як наслідок, тільки в контексті грошової оптики будь-що (включаючи цінності) набуває значення реальності, адже гроші, «що мають властивість усе купувати, усі предмети собі привласнювати, являють собою предмет у найвищому розумінні»[23, с. 573]. Таким чином, універсум починає існувати для людини завдяки грошам. Так само, як і статус реальності будь-чого засвідчується грошима. Вони надають моїм бажанням предметного втілення, але тоді те, чим я є, визначається також грошима. «Те, що існує для мене завдяки грошам, те, що я можу оплатити, тобто те, що можуть купити гроші, це – я сам, власник грошей. Наскільки велика сила грошей, настільки велика і моя сила. Властивості грошей є мої – їх власника – властивості і сутнісні сили. Тому те, що я є і що я можу зробити, визначається аж ніяк не моєю індивідуальністю»[24, с. 575]. Гроші є «загальним перекинуванням індивідуальностей, що їх вони перетворюють у їх протилежність і надають їм властивостей, які суперечать їх справжнім властивостям»[25, с. 576].

Завдяки грошам я можу бути будь-якої ідентичності, а значить, для мене не існує ніяких меж і кордонів, немає ніяких «ми» і «вони», які б не могли здолати гроші. Втім, завдяки грошам можна також відтворити будь-які кордони там, де ніколи їх не було, можна провести нездолану, «природну» межу. «Вони, дійсно, і роз'єднуюча людей «розмінна монета», і справжній сполучний засіб; вони – [всезагальна] хімічна сила суспільства»[26, с. 575]. Всі ці метаморфози можливі за умови того, що гроші здатні підмінити собою людську сутність, тому К. Маркс вважав, що гроші є нічим іншим як «відчуженою могутністю людства»[27, с. 576].

що протистоїть людині як зовнішній універсальний засіб перетворення уявлення в реальність, а реальності в уявлення. В контексті цих міркувань стає зрозумілим, що гроші можуть виступати еквівалентом будь-якої цінності.

Суспільний простір, котрий продукує тотальну монетаризацію людських відносин, призводить до того, що починається ототожнення *економічного* і *онтологічного* порядків. В силу зазначеного, може, наприклад, відбуватись перенесення джерела людського розуму до «економічного космосу». Так, наприклад, з точки зору відомого економіста Л. Мізеса «будь-яка розумна дія є одночасно і економічною дією. Будь-яка економічна дія є раціональною» [28, с. 77]. В кінцевому рахунку сфера економічного і раціонального ототожнюються з «грошовими розрахунками» [29, с. 85], що цілком логічно завершується перетворенням грошей у матеріальне втілення розуму. Але подібні метаморфози розуму спричиняють його відокремлення від світу та локалізацію в межах суб'єктивності. Всередині циркуляції вартостей «економічний космос» постає як самодостатній, а буття, навпаки, розчиняється в множинності уявлень. Подібне відокремлення раціональності від реальності має своїм наслідком замикання грошей у відтворенні самих себе («Гроші роблять гроші»). В контексті проблеми нашого дослідження це означає, що людські цінності або ідентичність виявляються лише моментом цього самовідворюючого процесу циркуляції грошей.

Справа у тому, що поза дійсним відношенням до себе як до представника роду людського, тобто того, що Г.В.Ф. Гегель називав «овнутренням», ідентичність та цінності постають суто *ідеологічним утворенням*. В якості останнього вони постають відірваними від практичного самоствердження особистості абстракціями, а значить, зменшення простору реальної участі людини в історії призводить до збільшення потреби в цінностях та ідентичності як способі *уявного набуття смислу*.

З точки зору М. Кастельса, в сучасному світі «пошук ідентичності, колективної або індивідуальної, приписаної або сконструйованої, стає фундаментальним джерелом соціальних значень» [30, с. 27], а втрата легітимності соціальними інститутами та культурою взагалі спричиняє перетворення процесу пошуку власної ідентичності у єдине джерело смислу. Іншими словами, відбувається замикання розгубленої індивідуальності у сфері приватного, яке тільки і визнається єдиним достовірним простором її свободи. Але ця «територія» поза реальною суспільною діяльністю індивіда постає як дещо *віртуальне*. «Люди все частіше організують свої смисли не навколо того, що вони роблять, але на основі того, ким вони являються, або своїх уявлень про те, ким вони являються» [31, с. 27]. Проблема полягає у тому, що в навколишньому світі

те, що М. Кастельс визначає як «глобальні мережі інструментального обміну» продовжує використовувати індивідів відповідно до власних інтересів. Як наслідок, стверджує вчений, «наші суспільства все більше структуруються навколо біполярної опозиції між Мережою і «Я» [32, с. 27].

Абсолютизація зазначеної опозиції, утім, приховує той факт, що уявлення людей про себе виявляється вже обумовлені логікою функціонування «Мережі», котра продовжує відтворювати «машину нігілізму». Процес ідентифікації давно вже став «ставкою в грі влади» [33, с. 135]. Уявлення про відмінність «персональної ідентичності» та «колективної ідентичності», або «індивідуальних цінностей» і «суспільних цінностей» тільки приховують їх взаємозв'язок. Вони конституують «его» як те, що постає перед нами, як *наявне*, і саме в такому вигляді воно не тільки є *претензією* стати суб'єктом панування над світом, але і готовністю бути *об'єктом панування*. Небезпека втрати людиною власної сутності зростає пропорційно перетворенню її в межах абсолютизації економіки на володаря усього суцього. В якості останнього вона репрезентується саме у «глобальних мережах інструментального обміну», всередині яких утилізується не тільки навколишній світ, а і сам індивід. Людина утилізує себе в процесі постійного споживання абстрактних знаків-цінностей, на базі яких відбувається вибір образів ідентичності, що нібито поставлені перед нею в готовому вигляді. Споживання готових цінностей і образів утворює тимчасову ілюзію самототожності, хоча насправді, як писав М. Гайдеггер, з самою собою, тобто зі своєї сутністю, «людина сьогодні якраз ніде вже не зустрічається ... і тому вже ніколи не може зустріти серед предметів свого уявлення самої себе» [34, с. 233]. Наш час пропонує шукати власну ідентичність і відповідні смисли у сфері уявного, втім, постає питання, якими є смисли і цінності, що конститууються навколо пустоти, котра формується на місці зникаючої сутності світу і людини?

Література

1. Базилевич В.Д., Ільїн В.В. Метафізика економіки. – К. Знання, 2007. – 718 с.
2. Джеймисон Ф. Постмодернізм, или культурная логика позднего капитализма // Современная литературная теория. Антология / Сост.И.В. Кабанова. – М.: Флинта: Наука, 2004. – С. 280–317.
3. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления: Пер. с нем. – М.:Республика, 1993. – 447 с.
4. Там само.
5. Инглегарт Р. Модернизация и постмодернизация // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под редакцией В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С.245-260.

6. Барт Р. Мифологии / Пер. с фр., Вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. – М. : Академический Проект, 2008. – 351 с.
7. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или культурная логика позднего капитализма // Современная литературная теория. Антология / Сост. И.В. Кабанова. – М.: Флинта: Наука, 2004. – С. 280–317.
8. Лэш С., Урри Дж. Хозяйства знаков и пространства. Введение // Экономическая социология. – Т. 9. – № 4. Сентябрь 2008 – Режим доступа: http://ecsoc.hse.ru/data/654/589/1234/8ecsoc_t9_n4.pdf#page=7
9. Там само.
10. Там само.
11. Там само.
12. Там само.
13. Фоули Д. Математический формализм и политэкономическое содержание // Вопросы экономики. – 2012. – № 7. – С. 82–95.
14. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления: Пер. с нем. – М.: Республика, 1993. – С. 95-101.
15. Мамардашвили М.К. Как я понимаю философию. – М.: Прогресс; Культура, 1992 – 254 с.
16. Юнгер Э. Через линию // Политическая концептология: журнал междисциплинарных исследований Научно-аналитическое издание. – 2009. – № 2. – С. 251-279.
17. Агамбен Д. Homo sacer. Суверенная власть и голая жизнь / Пер. с итал. – М.: Издательство «Европа», 2011. – 256 с.
18. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Пер. с фр. В.П. Визгина, Н.С. Автономовой ; вст. ст. Н.С. Автономовой. – СПб., 1994. – 407 с.
19. Джеймисон Ф. Марксизм и интерпретация культуры / Пер. с англ. – Москва ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2014. – С.345.
20. Там само. – С. 307.
21. Адорно Т. Что значит «проработка прошлого»? // Неприкосновенный запас. – № 2–3 (40-41). – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ado4.html>
22. Карл Маркс. Економічно-філософські рукописи 1844 року // Карл Маркс і Фрідріх Енгельс. З ранніх творів. – Київ: Видавництво політичної літератури України, 1973. – С. 566-579.
23. Там само.
24. Там само.
25. Там само.
26. Там само.
27. Там само.
28. Мизес Л. Социализм. Экономический и социологический анализ. – М. : Catalaxu, 1994, – 416 с.
29. Там само.

30. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 458 с.
31. Там само.
32. Там само.
33. Делез Ж. Фуко / пер. с франц. Е.В. Семиной. Вступит, статья И.П. Ильина. – М. : Издательство гуманитарной литературы, 1998 (Французская философия XX века). – 172 с.
34. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления: Пер. с нем. – М.:Республика, 1993. – 447 с.

Лосіцька Т.І.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
начальник науково-дослідної частини

Стукач Т.М.,

к.е.н., с.н.с., доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Київський національний торговельно-економічний університет

УКРАЇНА – ЄС: ПРІОРИТЕТИ НАЦІОНАЛЬНОГО АПК

Україна, як і будь-яка інша країна, не може нормально функціонувати, ефективно розвивати і вдосконалювати свою економіку без співпраці з іншими державами. Сучасний етап характеризується розвитком глобалізації світової економіки, виходом на перший план громадських завдань, таких як боротьба зі світовим тероризмом, вирішення глобальних проблем, особливо продовольчої та екологічної, питань наддержавного регулювання міжнародного розвитку. Тому для України дуже важливо встановити стабільні і тісні міжнародні зв'язки, для подальшого розвитку внутрішньої і зовнішньої економічної діяльності.

Дана тема є досить актуальною в усі часи, так як для досягнення стабільного, розвиненого світу країни повинні взаємодіяти між собою. І від їх взаємовідносин буде залежати майбутнє кожної держави. Міжнародні відносини весь час змінюються, і ці перетворення впливають не тільки на політику країни, а й на кожну людину. До того ж склалася на сьогодні ситуація в Україні ставить під сумнів її подальший ефективний розвиток і входження в систему світового господарювання. Саме від того, чи зуміє наша країна вирішити проблеми, які стосуються передусім внутрішньої

політики, а також незабаром налагодити відносини з країнами – партнерами залежить подальше перебування України на політичній карті як конкурентоспроможної держави.

В Україні за роки незалежності, на жаль, не розроблено чіткий алгоритм власних зовнішньополітичних пріоритетів та, як наслідок, підходи до їх реалізації. Не існує й довгострокових механізмів реалізації об'єктивних геополітичних та зовнішньополітичних інтересів держави, а також чітко визначеного зовнішньополітичного курсу, який би міг мати перманентний еволюційний перебіг, та залежати від суто державних інтересів, а не від політичних персоналій. Питання розробки та втілення у життя національної політики в галузі міжнародних відносин у XXI ст. вимагає створення цілісної системи взаємодії органів влади на центральному, регіональному та субрегіональному рівнях органів державного управління у сфері міжнародних або зовнішніх зносин.

Питаннями розвитку міжнародних відносин займалися багато вітчизняних і західні вчені. А. Сміт і Д. Рікардо розробили теорію про абсолютні і порівняльні переваги в міжнародній торгівлі, П. Самуельсон займався питанням щодо проблем і перспектив вільної торгівлі, а

Л. Уельс, Р. Вернон і Ч. Кіндельбергер висунули теорію життєвого циклу товару, в якій пояснюються зовнішньоторговельні зв'язки між державами при обміні товарами. Роботи М. Лебедевої, К. Гаджиева, А. Панкової,

О. Гончаренко та багатьох інших також були спрямовані розкриттю важливості міжнародних відносин для країни на світовій арені.

Поняття «міжнародні відносини» слід визначати як системну сукупність політичних, економічних, дипломатичних, правових, військових, гуманітарних та інших зв'язків і відносин між суб'єктами світового співтовариства, до яких відносяться держава, народ, суспільні та громадські рухи, різноманітні організації тощо. Відомий соціолог та дослідник міжнародних відносин Б. Корані під терміном «міжнародні відносини» розуміє відповідну науку та сукупність міждержавних відносин в усьому їх розмаїтті.

Міжнародні економічні відносини – сукупність економічних зв'язків і взаємин між суб'єктами, що діють на світовій арені. Головною їх особливістю є відсутність єдиного ядра центральної влади і управління. Саме тому в міжнародних відносинах велике значення мають стихійні процеси, на які впливають суб'єктивні фактори.

Що стосується важливості міжнародних відносин, то слід зазначити, що в сучасному світі країни існують, взаємодіючи між собою. Адже багато проблем не під силу вирішити лише одній країні, навіть якщо всі

можливості держави підуть тільки на їх рішення. Дана ситуація вимагає комплексного підходу, який призводить до більш тісним взаєминам між країнами. Для досягнення стабільних і тісних міжнародних зв'язків слід подолати деякі бар'єри, які виникли в результаті нераціонального розвитку вітчизняної економіки.

Україна вважається країною з високим науково-технічним і інтелектуальним потенціалом. Однак в нашій країні спостерігається «еміграція умів»: багато українців намагаються влаштувати своє життя за кордоном. Для того щоб зберегти наш інтелектуальний потенціал, слід поліпшити умови розвитку молодих фахівців, вирішити проблему, що стосується їх працевлаштування, дати їм мотивацію і розширити обсяги наукоємної продукції. На жаль, українські товари на світовому ринку характеризуються незначною конкурентоспроможністю, за рахунок низької якості, що стримує експорт і гальмує розвиток міжнародних відносин.

На сьогодні Україна – держава з давно усталеними та добре розвиненими сільськогосподарськими традиціями. У 2014–2015 рр. Україна вийшла на друге місце в світі за обсягами експорту зернових культур після США і на перше місце в світі за темпами зростання продуктивності зернового господарства [4]. Наведені досягнення свідчать про новий виток у розвитку українського агросектору. АПК України з його базовою складовою, сільським господарством, є системоутворюючим в національній економіці, формує засади збереження суверенності держави – продовольчу та у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та формує соціально-економічні основи розвитку сільських територій. Окрім стабільного забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, аграрний сектор України безперечно спроможний на вагомий внесок у вирішення світової проблеми голоду. Подальше входження до світового економічного простору, посилення процесів глобалізації, лібералізації торгівлі вимагають адаптації до нових та постійно змінних умов, а відповідно – подальшого удосконалення аграрної політики [6, с. 39].

Станом на сьогоднішній день для більшості аграрних підприємств не існує чітких стратегічних завдань щодо виробництва і збуту їхньої продукції. Здебільшого приймаються інтуїтивні рішення щодо системи реалізації виробленої продукції. Для значної кількості сільгоспвиробників це стало основною причиною занепаду бізнесу, а для споживачів – відсутністю сільськогосподарських товарів вітчизняного виробництва і це незважаючи на те, що, за даними спеціалістів, сільськогосподарський

потенціал України є високим. Серед головних причин недовикористання сільськогосподарського потенціалу називають такі:

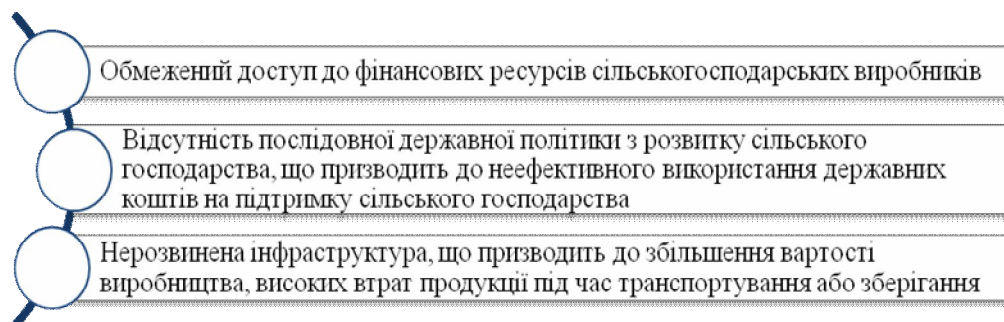


Рис. 1. Причини недовикористання сільськогосподарського потенціалу підприємствами АПК

Джерело: складено на основі [1;3;5]

Незважаючи на вищезазначені проблеми, протягом останніх кількох років спостерігається тенденція до вирівнювання балансу показників експорту – імпорту у зовнішній торгівлі агропродукцією між Україною та ЄС. За 2015 р. експорт товарів до країн ЄС становив 13017,5 млн дол. США і зменшився порівняно з 2014 р. на 23,4% (на 3985,4 млн дол.), імпорт – відповідно 15343,8 млн дол. та зменшився на 27,2% (на 5725,3 млн дол.). Негативне сальдо становило 2326,3 млн дол. (у 2014 р. також негативне – 4066,2 млн дол.). У загальному обсязі зовнішньоторговельних операцій частка країн ЄС порівняно з 2014 р. збільшилась і становила в експорті 34,1%, в імпорті – 40,9% (за 2014 р. відповідно 31,5% і 38,7%). Найбільші обсяги експорту до країн ЄС склали продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості – 31,2% від загального обсягу експорту [2; 3].

За перше півріччя 2016 року експорт товарів до країн ЄС продовжує демонструвати позитивну динаміку. Так, обсяг українського експорту товарів до країн ЄС за підсумками 6 місяців 2016 року відносно аналогічного періоду 2015 року зріс на 6,7% (на 412,1 млн. дол.). В експорті товарів до країн ЄС спостерігалось зростання обсягів по переважній більшості галузей, за виключенням продукції металургійного комплексу, мінеральних продуктів та продукції хімічної промисловості. За 6 місяців 2016 року найбільше до ЄС зросло постачання продукції АПК та харчової промисловості (на 437,5 млн дол.), деревини та паперу (на 69,7 млн дол.), машинобудування (на 68,3 млн дол.), різних промислових товарів (на

56,8 млн дол.) та продукції легкої промисловості (на 38,1 млн дол.). Особливістю експорту товарів до країн ЄС у поточному році було те, що місячні фізичні обсяги експорту були дещо вищими, ніж у відповідні періоди минулого року.

У 2015 р. відбулася диверсифікація ринків збуту сільськогосподарської продукції та продуктів харчування. На 31% зменшився експорт до країн СНД, зріс експорт продукції до США – на 33%, в Азію – на 10%, до країн Євросоюзу – на 4%. Причому географічна структура змінюється у бік збільшення часток експорту до країн Азії (частка експорту 46,6%), США (частка експорту 0,3%), інших країн (2,7%).

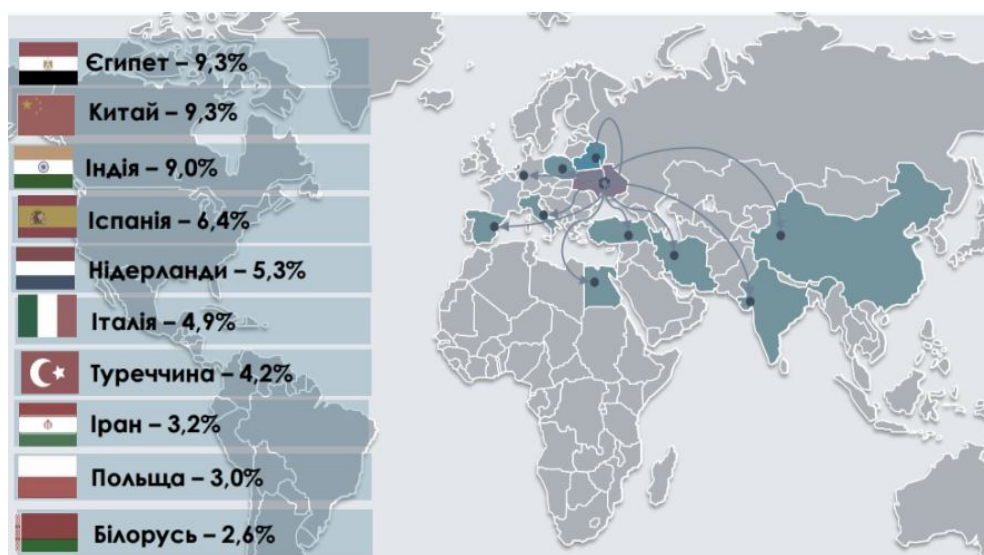


Рис. 2. Географічна структура експорту АПК за 6 місяців 2016 року [2]

До десятки країн – найбільших імпортерів української сільськогосподарської продукції увійшли Китай, Єгипет, Індія, Туреччина, Іспанія, Іран, Нідерланди, Італія, Польща, Білорусь. Лише за дев'ять місяців 2015 р. експорт аграрної продукції до цих країн склав 10,4 млрд. дол. США, що становить 37% від загального експорту України. Протягом 2015 р. для виробників продукції тваринного походження відкрились ринки Вірменії, Казахстану. Також 18 підприємств можуть експортувати молочну продукцію до КНР, розширено експорт українських яечних продуктів до Ізраїлю.

Таблиця 1

Товарна структура зовнішньої торгівлі у січні-липні 2016 року

Назва товарів	Розділ та код УКТЗЕД	Експорт			Імпорт		
		млн дол. США	у % до січня-липня 2015	у % до загального обсягу	млн дол. США	у % до січня-липня 2015	у % до загального обсягу
Усього		19545,4	89,5	100,0	20492,8	96,0	100,0
Живі тварини; продукти тваринного походження	I	387,6	87,9	2,0	343,8	118,7	1,7
Продукти рослинного походження	II	3918,3	100,2	20,0	811,5	107,8	4,0
у тому числі: зернові культури	10	3034,1	98,3	15,5	119,3	87,3	0,6
Жири та олії тваринного або рослинного походження	III. 15	2264,8	121,6	11,6	130,1	138,0	0,6
Готові харчові продукти	IV	1258,6	89,5	6,4	919,8	104,3	4,5

Джерело: складено на основі [2;3]

В цілому, за підсумками 6 місяців 2016 року експорт товарів за всіма країнами світу у порівнянні з аналогічним періодом 2015 року скоротився на 10,5% і склав 19,545 млрд. доларів. Проте, у порівнянні з січнем поточного року відбулося суттєве уповільнення темпів падіння експорту (у січні цей показник становив 31,9%). У структурі експорту товарів найбільшу частку склали продукція АПК та харчової промисловості (40,8%), продукція металургії (23,2%) та машинобудування (12,3%).

Найвагомішими чинниками позитивного сальдо сільськогосподарської продукції залишаються обсяги експорту зернових культур, м'яса птиці, яєць та яєчних продуктів (рис. 3а). У структурі експорту продукції тваринництва, найбільше екпортували курятини обсягом 3 269 т; казеїну та альбуміну (494 т); жирів та олій тваринного походження (294 т); молока згущеного (198 т); яєць птиці (77 т) (рис. 3б).

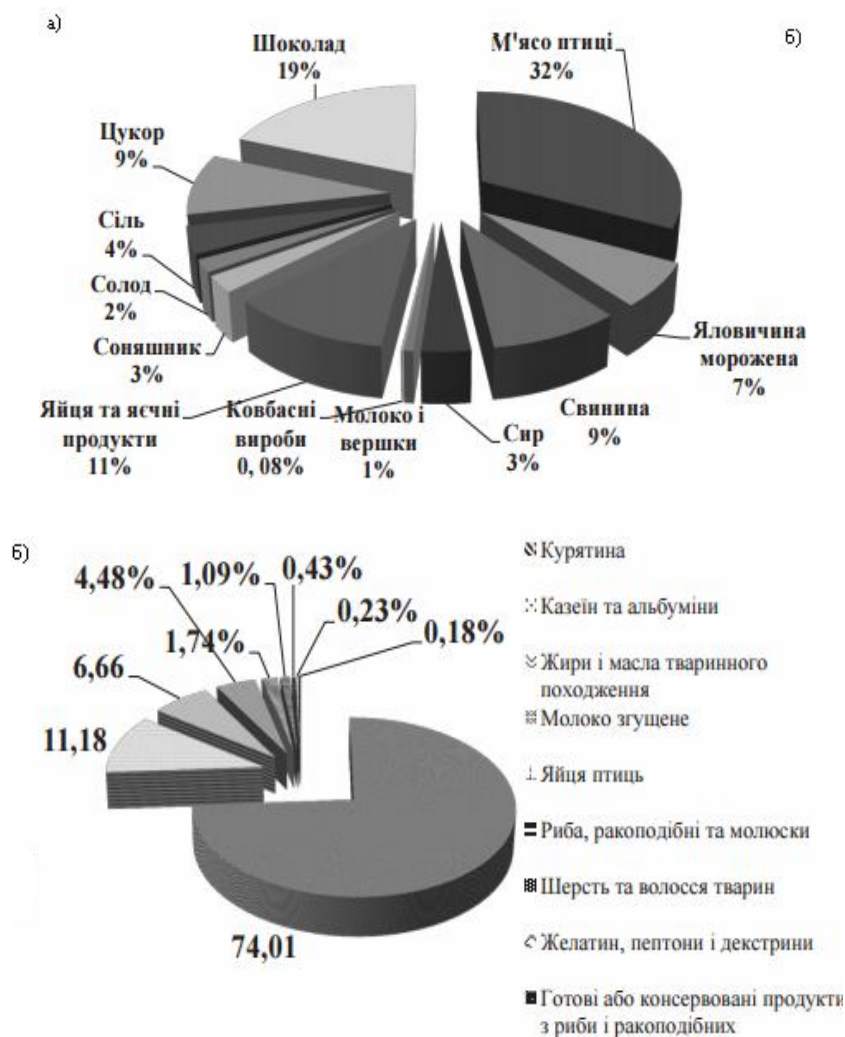


Рис. 3.

а) Товарна структура експорту продукції АПК України

б) Товарна структура експорту української продукції тваринництва у країни ЄС у 2015 р., %

Джерело: складено на основі [4]

ЄС застосовує до експорту української сільськогосподарської продукції нетарифне регулювання у вигляді квот. Так, з початку 2015 р. Україна повністю використала квоту по кукурудзі (400 тис. т), на 97,6% – по ячмінній крупі і борошну (обсяг квоти – 6,3 тис. т), на 98,8% – по

яблучному соку, виноградному – на 67% (10 тис. т), вівсу – 4 тис. т. Також в ЄС поставлено 375,1 тис. т пшениці та 5,6 тис. т ячменю в рамках безмитних квот.

АПК має значний потенціал подальшого зростання, однак на сьогодні існує ряд проблем, що суттєво стримують розвиток АПК в Україні (рис. 4).

Нерівномірність розвитку різних форм господарювання (укладів) при послабленні позицій середньорозмірного виробника внаслідок створення для різних за розмірами та соціальним навантаженням економічних суб'єктів формально однакових, але не рівних умов господарювання
Недостатність нормативно-правових засад та відсутність мотивації до кооперації та укрупнення дрібних сільськогосподарських виробників в рамках сільських громад, низька товарність виробництва продукції, ослаблення економічного підґрунтя розвитку сільських громад
Нестабільні конкурентні позиції вітчизняної сільськогосподарської продукції та продовольства на зовнішньому ринках через не завершення процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності сільськогосподарської сировини та харчових продуктів
Низькі темпи техніко-технологічного оновлення виробництва
Ризики збільшення виробничих витрат через зростання зношеності техніки, переважання використання застарілих технологій, при зростанні вартості невідновлювальних природних ресурсів в структурі собівартості
Значні втрати продукції через недосконалість інфраструктури аграрного ринку, логістики зберігання
Відсутність мотивації виробників до дотримання агроекологічних вимог виробництва
Обмежена ємність внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, обумовлена низькою платоспроможністю населення
Недостатня ефективність самоорганізації та саморегулювання ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, складність у виробленні консолідованої позиції сільськогосподарських товаровиробників у захисті своїх інтересів
Непоінформованість значної частини сільськогосподарських виробників про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі
Незавершеність земельної реформи

Рис. 4. Основні проблеми розвитку АПК в Україні

Виходячи з подальшої необхідності вирішення проблем реалізації механізмів сільського розвитку, важливим є поступовий перехід на її принципи. У процесі дослідження умов адаптації аграрного сектора економіки до європейської моделі сільського розвитку встановлено пріоритетність заходів, що відображено на рисунку 5. Отже, досягнення європейських стандартів функціонування аграрного сектора економіки можливе лише за умов визначення базових пріоритетів, що спрямовуватиме процес європейської інтеграції у відповідності до посиленої угоди між Україною та ЄС.

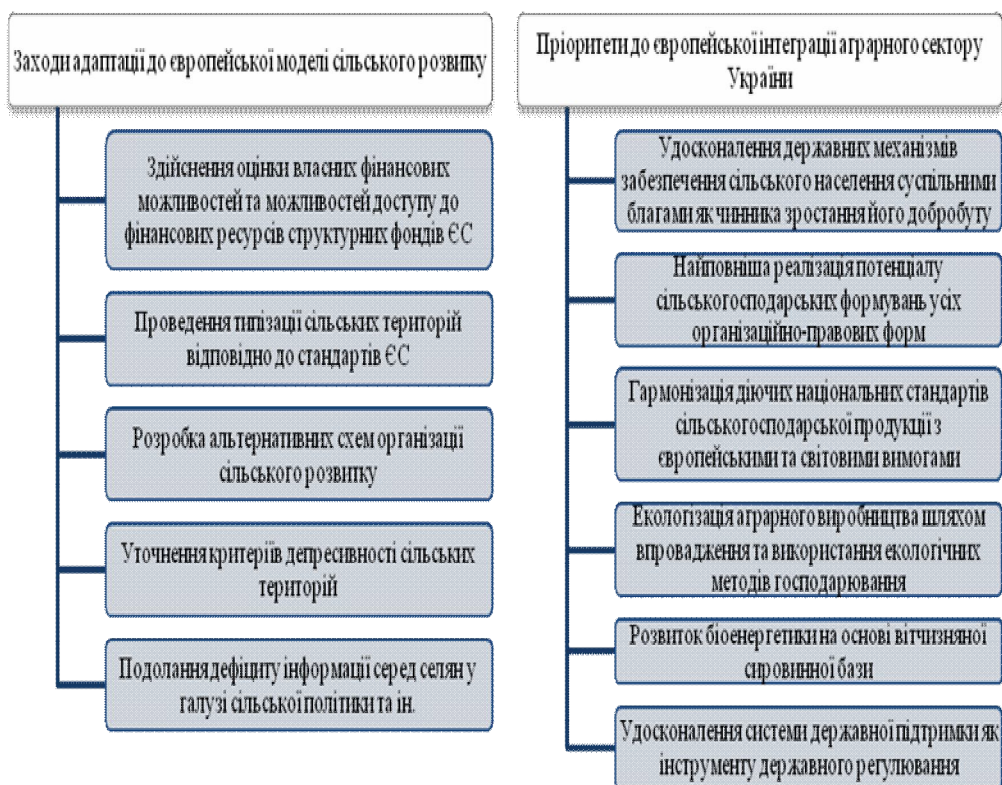


Рис. 5. Заходи та пріоритети інтеграції і адаптації до європейської моделі сільського розвитку аграрного сектору України

Джерело: складено на основі [1; 3; 5].

Аграрний сектор економіки повинен досягнути такого соціально-економічного рівня організації та ведення сільськогосподарського виробництва, який відповідає сучасним світовим і європейським вимогам при одночасному збереженні й посиленні власної ідентичності. Водночас, використання надбань, отриманих шляхом об'єднання аграрних потенціалів країн-членів регіонального інтеграційного угруповання, їх аграрних ринків та завдяки солідарній відповідальності за кінцеві результати на всіх стадіях аграрного співробітництва і спільній матеріальній зацікавленості усіх учасників інтеграційного процесу, гарантує отримання найвищого економічного результату, якого без інтеграції досягти неможливо, або ж він не є економічно доцільним. Нині до явних пріоритетів Спільної Аграрної Політики (далі – САП) слід віднести напрямки, що відображено на рис. 6.



Рис. 6. Пріоритети Спільної Аграрної Політики України та ЄС

Джерело: складено на основі [1;3;5].

Еволюція САП ЄС зумовила кардинальні, проте логічно необхідні зміни в її пріоритетах, акцентуючи на сільському розвитку. Основною рисою реформування та модифікації європейської політики сільського розвитку є її всеохоплюючий характер, координація дій у регіонах, які є малорозвиненими і мають природні перешкоди для ведення сільськогосподарського виробництва.

На основі вищезазначеного можемо зробити висновок, що за таких умов постає необхідність створення стратегії розвитку АПК України, що

включатиме в себе такі стратегічні завдання, як макроекономічний розвиток, забезпечення продовольчої безпеки та конкурентоздатність продукції АПК (рис. 7).

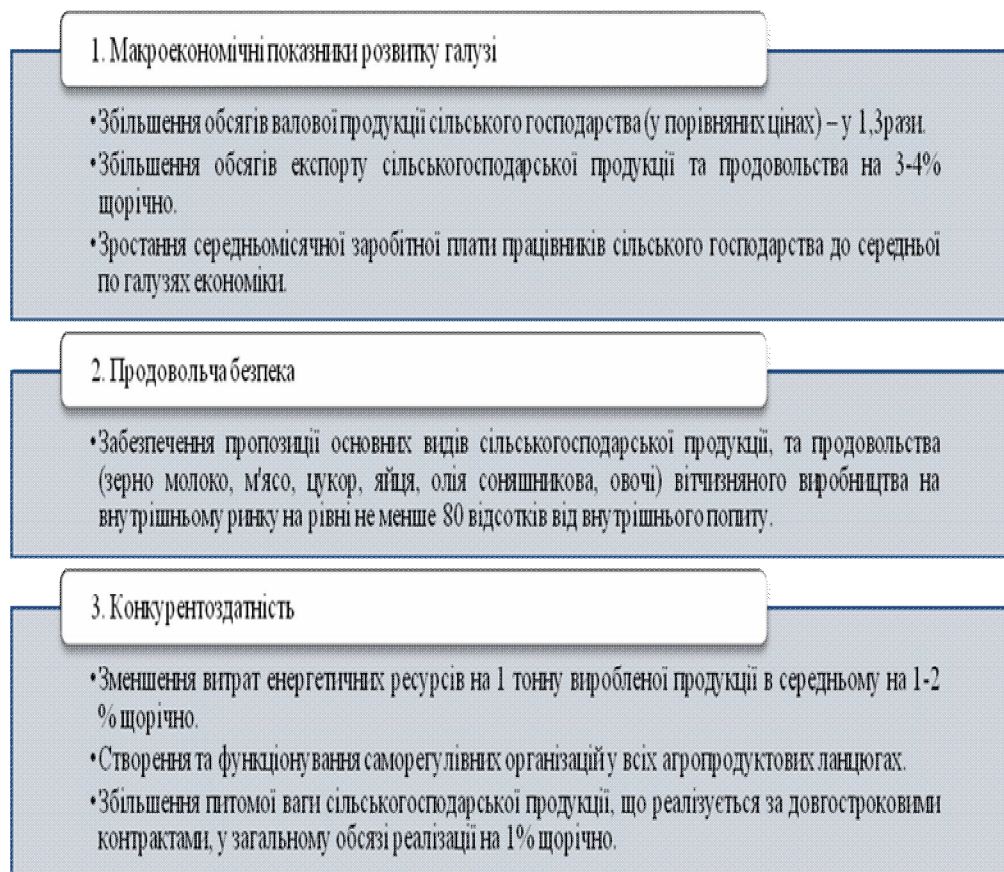


Рис. 7. Стратегічні завдання розвитку АПК України

Джерело: складено на основі [1;3;5;11]

Щодо стратегії імпортозаміщення в аграрному секторі економіки – це системний підхід, який спрямований на зменшення питомої ваги імпортової сільськогосподарської продукції у складі споживаних населенням продуктів харчування. За таких умов слід виділити п'ять кроків реалізації в Україні стратегії імпортозаміщення та стимулювання вітчизняного виробника.

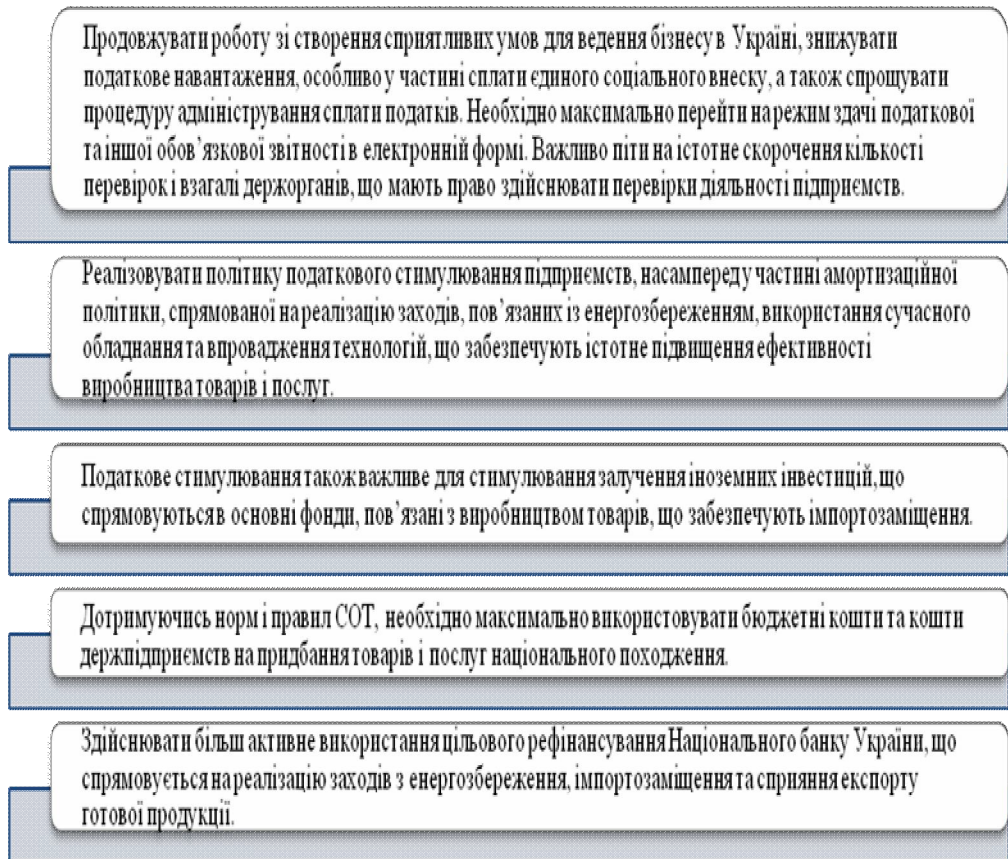


Рис. 8. Напрямки реалізації в Україні стратегії імпортозаміщення та стимулювання вітчизняного виробника

Джерело: розроблено автором

Необхідність державного регулювання стратегії імпортозаміщення в аграрному секторі економіки викликана такими причинами, По-перше, необхідністю стимулювання конкуренції та недопущення монополізму в сфері імпорتنих поставок; по-друге – необхідністю створення сприятливих умов для залучення економіки нашої країни до міжнародного поділу праці;

по-третє – залучення інвестицій та стимулювання розвитку національної економіки.

Таким чином, реалізація стратегії імпортозаміщення в аграрному секторі економіки – важлива умова підвищення конкурентоспроможності не тільки аграрного сектора, але і усієї національної економіки. Разом з тим упровадження цієї стратегії має узгоджуватися з вимогами СОТ, у тому числі – не може обмежувати принципи вільної конкуренції, вільного ціноутворення, рівності умов торгівлі для вітчизняних та іноземних товаровиробників.

Держава повинна впливати на забезпечення інноваційного підприємництва в аграрній сфері, а саме впроваджувати такі механізми для створення сприятливих умов діяльності суб'єктів господарювання: розробити механізм інноваційних структур та регулювання їх діяльності; удосконалення методів державних закупівель інновацій; створити інформаційно-аналітичні та консультаційні центри з потреб здійснення підприємництва на інноваційній основі. На сучасному етапі в Україні іншого шляху розвитку, крім інноваційного, на нашу думку, немає. Необхідно розробити концепцію переходу аграрної економіки до інноваційної моделі розвитку, яка передбачає визначення організаційних, фінансових і правових засад запровадження єдиної інноваційної системи, програмно-цільового принципу управління інноваційною діяльністю; системи підготовки спеціалістів; формування інформаційно-консалтингової мережі. На сьогодні застосування новітніх досягнень науки й техніки, прогресивних технологій та високотехнологічних напрацювань, випуск нових і екологічнобезпечних видів продуктів харчування, що користуються підвищеним попитом на внутрішньому та зовнішньому ринках, дадуть змогу досягти високої ефективності сільського господарства й мати потрібні кошти для вирішення складних завдань соціального розвитку й інфраструктурної перебудови села.

У період інтеграції сільського господарства України в світове співтовариство інноваційна концепція розвитку агротехнологій та їх технічного забезпечення набуває особливої ваги. Застосування енерготехнологічного комплексу дасть можливість сільськогосподарським товаровиробникам не лише проводити технологічні роботи в значно стисліші терміни з вищою якістю, а й комплексно розв'язувати виробничі, економічні проблеми.

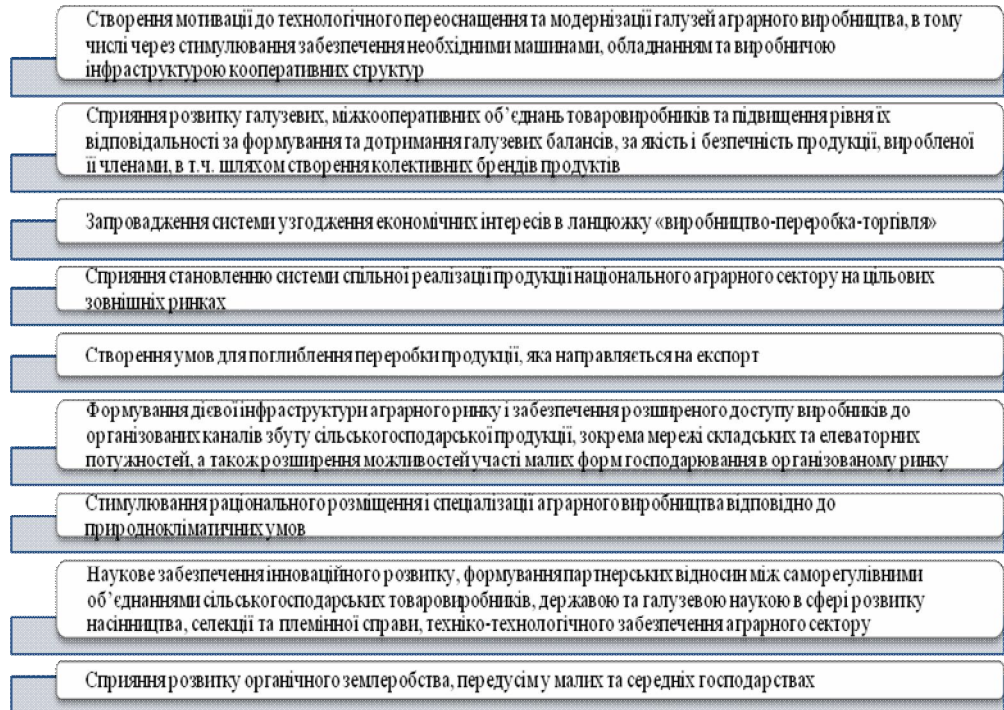


Рис. 9. Основні напрямки зростання конкурентоспроможності продукції сільського господарства та продовольства

Джерело: розроблено автором.

Отже, забезпечити стабільний, конкурентоспроможний і сталий розвиток сільського господарства в умовах прискорення глобалізаційних та інтеграційних процесів можливо лише в тому випадку, коли цей розвиток здійснюватиметься на основі інноваційної моделі.

Висновки. Україна має всі можливості розвинути свої міжнародні відносини з іншими країнами, проте для ефективної інтеграції і стабілізації відносин між державами на світовій арені, нашій країні слід, перш за все, реформувати економіку, вирішити внутрішньо-економічні і політичні питання, а також провести модернізацію виробництва, щоб відповідати міжнародним стандартам. Тільки вирішивши всі внутрішні проблеми Україна зможе продуктивно розвинути міжнародну діяльність.

Для розвитку експорту вітчизняної продукції АПК до Європейського Союзу необхідні:

– адаптація національного законодавства до європейських стандартів якості, що дозволить сформувати ефективну законодавчу базу європейського рівня і створити реальне правове поле для забезпечення рівних умов функціонування суб'єктів господарювання агропромислового комплексу;

– створення в секторі АПК України сільськогосподарських кооперативів, інших ринкових структур для організації підтримки виробників і експортерів;

– оптимізація логістики та торговельних процедур;

– підтвердження прийнятності продукту через органічні схеми сертифікації, що сприятиме встановленню довіри і довгострокових торговельних відносин з переробниками і роздрібною мережею в ЄС;

– відсутність з боку уряду заборон на експорт продуктів АПК;

– перехід до масштабнішого органічного виробництва зерна;

– запобігання шахрайства і поліпшення іміджу України на міжнародному ринку.

Література

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [Присяжнюк В.М., Зубець М.В., Саблук П.Т. та ін.]; за ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месеся-Веселяка, М.М. Федорова. –К. : ННЦІАЕ, 2012. – 1008 с.
2. Загальні підсумки експорту України в 2014-01.08.2016 рр. [Електронний ресурс]- режим доступу – <http://www.me.gov.ua/>
3. Експорт українських товарів до країн ЄС з початку року зріс на 6,7% [Електронний ресурс]. – Режим доступу -http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/09/15/7054614/view_print/
4. Експорт аграрної продукції у 2015 р. / Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>.
5. Кондратюк О.І. Стан і перспективи розвитку зернового підкомплексу в умовах глобалізації /О.І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 6. – С. 37-42.
6. Салькова І.Ю. Стан виробництва та перспективи інтеграції українських виробників зерна у світовий ринок /І.Ю. Сальькова //Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємство». – 2014. – №. 1. – С. 37–41.
7. Салькова І.Ю. Україна в міжнародній торгівлі пшеницею / І.Ю. Салькова // Економіка АПК. – 2014. – №. 1. – С. 75–78.

8. Салькова І.Ю. Формування експортного потенціалу АПК / І.Ю. Салькова // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2013. – № 3(2). – С. 312–315.
9. Следзь С. Агрокспорт / С. Следзь // Дзеркало тижня. Україна. – № 33 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua>.
10. Структура українського експорту у 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ntd-group.org>.
11. Україна нарощує експорт агропродукції до країн Азії // Економічна правда [Електронний ресурс].
12. Український експорт: підсумки I півріччя 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/News/Print?lang=uk-UA&id=3f40646d-edc8-412a-9db2-cc06ae4335d9>
13. Чинники впливу на глобальну продовольчу систему/ Пилипенко К.А. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/39_VSN_2014/Economics/12_182774.doc.htm

Микитенко Л.А.,
канд. юрид. наук, доцент
кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
Київського національного торговельно-економічного університету

ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Перехід до системи вільного переміщення товарів не привів поки що до формування повноцінного споживчого ринку. Споживчий ринок сьогодні – це ринок деформованої структури попиту через неплатоспроможність більшості населення, ринок товарів низької якості.

Децентралізація системи управління торгівлею за умови недосконалості організаційних механізмів та нормативно-правової бази, державного регулювання підприємницької діяльності, жорсткість податкової політики та її порушення, значною мірою зумовили зниження ефективності торгівлі, яка в системі деформованої галузевої економіки частково стала джерелом тіньових доходів.

Ліквідація єдиного системного державного контролю за додержанням правил і норм у сфері торгівлі, створила умови для

збільшення зловживань щодо прав споживачів. Значно погіршилась якість торговельного обслуговування, торговельні об'єкти заповнила неякісна продукція, посилились тенденції до необґрунтованого завищення цін, недобросовісної конкуренції.

Типового характеру набули такі процеси деформації розвитку внутрішньої торгівлі:

- не досягли ефективного рівня ринкові механізми взаємодії окремих ланок єдиного циклу «дослідження – виробництво – реалізація – споживання». Особливо слабким виявився взаємозв'язок торгівлі і вітчизняного виробництва, що потребує серйозної структурної перебудови і функціональної переорієнтації торговельної сфери;

- не захищеною ланкою в сфері торгівлі, залишається споживач, як боку держави так і з боку виробників (продавців);

- розміщення та закриття торговельних об'єктів відбувається стихійно, без приведення у відповідність з генеральними планами населених пунктів;

- на внутрішньому ринку триває процес зникнення багатьох асортиментних груп товарів вітчизняного виробництва, чому значною мірою сприяє витіснення їх імпортними товарами, просування яких до споживача інтенсивно фінансується іноземним капіталом;

- монополізація окремих сегментів внутрішнього споживчого ринку іноземними виробниками, відсутність можливостей фінансового забезпечення процесу переміщення товарів вітчизняні товаровиробники опинились у явно програшній конкурентній ситуації і потребують серйозного захисту своїх інтересів з боку держави;

- податкова політика держави орієнтована на офіційно зареєстровану частину підприємницького сектора на ринку торговельних послуг, що не стимулює легальних підприємців.

Як вбачається, торговельна діяльність в Україні набуває нецивілізованих форм, які не відповідають світовим стандартам, що вимагає невідкладного втручання держави.

На наше переконання, першим кроком у врегулюванні цих негативних процесів має стати прийняття уніфікованого нормативного акту, на зразок Закону «Про внутрішню торгівлю».

В Україні були спроби уніфікувати торговельну діяльність шляхом розробки Проекту Закону України «Про внутрішню торгівлю» Міністерством економічного розвитку і торгівлі України виконання Програми розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2012 року [1]. Проект Закону «Про внутрішню торгівлю» [2] був поданий до Верховної Ради України, прийнятий за основу в першому читанні а наразі,

знаходиться на доопрацюванні. Проте, подальшого нормотворення Проект не отримав.

Уряд України відмовився від ідеї ухвалення окремого закону про внутрішню торгівлю, і вирішив ввести законодавчі норми, що визначають правила ведення такої торгівлі шляхом внесення змін до вже чинних законів. Про це УНІАН повідомили в прес-службі Міністерства економічного розвитку і торгівлі. Згідно з повідомленням, таке рішення було ухвалене за результатами робочої зустрічі, яку проведено Мінекономрозвитку за участі представників Ради підприємців при Кабінеті міністрів України, Комітету Верховної Ради з питань підприємництва, регуляторної і антимонопольної політики, торгових мереж, громадських організацій. «Нагадаємо, що раніше ситуацію у внутрішній торгівлі планувалося врегулювати ухваленням окремого закону «Про внутрішню торгівлю». На виконання плану заходів з реалізації Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки з метою удосконалення нормативно-правової бази, що регулює торгівельну діяльність, підготовлено проект закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання внутрішньої торгівлі», – йдеться у повідомленні пресслужби [3].

На сьогодні, як зазначають в Мінекономрозвитку, проект закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання внутрішньої торгівлі», розроблений спільно з Радою підприємців при Кабміні, направлений на узгодження центральним органам виконавчої влади і громадським організаціям.

Проте, ми категорично не погоджуємось з цією позицією, оскільки існуюча нормативно-правова база яка регулює відносини в сфері внутрішньої торгівлі, зокрема постанова Кабінету міністрів України «Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення на ринку споживчих товарів» [4] та декілька сотень підзаконних актів, не сприяють системному підходу до врегулювання торговельних відносин, оскільки між ними або виникають суперечності, або їх важко систематизувати, що ускладнює їх використання.

Аналіз законодавчих актів та нормативно-правових документів в сфері торгівлі показує, що одним із пріоритетних напрямів забезпечення єдиного правового простору вбачається в уніфікації нормативно-правових актів в сфері торгівлі.

На наше переконання, основними цілями прийняття Закону «Про внутрішню торгівлю» мають бути:

- визначення правових та організаційних засад здійснення торговельної діяльності;
- зменшення тіньового роздрібного товарообороту;
- державна підтримка торговельної діяльності і розвиток конкуренції на засадах рівності суб'єктів підприємництва;
- дотримання прав і законних інтересів споживачів та суб'єктів господарювання;
- недопущення незаконного втручання органів державної влади та місцевого самоврядування, їх посадових осіб у діяльність суб'єктів господарювання.

Відзначимо, що Проектом Закону України «Про внутрішню торгівлю» [2] передбачено визначення основних засад провадження торговельної діяльності, а саме: визначення термінів; планування розвитку внутрішньої торгівлі шляхом запровадження нормативів щодо мінімальної забезпеченості населення торговельними площами; здійснення обліку об'єктів торгівлі, моніторингу за реалізацією та цінами на соціально значущі товари; встановлення вимог до провадження торговельної діяльності суб'єктів господарювання у сфері роздрібною торгівлі, оптової торгівлі і ресторанного господарства; встановлення системи державних органів, їх компетенції та розмежування повноважень у сфері внутрішньої торгівлі; встановлення відповідальності суб'єктів торговельної діяльності у сфері внутрішньої торгівлі за порушення вимог Закону.

Вбачається, що запропонована Концепція проекту не досконала, потребує серйозного доопрацювання, але прийняття такого нормативного акту є одним із пріоритетних в процесі нормотворення України.

В свою чергу, розглянувши запропонований проект, вважаємо за доцільне висловити свою точку зору щодо його змісту, виклавши наступні зауваження та пропозиції.

1. Нагальним є визначення торгових об'єктів, а також чітка регламентація їх розміщення (встановити вичерпний перелік процедур та документів) та відкриття.

2. На нашу думку, відносини у сфері торгівлі неможливі без участі покупця (споживача). Проте у проекті покупець як учасник відповідних суспільних відносин практично не згадується, не говорячи вже про те, що термін «захист прав споживачів» у проекті зустрічається виключно у контексті назви відповідного державного органу. У зв'язку з цим пропонуємо внести до проекту відповідні зміни та доповнення. Зокрема, перелік учасників відносин у сфері торгівлі (ст. 2) необхідно доповнити покупцями (споживачами); основні принципи провадження діяльності у сфері внутрішній торгівлі (ст. 3) – принципом захисту прав споживачів;

склад законодавства про внутрішню торгівлю (ст. 4) – законами України «Про захист прав споживачів» [5], «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [6] «Про загальну безпечність нехарчової продукції» [7]; обов'язки суб'єкта господарювання у сфері внутрішньої торгівлі (ст. 16) – обов'язком дотримання прав споживача тощо.

3. Насамперед слід звернути увагу на те, що у ст.1 Законопроекту [2], суб'єкт законодавчої ініціативи намагається дати визначення термінів, які здебільшого є загальновідомими і не наповнені специфічним юридичним змістом. Причому у певних випадках (поняття «виробничо-торговельна діяльність», «внутрішня торгівля», «суб'єкт господарської діяльності») зміст термінів розкривається не шляхом опису характерних рис явища, якому дається визначення, а шляхом перерахування його складових, що насправді не є визначенням змісту відповідного явища. Крім цього, у ряді випадків зміст понять, які даються у цій статті, формулюється таким чином, що викликає додаткові питання, на які у проекті відповіді немає. Наприклад, у визначенні змісту поняття «партія товару» йдеться про те, що це визначена «кількість товару .. згідно з окремим первинним документом». Проте що це за документ у проекті не визначено. У визначенні змісту «товарна інтервенція у роздрібну торговельну мережу» не враховано, що згідно з ст. 19 проекту [2] такі інтервенції проводяться лише щодо соціально значущих товарів. У зв'язку з цим пропонуємо вилучити вказану статтю з проекту, а визначення змісту термінів (у разі необхідності) включити до окремих статей, в яких регулюються відповідні суспільні відносини. Окрім того, ч.2 ст.5 Законопроекту [2] слід визначити порядок та умови надання торгового кредиту.

4. Звертаємо увагу на нечіткість визначення змісту дистанційної торгівлі у статті 8 Проекту [2]. Насамперед, застосування засобів зв'язку не дає можливості визначити, чи здійснюється торгівля з боку продавця поза об'єктами торгівлі. По-друге, це визначення фактично охоплює й електронну комерцію, яка, наразі врегульована окремим Законом України «Про електронну комерцію» [8]. Крім того, наявність у торговця лише офісного приміщення не у повній мірі відповідає інтересам споживача, головний інтерес якого полягає у наявності відповідного товару у суб'єкта дистанційної торгівлі. Тому останній повинен мати можливості для зберігання товарних запасів, забезпечення доставки продукції та сервісного (гарантійного) обслуговування тощо.

5. Пропонуємо викласти частину другу статі 23 у такій редакції:

«Державний нагляд (контроль) за суб'єктами господарювання у сфері внутрішньої торгівлі здійснюється відповідно до Закону України

«Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності».

Окрім того, в проекті визначити систему державних органів, які вповноважені здійснювати державний нагляд (контроль).

6. У зв'язку з тим, що дія даного законопроекту (частина 2 ст. 2) [1] не поширюється на торгівлю лікарськими засобами, пропонуємо вилучити з проекту внесення змін до ст. 19 Закону України «Про лікарські засоби» [9], оскільки регулювання торгівлі ліками не є предметом цього проекту. Зазначимо при цьому, що заборона дистанційної торгівлі лікарськими засобами може негативно позначитися на інтересах споживачів, перш за все літніх людей, які широко користуються замовленням та доставкою ліків додому.

7. Слід звернути увагу на те, що Проект не узгоджується з іншими законами, які регулюють питання легітимації торговельної діяльності. Насамперед, слід звернути увагу на те, що само визначення змісту «торгівля» дається не у цьому проекті, а у Законі України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [10]. Згідно з його ст. 1 торгівля визначається як будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари. З прийняттям спеціального закону про торговельну діяльність вважаємо юридично некоректним збереження формулювання змісту терміну «торгівля» у Законі України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [10]. У зв'язку з цим слід вилучити відповідне положення з вказаного закону та доповнити ним проект закону про внутрішню торгівлю. Так само з ст. 20 Закону України «Про захист прав споживачів» [3] слід вилучити положення про те, що Кабінет Міністрів України затверджує правила торговельного обслуговування населення, оскільки відповідне положення закріплюється у частині 12 ст. 7 проекту [2]. Необхідність внесення таких змін до Закону України «Про захист прав споживачів» пояснюється тим, що з точки зору законодавчої техніки недопустимим є дублювання однакових норм у різних законодавчих актах, оскільки це створює загрозу виникнення неузгодженості у законодавстві та посилює законодавчу ентропію

Окремого врегулювання в Проекті потребує механізм (порядок) розміщення торгових об'єктів.

Наразі, не існує єдиного нормативно-правового механізму розміщення торговельних об'єктівна це неодноразово звертали увагу вчені, зокрема Л.А. Микитенко [11, с. 9.; 12, с. 24].

Зміст статті 13 Проекту, має бути узгоджений з законодавством про містобудівну діяльність, зокрема, щодо використання для торгівлі тимчасових споруд (ст. 28 Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності») [13]. А саме, визначити підстави та порядок отримання погоджень (дозволів) на розміщення тимчасових споруд. Оскільки, в ч.1 ст. 10 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» [14], в якій передбачено, що до повноважень сільських, селищних і міських рад у сфері благоустрою населених пунктів належить, зокрема, надання дозволу на розміщення на території об'єктів благоустрою будівель і споруд соціально-культурного, побутового, торговельного та іншого призначення, визначення обсягів пайової участі їх власників в утриманні об'єктів благоустрою.

Щодо поняття «будівля» та «споруда», на які потрібно отримати дозвіл, то відповідно до наказу Держстандарту України «Державний класифікатор будівель та споруд ДК 018-2000» від 17.08.2000 № 507, споруди – це об'єкти що складаються з несучих та огорожувальних або сполучених (несуче-огорожувальних) конструкцій, які утворюють наземні або підземні приміщення, призначені для проживання або перебування людей, розміщення устаткування, тварин, рослин, а також предметів. До будівель відносяться: житлові будинки, гуртожитки, готелі, ресторани, торговельні будівлі, промислові будівлі, вокзали, будівлі для публічних виступів, для медичних закладів та закладів освіти. Споруди – будівельні системи, пов'язані з землею, які створені з будівельних матеріалів, напівфабрикатів, устаткування та обладнання в результаті виконання різних будівельно-монтажних робіт.

Об'єктами благоустрою, відповідно до ст. 13 Закону України «Про благоустрій населених пунктів» визначено: території загального користування (вулиці, парки, пляжі тощо); прибудинкові території; будівлі та споруди інженерного захисту територій; території підприємств, установ, організацій та закріплені за ними території на умовах договору.

Враховуючи вище наведене, можна припустити, що дозвіл (в розумінні Закону про благоустрій) отримується, у разі провадження торговельної діяльності лише в будівлях або спорудах, які в свою чергу є стаціонарними пунктами продажу товарів. А от на пункти дрібнороздрібної торговельної мережі (кіоски, ятки, ларьки, намети, павільйони для сезонного продажу товарів, торговельні автомати, автомагазини, автокафе, розноски, лотки, столики тощо) виходячи з аналізу вищезазначених нормативних актів, такий дозвіл не потрібний. Відповідно до наказу Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України «Про Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі» [13] дрібнорозд-

рібна торговельна мережа є однією з форм позамагазинного продажу товарів, при якій приміщення не мають торговельного залу для покупців. Тобто, вони не відносяться до стаціонарних пунктів продажу товарів.

Але, повертаючись до положень Закону України «Про благоустрій в населених пунктах» звертаємо увагу на те, що в цьому законі не дотримано, повного обсягу основних вимог до дозвільної системи у сфері господарської діяльності, встановлений частиною першою ст. 4 Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», щодо видачі вказаних дозволів. А саме, в законі про благоустрій не визначена норма, в частині, платності/безоплатності видачі, строку прийняття рішення про видачу або відмову у видачі, вичерпний перелік підстав для відмови у видачі та анулювання «дозволу на розміщення», як того вимагає законодавство про дозвільну діяльність. Тому вважати, що відповідно до Закону України «Про благоустрій населених пунктів» необхідно отримувати дозвіл на розміщення об'єкта торгівлі та сфери послуг достатніх і чітких правових підстав також немає, як не має їх і в жодному іншому законі України.

Звертаємо увагу що, в постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку повідомлення державного адміністратора або дозвільного органу про відповідність матеріально-технічної бази суб'єкта господарювання вимогам законодавства» [16], суб'єкт господарювання або уповноважена ним особа, що має намір вчинити певні дії щодо відкриття об'єкта торгівлі (провадження господарської діяльності), подає безпосередньо державному адміністраторові або дозвільному органу чи надсилає рекомендованим листом у двох примірниках декларацію відповідності. Тобто, суб'єкт господарювання який бажає відкрити торговий об'єкт, в першу чергу повідомляє державного адміністратора або представника відповідного дозвільного органу про відповідність своєї матеріально-технічної бази вимогам законодавства. *У такий спосіб суб'єкт господарювання набуває права на провадження певних дій щодо здійснення торговельної діяльності або видів торговельної діяльності без отримання документа дозвільного характеру.*

Проте, це лиш початок на шляху до відкриття об'єкту торгівлі, а саме тимчасової споруди. Встановлення і функціонування тимчасової споруди відбуватиметься відповідно до паспорту прив'язки ТС у два етапи. Перший – подається типова заява з додаванням карти прив'язки ТС до місцевості з кресленням контурів у довільній формі, на топографо-геодезичній основі М 1:500 до Департаменту містобудування і архітектури КМДА. Другий – оформити власне сам паспорт прив'язки. Для цього необхідно подати у дозвільний центр ще одну типову заяву, отримане

повідомлення Департаменту містобудування і архітектури КМДА про відповідність місця розташування ТС комплексній схемі розташування ТС, схему розміщення ТС на чинній топографо-геодезичній підоснові М 1:500, креслення фасадів ТС (або витяг з технічного паспорту, у випадку прив'язки серійного об'єкту заводського виготовлення) у кольорі М 1:50 (для всіх видів ТС), схему благоустрою прилеглої до кіюску території та технічні умови щодо інженерного забезпечення (за наявності). Після позитивного рішення Департаменту містобудування і архітектури КМДА, з суб'єктом господарювання – власником (користувачем) тимчасових споруд, укладають договір про сплату пайової участі (внеску) власників тимчасових споруд (малих архітектурних форм) в утриманні об'єктів благоустрою м. Києва (далі – пайова участь) відповідно до рішення Київської міської ради від 24.02.11 № 56/5443 «Про затвердження Порядку визначення обсягів пайової участі (внеску) власників тимчасових споруд (малих архітектурних форм) в утриманні об'єктів благоустрою м. Києва та внесення змін до деяких рішень Київської міської ради» [17].

Тобто, ми навели лише незначну частину проходження процедур для розміщення торгових об'єктів, які визначені в численних підзаконних нормативно-правових актах, які потрібно проаналізувати до початку розміщення торгового об'єкту. Але чи є в суб'єкта господарювання достатньо знань та навичок в їх аналізі та застосуванні?

Звертаємо увагу, що в Законі України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» [18] зазначено, що виключно законами, які регулюють відносини, пов'язані з одержанням документів дозвільного характеру, встановлюються: необхідність одержання документів дозвільного характеру та їх види; дозвільний орган, уповноважений видавати документ дозвільного характеру; платність або безоплатність видачі (переоформлення, видачі дублікату, анулювання) документа дозвільного характеру; строк видачі або надання письмового повідомлення про відмову у видачі документа дозвільного характеру; вичерпний перелік підстав для відмови у видачі, переоформленні, видачі дублікату, анулюванні документа дозвільного характеру; строк дії документа дозвільного характеру або необмеженість строку дії такого документа.

З огляду на це, ми переконані, що саме в Законі «Про внутрішню торгівлю» обов'язково потрібно передбачити підстави та процедурні етапи отримання дозвільних документів на початок роботи торговельних об'єктів з відсилочною нормою на підзаконний нормативний акт, де вже й визначити технічні питання оформлення, як наприклад в наказі Міністерства регіонального розвитку і будівництва «Про Порядок розміщення тимчасових споруд торговельного, побутового, соціально-

культурного чи іншого призначення для провадження підприємницької діяльності в м. Києві» від 25.12.2014.

Даним дослідження не вичерпуються всі проблемні, неврегульовані питання в правовому регулюванні торговельної діяльності. Але ми переконані, що ця та інші правові проблеми провадження торговельної діяльності, буде розв'язана шляхом прийняття Закону України «Про внутрішню торгівлю». Яким буде встановлено правові та організаційні засади здійснення внутрішньої торгівлі з урахуванням особливостей щодо різних її видів (роздрібною, дрібнороздрібною, оптовою торгівлі та ресторанного господарства).

Список використаних джерел

1. Програми розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2012 року Постанова Кабінету Міністрів України від 24.06.2009 № 632 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/632-2009-%D0%BF>
2. Проект Закону України "Про внутрішню торгівлю", затвердженої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 07.10.2009 № 1200-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0407.html
3. Уряд відмовився від закону про внутрішню торгівлю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.ua/society/806071-uryad-vidmovivsya-vidzakonu-pro-vnutrishnyu-torgivlyu.html>
4. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: Постанова КМУ від 15.06.2006 № 833 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>
5. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 № 1023-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
6. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>
7. Про загальну безпечність нехарчової продукції Закон України від 02.12.2010 № 2736-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2736-17>

8. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
9. Закон України «Про лікарські засоби» від 04.04.1996 № 123/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80>
10. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
11. Проблеми правової регламентації порядку отриманні дозволу на розміщення об'єкту торгівлі Товари і ринки. – Міжнародний науково-практичний журнал № 2(16)2013.
12. Щодо деяких питань, пов'язаних з дозволом на розміщення об'єкту торгівлі, у зв'язку з прийняттям Податкового кодексу України. Вісник господарського судочинства. – 2011. № 10. – С. 23–26.
13. Про регулювання містобудівної діяльності: Закон України від 17.02.2011 № 3038-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3038-17>
14. Про благоустрій населених пунктів від 06.09.2005 № 2807-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2807-15>
15. Про Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі: наказу Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 25.01.2008 № 21 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0091-08>
16. Про затвердження Порядку повідомлення державного адміністратора або дозвільного органу про відповідність матеріально-технічної бази суб'єкта господарювання вимогам законодавства: постанова Кабінету Міністрів України від 17.05.2006р. № 685 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/685-2006-%D0%BF>
17. Про затвердження Порядку визначення обсягів пайової участі (внеску) власників тимчасових споруд (малих архітектурних форм) в утриманні об'єктів благоустрою м. Києва та внесення змін до деяких рішень Київської міської ради: рішення Київської міської ради від 24.02.11 № 56/5443 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kmg.ligazakon.ua/SITE2/1_docki2.nsf/alldocWWW/44480351795883F7C22578A000686863?OpenDocument
18. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності Законі України від 06.09.2005 № 2806-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>

Миронець С.М.,
кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри психології
Київського національного торговельно-економічного університету

ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ГУМАНІТАРНИХ МІСІЙ В КОНТЕКСТІ ТРАНСКОРДОННОЇ БЕЗПЕКИ

*Гуманитарная деятельность
такого широкого, поистине всемирного
масштаба не возникает случайно, по
воле обстоятельств. Нужно, чтобы до
начала работы для нее было
соответствующим образом подго-
товлено орудия*

Анри Дюнан

Аналізуючи дослідження у сфері теорії катастроф, слід згадати передбачення видатного вченого, засновника теорії сталого розвитку В.І. Вернадського, який розробив теорії про ноосферу, сферу розуму, де людина своєю працею, свідомим управлінням відносинами між суспільством і природою гармонізує їх взаємодію, не допускаючи з боку суспільства руйнівного впливу на природу.

У загальному сенсі, на думку більшості дослідників у зазначеному напрямі науки, ноосфера є кінцевою метою стратегії сталого розвитку в сучасній постановці проблеми [4, с. 16].

Людина, як передбачав В.І. Вернадський (1863-1945) ще на початку ХХ століття, перетворюється на основну геотворчу силу планети, яка може поставити планету на межу глобальної екологічної катастрофи [4, с. 22].

Заслуга В.І. Вернадського, на думку іншого відомого нашого вченого академіка М.З. Згуровського, який є відомим у світових наукових колах вченим в області системної математики, нелінійного аналізу і теорії прийняття рішень у складних ситуаціях, полягає у тому, що В.І. Вернадський по суті, вводить в аналіз зв'язків системи «людина-природа» новий критерій виміру «людство як одне ціле», і переводить соціальний аналіз у глобальну площину. В центрі системи ноосферного світогляду, яка покликана забезпечити соціально-ефективне освоєння світу, знаходиться вже не просто людина з абстрактною гуманістичною системою

цінностей, яка безпристрасно показує соціальні факти впродовж тисячоліть, суцільно використовуючи для його приниження й закабалення, а людство з конкретною системою нагальних матеріальних практичних потреб та інтересів виживання теперішнього і майбутніх поколінь.

Праці В.І. Вернадського про розвиток біосфери спонукали його до необхідності розгляду планетарного аспекту діяльності людини й визнання необхідності зміни способу існування людства, – «історичний процес на очах корінним чином змінюється. Вперше в історії людства інтереси народних мас – усіх і кожного – і вільної думки особистості визначає життя людства, стають мірилом його уявлень про справедливість. Людство, взяте в цілому, стає могутньою геологічною силою. І перед ним, перед його думкою і працею постає запитання про перебудову біосфери в інтересах вільнодумної людини як єдиного цілого. Такий новий стан біосфери, до якого ми, самі цього не помічаючи, наближаємося, і є «ноосфера».

«Людство у ході свого розвитку перетворюється у могутню геологічну силу, своєю думкою і працею перетворюючи вигляд планети. Воно, з метою свого самозбереження, зобов'язано взяти на себе відповідальність за розвиток біосфери, яка перетворюється в ноосферу, а це потребує від нього певної соціальної організації й нової, екологічної й, одночасно, гуманістичної етики».

Один із відомих дослідників проблеми ноосферного розвитку А.Д. Урсул (1970) відзначає: «...якщо говорити про співвідношення понять сталості систем та ноосферного розвитку, слід сказати, що перехід на шлях сталого розвитку є початковим етапом трансформацій, направлених на становлення ноосфери (ноосферагенеза)... Ноосфера виступає як би тою цільовою орієнтацією, за якою й спрямовується перехідний процес по магістралі сталого розвитку суспільства».

Співзвучні думки висловлював відомий російський вчений А.Л. Чижевський (1897–1964), який відзначав, що «...життя всієї землі, взятої загалом з її атмо-, гідро-, літо-, і біосферою, слід розглядати як життя одного єдиного організму».

О.В. Ключевський (1841–1911) у своїх працях дослідив взаємозв'язок між катастрофами й розвитком історії людства. На думку О.В. Ключевського, окремі держави певною мірою, виникли під впливом загрози катастроф з метою необхідного, організованого захисту від них [4, с. 23–25].

Підсумовуючи ретроспективу наукових поглядів В.І. Вернадського та його послідовників, ми можемо стверджувати, що система наукових поглядів вченого, по суті, передбачила усвідомлення широкою спільнотою

світових небезпек людству та глобальних проблем, які ми спостерігаємо в наш час.

Слід констатувати той факт, що людство, як обособлений вид природи, частка матеріального світу, розвиваючись протягом тисячоліть як особлива форма життєдіяльності людей, до середини ХХ та початку ХХІ століття почало усвідомлювати реальність глобальних меж і загроз своєму способу існування – наступальна криза оточуючого середовища, активізація природних катаклізмів, через швидкий темп індустріалізації та бездумного використання земних надр збільшення НС техногенного походження, ресурсна криза, що призводить до розв'язання нових воєнних конфліктів, так звана криза воєнно-політичних методів міждержавних взаємовідносин тощо.

Проблема подолання короткострокових і довгострокових наслідків природних і техногенних катастроф на території України, країнах СНД і Східної Європи останнім часом стає принципово новим стратегічним завданням. Небезпеки і загрози сьогодні носять більш комплексний взаємопов'язаний характер. Антропогенна діяльність веде до збільшення ризику техногенних і природних катастроф. Глобальні загрози стають джерелами надзвичайних ситуацій у різних сферах життєдіяльності суспільства.

Усе частіше виникають надзвичайні ситуації на спеціальних об'єктах, у закритих для більшої частини суспільства сферах діяльності. До перерахованих небезпек необхідно додати також загрози, які можуть виникнути у зв'язку із збереженням хімічної і ядерної зброї, відпрацьованих атомних реакторів. Посилюється синергетичний характер дії надзвичайних ситуацій. Масштаб, тяжкість економічних і соціальних наслідків надзвичайних ситуацій усе більшою мірою визначається не тільки рівнем несприятливого діяння подій, але і станом суспільства в цілому. З'явилися і нові, нетрадиційні види небезпек – в інформаційній сфері, нові види захворювань, тероризм тощо [1, 4].

Тільки НС техногенного характеру на потенційно небезпечних об'єктах, а саме аварії на атомних станціях, пожежі й вибухи на промислових об'єктах, транспортні аварії тощо на теперішній час складають 75 – 80% від загальної кількості НС.

Від НС природного характеру потерпають всі частини світу, а саме 39% від загальної кількості мають місце в Азії, 26% в Америці, по 13% в Африці та Європі, по 9% в Австралії й Океанії. За даними Міжнародного Червоного Хреста природні НС у ХХ столітті позбавили життя більше ніж 11 млн. осіб. Частіше трапляються НС природного характеру, з яких тайфуни складають 34%, повені – 32%, землетруси – 13%, посухи – 9%.

Щорічно кількість постраждалих від стихійних лих збільшується, в середньому, на 6% [1]. За підсумком, у світі простежується тенденція зростання кількості постраждалих від НС природного і техногенного характеру на 8–10%. Численні страждання приносять людству різноманітні спалахи інфекційних хвороб, від яких щорічно помирає біля 1,3 млн. осіб [2]. А такі постійні супутники катастроф і стихійних лих як розгубленість, паніка, страх й безпорадність цілковито позбавляють людину здатності до само – і взаємодопомоги, яка вкрай необхідна постраждалим [3]

Отже, наведена статистика надзвичайних ситуацій та перспективи подальшого зростання їх транскордонних наслідків потребують розроблення дієвих механізмів щодо забезпечення безпеки не тільки населення, що потерпає від надзвичайних ситуацій та стихійних лих, але й для фахівців рятувальних підрозділів, що виконують завдання по рятуванню людей у складі міжнародних гуманітарних місій та рятувальних операцій.

Мета статті: полягає у висвітленні актуальних проблем та особливостей психологічного забезпечення діяльності фахівців міжнародних гуманітарних місій в контексті захисту населення і територій від наслідків надзвичайних ситуацій природного та техногенного характеру.

За останні роки кількість наукових публікацій, присвячених психологічному аналізу різних аспектів міжнародної гуманітарної діяльності, має тенденцію до зростання (В.І. Алещенко, О.Г. Караяні, Г.Г. Рощін, В.М. Невмержицький, В. І. Осьодлю, В.В. Стасюк, І.І. Приходько, О.О. Теличкін, Е.П. Утлік, О.Ф. Хміляр). Водночас всі зазначені дослідження були присвячені лише військовому аспекту, а саме міжнародній діяльності українського миротворчого контингенту. Що ж до питання психологічного забезпечення діяльності міжнародних гуманітарних місій з надання допомоги мирному населенню та організації рятувальних операцій, то цей аспект за часів отримання Україною статусу незалежної держави не досліджувався взагалі.

За часів набуття Україною незалежності проблеми психологічного забезпечення діяльності фахівців, яким доводиться виконувати завдання за межами території України, більше досліджені у військовій сфері, в питаннях участі українських вояків у Міжнародних миротворчих місіях, яка розпочалася нашою державою після схвалення Постановою Верховної Ради України від 3 липня 1992 року № 2538 – XII рішення «Про участь батальйонів Збройних Сил України в Миротворчих Силах Організації об'єднаних націй у зонах конфліктів на території колишньої Югославії тощо».

З утворенням у жовтні 1996 року Указом Президента України від 28.10.1996р. №1005 Центрального органу виконавчої влади з питань цивільного захисту населення, наша держава активно залучається до участі у Міжнародних гуманітарних місіях та рятувальних операціях. За цей час Україна неодноразового надавала допомогу іншим державам у ліквідації великомасштабних надзвичайних ситуацій природного, техногенного, соціально-політичного та воєнного характеру.

Фахівці зведених мобільних формувань Державної служби України з надзвичайних ситуацій (ДСНС), Державної служби медицини катастроф (ДСМК), інших міністерств і відомств упродовж останніх років приймали участь у подоланні медико-санітарних наслідків катастрофічної повені (Польща, 1997, Закарпаття, 1998 р, 2000 р), участь у рятувальних операціях з ліквідації наслідків потужних землетрусів в центрально-азійському регіоні (Туреччина, 1999р.; Індія, 2001 р.; Іран, 2003–2004 рр.; Пакистан, 2005 р.), надання медичної та гуманітарної допомоги в наслідок військово-політичного конфлікту (Лівія, 2011 р.). Участь у міжнародній місії з визволення заручників українських моряків з піратського полону (Судан, Сомалі, 2009 р.) та ін.

Тільки за весь період роботи у складі мобільного госпіталю МНС України в осередках потужних землетрусів медиками – рятувальниками було надано медичну допомогу понад 24 тис. постраждалих, з яких більше 3 тис. лікувались стаціонарно. Більш 20% від загальної кількості постраждалих склали діти до 14 років.

Отже, актуальність психологічного забезпечення міжнародних гуманітарних місій обумовлена низкою об'єктивних обставин, до яких слід віднести збільшення кількості надзвичайних ситуацій природного, техногенного, соціально-політичного характеру, які мають транскордонні наслідки, або настання наслідків, ліквідація яких не під силу контингенту рятувальних служб окремо взятої країни.

Багаторічний досвід психологічного забезпечення різних видів практичної діяльності доводить, що воно є ефективним засобом вирішення багатьох соціальних і психологічних проблем. Тому його ігнорування або невикористання в інтересах оптимізації діяльності зведених формувань міжнародних місій та рятувальних операцій, на наше переконання не може бути виправданим.

Унаслідок цього ефективність конкретних рекомендацій, які пропонуються вченими для розв'язання психологічних проблем міжнародної гуманітарної діяльності, не завжди дозволяє органам державного управління приймати науково-обґрунтовані, компетентні, з психологічної точки зору, рішення. Зробити це можливо лише на основі

цілісних теоретичних поглядів та єдиної технологічної схеми здійснення психологічного забезпечення діяльності фахівців в екстремальних умовах діяльності міжнародних гуманітарних місій, як це показано у працях (Лешека Ф. Коженевські, М.С. Корольчука, В.В. Стасюка, Л.А. Перелигіної, І.І. Приходька, О.В. Тімченка, О.Д. Сафіна, О.В. Сиропятова та ін.

Виходячи з аналізу науково-теоретичних джерел та результатів професійної діяльності міжнародних гуманітарних місій з'ясовано, що психологічне забезпечення їх діяльності потребує подальшого розвитку та вдосконалення. Існує необхідність уточнення індивідуально-психологічних особливостей, що детермінують поведінку фахівців гуманітарних місій в екстремальних (особливих) умовах діяльності.

Формування теорії та практики психологічного забезпечення міжнародної гуманітарної діяльності – об'єктивний процес і закономірний результат розвитку сучасного суспільства, активних інтеграційних процесів України на шляху до Європейських стандартів.

Однак для того, щоб наукове знання втілювалося у практику, стало елементом діяльності, воно повинне створити специфічний механізм такого переходу – технологію. На базі останньої розробляється сукупність технологічних засобів, форм, методів і способів їхнього використання (В.І. Алещенко, М.С. Корольчук та ін.) [5].

Дослідження особливостей діяльності зведених рятувальних загонів ми здійснювали шляхом опитування безпосередніх учасників подій (інтерв'ю, анкетування), аналізу публікацій преси, телевізійних репортажів з місця подій, аналізу документів, державних звітів про виконання завдань у складі міжнародних рятувальних місій, під час підведення підсумків за результатами виконання таких завдань, експертних оцінок діяльності фахівців. Також досліджувався актуальний стан фахівців під час безпосереднього виконання завдань (самозвіт, експрес опитування, спостереження, експертна оцінка та оцінка працездатності фахівців за їх прямими та побічними показниками тощо.).

За результатами більш ніж 15-річного наукового пошуку встановлено, що виконання завдань фахівцями зведених рятувальних загонів в екстремальних умовах виникнення надзвичайних ситуацій з психологічної точки зору характеризуються присутністю й негативним впливом на психіку фахівців широкого спектру несприятливих, дискомфортних і загрозливих факторів. Спеціалісти, які направляються в зони надзвичайних ситуацій для виконання рятувальних та інших невідкладних робіт, підлягають не тільки фізичній загрозі особистому здоров'ю (життю), але й значному ризику виникнення нервово – психічних розладів, психічних дезадаптацій і стресових станів. Останні нерідко

стають причиною зривів у професійній діяльності, зниження працездатності, міжособистісних конфліктів, порушень дисципліни, зловживання алкоголем, інших негативних явищ.

Сам процес праці фахівців зведених формувань характеризується високим нервово-психічним напруженням і мобілізацією вольових зусиль при високому темпі діяльності в умовах дефіциту часу, недопущення виникнення помилкових дій, дефіциті оперативної інформації, за цими ознаками такий тип діяльності відносять до екстремального з елементами над екстремального.

Темп діяльності персоналу у найбільш складних періодах діяльності може наближатися до граничних можливостей людини. Це потребує більшого напруження уваги, пам'яті, мислення, емоційної стійкості, мобілізації волі і призводить до скорочення психофізіологічних резервів організму людини. Домінуючими є когнітивні, комунікативні та емоційно-вольові якості особистості.

Необхідно враховувати, що досвідчені фахівці, які мають досвід виконання завдань у складі міжнародних рятувальних операцій наділені більш широкими можливостями для переробки додаткової інформації, чим менш досвідчені, в яких на фоні стресових ситуацій з'являються порушення регуляторних функцій, що може призводити до невпевненості у своїх власних силах, у деяких випадках навіть до помилкових дій. У результаті цих впливів (екстремальні фактори і висока інтенсивність діяльності) можуть настати зрив та загальне зниження стійкості, особливо психічних і психомоторних функцій.

До особливостей професійної діяльності фахівців зведених рятувальних загонів слід віднести виражену психічну напругу, яка діє під час усього часу виконання завдань у зоні надзвичайної ситуації. Найбільш типовими причинами її виникнення є висока відповідальність за результати діяльності, дефіцит часу й інформації (або надлишок) для прийняття рішення, дія перешкод, вплив несприятливих умов життєдіяльності, міжособистісна несумісність, соціально-психологічна ізоляція тощо [4].

Результати емпіричного дослідження підтвердили, що для рятувальників є характерними висока самооцінка, самовпевненість, комунікабельність, активність. Вони впевнені, що їх особистість і діяльність здатні викликати в інших повагу, симпатію, вдячність.

Як для чоловіків так і для жінок характерна висока схильність до ризику і ризиковим діям. Для рятувальників не є характерним притримуватися загальноприйнятих норм, переживати і надмірно піклуватися про своє здоров'я.

Стійкість емоційного стану, толерантність до середовища впливу, висока здатність до витіснення, дозволяють усувати особисту тривогу, можуть провокувати конфліктність у міжособистісних стосунках.

Для більшості рятувальників (70%) характерні екстернальний тип локус-контролю, тобто людина впевнена, що її успіхи і невдачі залежать, перш – за все від зовнішніх обставин – умов оточуючого середовища, дій інших людей, випадковості, везіння (невезіння) тощо. Для жінок рятувальників характерна підвищена емоційність позакризовими ситуаціями і повна стриманість емоцій під час роботи в кризових умовах.

Професія рятувальника накладає відбиток на особистість, розвиваючи в неї соціально бажані якості і приховує істинні переживання і потреби. Це нерідко призводить до формування внутрішньоособистісних конфліктів, стресів, проблем у сімейному житті та міжособистісних стосунках.

Як стверджує у своїх працях М. Корольчук [7, с. 56] дослідження поведінки особистості в екстремальних умовах, не може бути об'єктивно завершеним, без дослідження особливостей міжособистісних відносин і взаємодії в екстремальних умовах надзвичайних ситуацій і в повсякденному житті.

Результати роботи рятувальників здебільшого залежать від уміння налаштувати чітку та ефективну взаємодію між собою. Недостатня спрацьованість, злагодженість міжособистісна конфліктність призводить не тільки до помилок в діяльності, але й може потягти за собою більш серйозні наслідки, не виключаючи загибелі постраждалих, або самих рятувальників.

Колектив зведеного формування міжнародної місії має свою суборганізаційну структуру, на вершині якої стоїть керівник (бригадир), який встановлює злагодженість між іншими членами групи. Розподіл функцій між окремими членами колективу потребує не тільки великої довіри, але й чіткого узгодження дій кожного члена колективу у часі, вміння доповнити роботу один одного з метою виконання загального завдання.

У таких умовах групової діяльності виявляється недостатнім розуміння поставленої задачі всіма членами колективу (бригади) і високих професійних знань і навичок кожного. Потрібний найвищий рівень злагодженості, такий рівень взаємодії інколи називають «спрацьованістю»

Що ж до діяльності фахівців зведених рятувальних загонів міжнародних гуманітарних місій, то в цих підрозділах навіть знайомство фахівців інколи відбувається на борту літака, який прямує до пункту надання допомоги з рятування людей та ліквідації наслідків НС. Це

зумовлено тим, що біда, особливо природні стихії завжди приходять несподівано, відповідно мають свої особливості й підходи до формування таких зведених рятувальних загонів.

Такі підрозділи мають свою, відмінну від інших специфіку діяльності, яка не може бути відпрацьованою у вигляді якогось сталого алгоритму дій. При їх формуванні враховуються (місцевість, характеристика травм у постраждалого населення, хімічні, біологічні, радіаційні компоненти, категорії постраждалих (дорослі, діти, біженці, інфіковані тощо). Також слід враховувати і культуральні, політичні, соціально-економічні особливості території де передбачається виконувати завдання.

Все це визначає *актуальність проблеми* психологічного забезпечення діяльності фахівців в екстремальних умовах надзвичайних ситуацій та спонукає нас до наукового пошуку щодо її розв'язання.

Висновки. Зважаючи на невтішні тенденції щодо техногенної та природної безпеки, проблема виникнення НС невпинно зростає, здебільшого вони мають значну руйнівну силу та охоплюють ураженням значні площі, проблемою стає надання гуманітарної допомоги значним контингентам постраждалого населення. За таких умов система психологічного забезпечення професійної діяльності фахівців зведених рятувальних загонів, забезпечення безпеки їх діяльності, у тому числі і психологічної), прогнозування психогенних втрат серед фахівців та попередження психогенних розладів, повинна бути спрямована на максимальну їх адаптацію до умов життєдіяльності та професійного середовища, формування, підтримку та відновлення їх оптимальної працездатності, мати свої завдання, принципи, етапи, методи управління та включати: заходи та засоби, які можуть застосовуватись, як правило до, під час та після виконання завдань у складі зведеного рятувального загону.

Література

1. Доклад о глобальных катастрофах: роль информации при бедствиях // Междунар. Федерация Кр. Креста и Кр. Полумесяца.–Женева, 2008.– 40 с.
2. Мобільні формування Державної служби медицини катастроф : монографія / [С. О. Гур'єв, П. Б. Волянський, С. М. Миронець, А. В. Терент'єва, Г. Г. Роцін та ін.]. – К. : [б. в.], 2009. – 348 с.
3. Клименко Н.Г. Надзвичайні ситуації як об'єкт управління // Статистика України. – 2006. – № 1. – С. 83–89.

4. Миронець С. М. Негативі психічні стани рятувальників в умовах надзвичайної ситуації: монографія. / С. М. Миронець, О. В. Тімченко. – К. : ТОВ «Видавництво «Консультант», 2008. – С. 23–25.
5. Алещенко В. І. Психологічне забезпечення миротворчої діяльності військовослужбовців Збройних Сил України: Монографія. – Х. : ХУПС, 2008. – 342 с.
6. Коженевські Л.Ф. Безпека життєдіяльності – секюритологія. Проблеми, завдання, шляхи вирішення: монографія: в 2-х ч. Ч. 1 / Л.Ф. Коженевські, Я.О. Серіков. Харк.нац. акад.міськ.госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – С. 144 – 145.
7. Корольчук М.С. Соціально-психологічне забезпечення діяльності в звичайних та екстремальних умовах / М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк. – К. : Ніка-Центр, 2006. – 580 с.

Морозов А.Ю.,
доктор філософських наук, доцент,
професор кафедри
філософських та соціальних наук
Київського національного
торговельно-економічного університету

ЦІННІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В ЕПОХУ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ДО ПРОБЛЕМИ УНІВЕРСАЛЬНОГО ДОСВІДУ СУБ'ЄКТНОСТІ

Чим характеризується особистість? Чим вона відрізняється від індивіда? В чому полягає її моральна й онтологічна гідність? Яка виклики особистості, її суб'єктності несе глобалізація і світовий ринок? Чи існує універсальний досвід суб'єктності, і чи може бути корисним в цьому плані досвід релігійної традиції?

Сучасні процеси дегуманізації, відчуження і знеособлення заставляють шукати глибинні коріння розуміння особистості, сенсу її життя та гідності. І цей пошук не може бути задоволений в ситуації засилля сцієнтистської парадигми, тобто по суті суто світських модерних підходів до розуміння людини, де вона втрачаючи власну суб'єктність, перетворюється на гвинтик політичних, економічних, соціальних систем, стає об'єктом маніпуляцій з боку політичних та маркетингових

технологій. Герберт Маркузе називав такий тип людини «одновимірним», адже в ній втрачено основний вимір – свободу [1]. А без свободи і суб'єктності не існує особистості, отже сьогодні ми маємо справу із безособовою «людиною-масою» (Х. Ортега-і-Гассет), яка розучилась служити і виконувати обов'язки, вимагаючи тільки «права». Така людина-маса втрачає не лише аристократизм і шляхетність, а бодай крихітки етичного виміру. Через це філософія екзистенціалізму – особливо у версіях А. Камю та М. Гайдеггера – описує такий спосіб життя людини як неавтентичне конформістське, безвідповідальне, абсурдне екзистування в царині *Das Man* («вони говорять») [2]. Все частіше людина шукає порятунку власній особистості та суб'єктності, опору для автентичного існування в світі релігійної традиції. Міждисциплінарність сучасної пост-некласичної науки дозволяє шукати евристичну цінність у традиційних релігійних концепціях людини – зокрема, в християнстві. Бо саме там, як це не парадоксально прозвучить, і теоретично, і практично можлива повноцінна особистість як суб'єкт.

В контексті християнської традиції онтологічна гідність особи, її суб'єктність полягає в тому, що вона створена «за образом і подобою Бога». Людськість трактується як природа, що виражається в множинності особистісних існувань. Саме тому образ Бога не можна локалізувати в якій-небудь одній рисі чи здатності людської істоти, але в усій людині як цілому, і не просто в індивідуальній людині як сукупності всіх її природніх, типових властивостей, але в унікальному суб'єкті, що носить власне ім'я, і осягається в інтуїції та особистих зв'язках. Особистість перевищує природу людини – в цьому унікальність і водночас невмируща актуальність християнської ідеї. Особистість включає чи містить людську природу, але вона первинна. Спершу потрібно вивчати особистість, а потім в ній відкривати природу, але не навпаки. Особистість – це той унікальний залишок, що залишається після того, як ми описали всі риси людської природи – все те, що не описується. За вченням святих отців, особистість як образ Божий в людині, є непізнаваною, бо відображаючи повноту Першообразу, вона також володіє непізнаванністю божественного буття.

Слідуючи і розвиваючи патристичну традицію отців Церкви, відомий вчений Володимир Лосский розрізняє образ і подобу людини відповідно як потенційність та актуальність, здатність до богоспількування та реалізацію її. Основна теза Володимира Лосського полягає в тому, що існує «нередукована неідентичність особистості та індивіда» [3, с. 12]. На Заході (завдяки традиції католицизму) ці поняття стали майже синонімічними. Сьогодні особистість звели до набору індивідуальних прав і свобод. Натомість православна традиція завжди стверджувала, що

особистість перевищує індивідуальну природу людини. Особистість – це дещо надіндивідуальне. Природа людини («родова сутність», як сказали би марксистки) у всіх людей однакова. Це спільний знаменник всього людства, універсальний ґрунт для подальшого зростання. Природа нагадує пластичний матеріал, який набуває конкретну форму у часі і просторі життя. Спочатку на цьому матеріалі виростає живий організм. Індивід – цвітіння живого на ґрунті природи. Щодо особистості, то її можна порівняти із плодом. Все цвіте, але не все приносить плід. Індивід – категорія кількісна, статистична, математична, а особистість – категорія, що вказує на якість, тобто неповторність, самобутність, унікальність, несхожість на Іншого; якість не дана, а задана як смислове майбутнє, як сяяння далекої зірки, що зріє на внутрішньому небосхилі душі.

Хр. Янараспише, що індивід – це «відмова або нехтування особистісною неповторністю, спроба визначити людське існування через об'єктивні риси людської природи» [4, с. 25]. Індивід – це категорія соціології та політики, що слугує раціональній стандартизації людей. Індивід – це суспільна одиниця, носій певних характеристик, потреб і бажань, спільних для всіх. Права індивідів, суспільна справедливість для індивідів – все це нехтує особистісною неповторністю. Особистість розкривається лише у спілкуванні, творчості та взаєминах любові.

Мета індивідуального розвитку людини – стати особистістю. Особистість народжується у подоланні природи, у боротьбі проти інертного «людського матеріалу», у «трансценденції» даного: спочатку в сенсі розкриття «можливого» (як актуалізація закладених потенцій біологічної природи), а потім як рух у бік «неможливого» (як актуалізація понад-природного, благодатного, тобто розкриття іпостасної природи). Особистість не зводиться до індивіда, що виростає на ґрунті інертного «людського матеріалу», хоча й не може повністю від нього повністю звільнитися.

Якщо абстрагуватися від релігійного контексту і спробувати «вичавити» сухий філософський залишок догмату про створення «за образом і подобою», це означатиме, що ми є вільними суб'єктами, які володіють центрованістю «Я», здатним до трансцендіювання. Саме це є передумовою процесу морального самоствердження і самоздійснення людини, сутністю якого є трансформація індивіда в унікальну неповторну особистість. Без «Я» людина не була б здатна стати самою собою, приймати відповідальність за своє життя, бути вільною, вступати в рівноправний діалог з іншими тощо. На наш погляд, новоєвропейські уявлення про суб'єктність людини, її свободу і автодетермінізм свідомо чи несвідомо завжди трималися саме на ґрунті цього християнського догмату.

Суб'єктність сприймалася на віру як щось samozрозуміле, бо її гарантом виступав божественний над-суб'єкт. Можливо саме тому із подальшою секуляризацією та «розчаклуванням» європейської культури спроби раціонально обґрунтувати суб'єкт із нього самого, без апеляції до трансцендентного джерела ні до чого не призвели. Модерний проект надання суб'єкту абсолютної автономії призвів до несподіваного результату: тільки-но людину відірвали від Бога, вона одразу стала розчинятися в різноманітних «структурах», стала продуктом економічних відносин, світового ринку, історії, мови, тіла, сексуальності, підсвідомого. Це «розчинення», що проводилося марксизмом, позитивізмом, структуралізмом, фрейдизмом тощо, досягло кульмінації в філософії постмодернізму, яка взагалі «демонтувала» концепт суб'єкта як нібито хибний нарратив, що дістався в спадок від доби метафізичного мислення. Проте насправді свобода, як і будь-яке духовне явище (любов, щастя тощо), належить до царини людського духу, тобто рівня внутрішнього досвіду. Тому, на наше переконання, якщо в Середні Віки стверджувалася наявність онтологічної свободи суб'єкта, а у постмодернізмі суб'єктність і свобода заперечуються, це не означає, що якась з цих версій репрезентує спотворену картину дійсності. Це свідчить радше про те, що середньовічна людина мала досвід внутрішньої свободи (щоправда за відсутності свободи зовнішньої, соціальної), а у сучасної людини за умов глобалізації такий досвід свободи і досвід себе як вільного самоцентрованого Я відсутній або яскраво не виражений (попри всі задекларовані демократичні «свободи»). Тому вона відчуває себе повністю залежною від вищезгаданих структур, її свобода перетворилася на ярмо, тягар. Отже, саме досвід свободи чи несвободи є справжнім критерієм їхньої фактичної наявності в дійсності, бо людина є вільною саме тією мірою, якою вона відчуває і переживає те, що вона вільна. Тематизація цього досвіду зумовлює специфіку відповідного філософського дискурсу. Трансформація досвіду призводить до трансформації ідей. І тут необхідно, щоб теоретична рефлексія не відірвалася від реального досвіду і не занурилася у спекуляції. Зважаючи на вищесказане, актуальною стає важливість дослідження такого універсального досвіду суб'єктності і свободи особистості, який би міг передувати будь-якому конкретному одиничному досвіду і бути гарантією його успішності, і більш того – основою для компромісу між домодерними, модерними і постмодерними теоретичними настановами. Це був би такий досвід, на який би абсолютно не впливали процеси знеособлення і відчуження і у зверненні до якого людина могла б знайти екзистенційний порятуюнок.

Для більш повного висвітлення цього питання звернемося до творчості німецького філософа і теолога Карла Ранера. В роботі «Основи віри» мислитель пише про первинний базисний досвід людської суб'єктності і особистісності (personhood) – досвід, який ми маємо ще до всякої рефлексії, нетематично. Цей первинний досвід вступає в протиріччя з подальшою рефлексією людини над самою собою. Адже окремий індивід і людство як ціле усвідомлює, що людина – продукт того, чим сама не є. Всі емпіричні науки про людину в своїй методології націлені на те, щоб пояснити, вивести людину з чогось іншого, побачити в ній результат або точку перетину реальностей, які пояснюють, визначають людину ніби ззовні. Такі науки як біологія, біохімія, генетика, соціологія «розділяють» людину на частини, піддають її аналізу, зводять до результату якоїсь зовнішньої причини. Дивлячись на усі окремі прояви власної реальності, людина здатна відсторонитись від самої себе і перекласти відповідальність за те, що вона є, на те, чим вона не є. Вона розуміє, що відбулася завдяки чомусь принципово іншому. І це інше є щось безсуб'єктне. Наприклад, людина оголошує себе продуктом історії, природи, еволюції, енергії лібідо і т.д. Емпірична наука шукає певний принцип, основу, підставу, з якої людина виникла. Антропологія, що будується на результатах даних емпіричних наук, приречена бути частковою, «регіональною» (термін Ранера) – вона дивиться на людину під якимось певним кутом зору і не претендує на те, щоб називатися єдиною і повною антропологією. Можемо говорити про біологічну, генетичну, соціологічну, біохімічну антропології, кожна з яких має свої методи. І все ж, зауважує мислитель, «кожна антропологія намагається сказати щось про людину як про ціле, хоча й не може цього зробити, адже вона виходить із власних, обмежених рамками специфічної науки даних» [5, с. 6]. Регіональна антропологія розкладає людину на елементи в процесі деконструкції і знову збирає її в процесі реконструкції. І в цьому полягає таємне бажання мати владу над людиною шляхом вивчення законів, що її визначають. Водночас сама людина, оточена зі всіх боків детермінованістю, яка здавалося б руйнує її свободу, перетворюючи на епіфеномен оточуючого світу, тим не менш відчуває себе особистістю і суб'єктом. Щоправда, людина може не помічати того, чим вона є, тобто не помічати тієї єдності цілого, якою вона є, не виявляти до цього інтерес, не приділяти цьому уваги. Таку ситуацію, коли у людини не проявляється її первинний досвід себе, К. Ранер називає «екзистенційним небажанням помічати», що вельми нагадує ситуацію «ціннісної сліпоти» (вислів М. Шелера). В даному випадку людина страждає на сліпоту по відношенню до себе, маючи екзистенційне налаштування-настрій не помічати того, що вона є (нехай і потенційно) цілісна

особистість. Але попри все це, у людини все ж таки є можливість пережити досвід себе завдяки наявності вихідної самоданності, що існує на дорефлексивному інтуїтивному рівні. Мова йде про єдність вихідного володіння самим собою та подальшою рефлексією. Рефлексія в понятті йде пізніше, аніж первісне володіння собою знаючого себе і вільного буття. Як зазначає Ранер, «існує не лише чиста об'єктивна дійсність (дійсність-в-собі), з одного боку, і ясне поняття про неї, з другого боку. Унікальність людського буття полягає в тому, що тут існує єдність дійсності та її у-себе-самої буття» [там само, с. 7]. Суб'єктність не може бути опосередкована адекватно науковим об'єктивуючим поняттям. Вихідне знання про себе та рефлексія в мові через поняття – це моменти, які хоча і пов'язані один з одним, проте не тотожні. На думку мислителя, тут спостерігається рух по колу. Вихідне «у-себе-буття» суб'єкта у здійсненні свого власного буття намагається перевести себе в поняття, мову, розказати і стати зрозумілим іншим. Але в той же час рефлексія, поняття, мова мають бути спрямовані на вихідне знання і первинний досвід. Людина володіє собою, вона знає про себе, і вона також знає про своє знання. Таке вихідне усвідомлення суб'єктом себе, знання про знання не дорівнює тематизованій самоданності – воно відбувається не дискурсивно, а безпосередньо-інтуїтивно. Можливість відноситься до самого себе і мати справу з самим собою – це реальність, що складає суб'єктність людини. Отже, особистісність означає, що суб'єкт відноситься до себе як до єдиного і як до цілісного, і цей зв'язок з цілим є свідомим і вільним. Навіть якщо людина побажала б відмовитись від самої себе і пояснити повністю себе з чогось іншого, то все одно саме вона буде робити, знати і бажати, саме вона охоплює суму можливих елементів такого пояснення, і тим самим вже більше їх. Людина уявляє, ставить під питання і тим самим долає обмеженість своєї системи з її можливостями, себе саму як ціле. Ранер стверджує, що «суб'єктність сама по собі є не вивідний нізвідки факт буття, даний в кожному конкретному досвіді як його апіорна умова» [там само, с. 17]. Суб'єктність означає, що людина «доручена сама собі» і не зводиться ні до чого іншого. Суб'єктність осягається в трансцендентальному інтуїтивному досвіді. Ранер також зазначає, що цей специфічний досвід стосується не лише самовідношення, але й світовідношення і боговідношення.

Людина може ставити під питання все, тому вона є істотою з безкінечним горизонтом запитання, тобто таким горизонтом, який відступає тим далі, чим більше відповідей дає собі людина. Пізнаючи власну конечність, Я вже тим самим долає її і виходить за її межі, пізнаючи свою духовну сутність. Я апіорно відкрите буття взагалі, маючи можливість виходу за межі конкретно даного і осягнення себе як цілого.

Ранер називає цю відкритість трансцендентальним досвідом трансценденції: «Він [досвід трансценденції] не є досвідом особливої предметності, але відчуттям, що передує предметному досвіду і керує ним» [там само, с. 18]. Зрозуміло, що трансцендентальний досвід погано схоплюється в поняттях і рефлексії, саме тому він залишається на поза-дискурсивному інтуїтивному рівні.

Трансцендентальний досвід трансценденції є водночас і трансцендентальним досвідом абсолютної реальності. Те, звідки походить і куди спрямована трансценденція (відкритість) є, на думку Ранера, священною мовчазною таємницею, безкінечністю, або те, що релігійна свідомість називає Богом. Саме «Куди-і-Звідки трансценденції», що дано у інтуїтивному трансцендентальному досвіді відкритості, дозволяє людині побачити в собі особистість і суб'єкт. Але найчастіше ми намагаємося не замислюватися над тією тривожною нескінченністю, таємницею буття в яку ми закинуті самим актом запитання. Тоді люди починають шукати притулок в знайомому та повсякденному, в царині *Das Man*. Однак, незалежно від нашого бажання, безкінечність все одно проникає у нашу повсякденну діяльність. Кожна ціль в людському пізнанні і дії одразу стає відносною, перетворюючись на черговий етап, початок всього нового. Кожна відповідь – це перехід до нового запитання. Людина впізнає себе як безкінечну можливість, оскільки вона ставить під питання будь-який досягнутий результат своєї праці і проникає у нові горизонти. Отже, людське пізнання і моральна діяльність заснована на постійному забіганні свідомості наперед, тобто «антиципації» буття взагалі. Ця антиципація являє собою неконкретне інтуїтивне знання про безкінечність реальності і водночас знання про себе: «Там, де людина стурбована буттям, що розкрилося їй, і там де вона розпитує про нього, вона усвідомлює себе як суб'єкт» [там само, с. 21]. Від себе додамо, що цей трансцендентальний досвід себе в контексті відчуття безкінечності світу, про який пише Ранер, відіграє велику роль для морального виміру людини. Адже коли людина зустрічається сама з собою, вона приймає відповідальність за саму себе і таким чином стає особистістю. Саме там, де людина закинута в безкінечність буття і розпитує про нього, суще намагається зайняти своє конкретне місце, визначитися з власною точкою зору, відмітити себе на «моральній системі координат» (Ч. Тейлор), і виходячи з цього прийняти моральну відповідальність за себе. Через відкритість, яку дає трансцендентальний досвід трансценденції, людина «доручена» і віддана самій собі. Я сам розпоряджаюся собою, Я як особистість приймаю відповідальність за саму себе не тільки в пізнанні, але й у вчинку.

Пануючі сьогодні у вітчизняній академічній традиції філософські напрямки знаходять дуже мало свободи в житті людини. Це відбувається саме тому, що від їх уваги приховується трансцендентальний досвід свободи, в якому, як пише Ранер, «людина сприймає самого себе саме як суб'єкт, як суще, що володіє єдністю і само-даністю перед обличчям буття, і сприймає свої дії як суб'єктні» [там само, с. 22]. Зрозуміло, що ця свобода, зважаючи на «внутрішньо-світову» (М. Гайдеггер) природу людину, здійснюється у множині конкретних дій, в історії та суспільстві. Те, про що пише Ранер, – це свобода в своїх глибинних витоках, в її суб'єктивному вимірі. Однак не слід забувати, що існує об'єктивація свободи, втілення в конкретних моральнісних формах. Свобода не може бути чимось таким, що відбувається лише в надрах особистості, в глибинах її свідомості, поза світом і поза історією. Суб'єктність потребує власної об'єктивації у моральнісних стосунках, сім'ї, суспільстві, державі. Свобода опосередковується простором і часом, тілесністю, історією, біографією. Але Ранер правий в тому, що без первинного сенсу свободи, що стосується цілісного суб'єкта в єдності та повноті його існування, жодна соціальна (історична, політична) свобода унеможлиблюється. Розвиваючи думки Ранера, слід підкреслити, що об'єкт свободи – це в першу чергу сам суб'єкт. Свобода – це не просто вільна можливість робити одне або інше, обирати між альтернативами, але можливість приймати рішення стосовно самого себе і творити себе самого. Сприймаючи себе як обумовлену і детерміновану істоту, людина тим не менш «приречена на свободу» (Сартр). Знаючи про власну обумовленість, людина завжди є відповідальним суб'єктом, покликана діяти і оцінювати. Особа відповідає за себе навіть тоді, коли говорить, що свободи і відповідальності не існує.

Отже підсумуємо, що існує нетематичний трансцендентальний досвід себе як суб'єкта, що носить безпосередній інтуїтивний характер. Саме в цьому досвіді ми осягаємо власну незалежність від будь-яких структур (мови, виробництва, історії, безсвідомого). Це означає, що ми маємо трансцендентальний досвід відкритості буттю і свободи. Суб'єкт є за своєю сутністю чиста відкритість (трансценденція) для абсолютно всього, для буття взагалі, яке постає як священна таємниця, Куди-і-звідки трансценденції, Абсолют, Ніщо. Заперечення такої відкритості нашого Я знову ж таки імпліцитно утверджує відкритість. «Суб'єкт, який пізнав власну конечність, вже автоматично подолав її, зрозумівши, що він є кінцевим в рамках суб'єктного, але не в рамках несяжного горизонту можливих речей пізнання. Дізнавшись про свою обмеженість у чуттєвому досвіді, людина вже тим самим вирвалася за межі цього чуттєвого досвіду і

ствердила себе в якості суб'єкта, здатного до антиципації і трансценденції» [там само, с. 27].

Розкриваючи сутність класичного розуміння особистості, слід вказати на наступне. Щоб стати особистістю, потрібно не просто обслуговувати потреби власної природи, а служити чомусь вищому. Очевидно, що вищим за індивіда є священна цінність (=ідея) і готовність за цю ідею померти. Служіння не означає «одержимості» зі всіма негативними конотаціями цього слова. Це скоріше моральна рішучість віддавати і віддаватись, що обумовлена екзистенційним налаштуванням у сенсі відкритості і прозорості об'єктивному ціннісному буттю. Для віруючої людини, «homoreligiosus» (як називав її Мірча Еліаде) зі шляхом трансформації індивіда в особистість все ясно. Наприклад, якщо для християнина вищою особистістю є Пресвята Трійця (Бог-Отець, Бог-Син, Бог-Дух Святий), відповідно шлях до особистісного проходить так чи інакше через богослужіння в широкому сенсі цього слова. І в даному випадку не суть важливо місце в суспільній ієрархії, який віруючий займав в традиційному суспільстві: духовенство, аристократія, буржуазія, селянство. Всіх їх так чи інакше об'єднувала спільна християнська культура, спільні християнські цінності. Що б не робив справжній християнин – творив, мріяв, молився, зачинав дітей, ішов на війну, виголошував промови – все це було освячено, і все це було елементами богослужіння, адже робилося «в ім'я таво славу Божу».

Проблеми духовного росту починаються на практиці для тих, хто живе в секулярному світі, і кому доводиться мати справу із сурогатами релігії. Візьмемо, наприклад, комуністичну ідею і подивимося на те, чи мала сенс ця ідея у світлі трансформації індивіда в особистість. Ідея комунізму сама по собі, безвідносно до конкретики політичного режиму, є надіндивідуальною ідеєю. Ідея побудови утопії стосується спільної справи для всіх, метанаративу історії. Комунізм як ідеальний стан розвитку суспільства – це певний субститут священного як «не-світового» для атеїста, спроектований на матеріалістичне розуміння історії. Комунізм як стан знаходиться по той бік історії, історичного процесу. Комунізм для віруючого комуніста є квазі-релігійним сенсом світової історії, подібно до того, як царство небесне є сенсом християнської історії. На тему схожості комунізму та християнства багато писав Микола Бердяєв, і ми не будемо спеціально зупинятися на цьому питанні. Зазначимо лише те, що пояснюючи есхатологічний проект комунізму, слід говорити про них як про невдалу спробу проведення аналогії між речами суто духовними і мирськими.

Таким чином, радянська культура – відгомін одвічних спроб людства побудувати царство небесне на землі, створити «вічний двигун», який, як відомо, може існувати лише в духовному, а не в фізичному світі. Тому комуністичний атеїзм і спроби побудувати рай на землі – взаємовиключні речі. Але парадокс полягає в тому, що теоретично комунізм як ідея без прив'язки до конкретики режиму несподівано ближче до розкриття творчого потенціалу вільної особистості, аніж ті ліберальні чи націоналістичні ідеології, яким повноцінна не-одновимірною особистість, по суті, не цікава, і де вона розчинена в етнографічному колориті чи навпаки у безособових ринкових відносинах. Адже, за іронією долі, комунізму закидають безособовість, атеїзм та богохульство ті ідейні нащадки французьких революціонерів, для яких характерним є нівелювання різниці між індивідуальним та особистісним, і хто самі є в кращому випадку «агностиками». Радянська культура була людяною в тому сенсі, що в ній стверджувалось: буржуазна цінність приватної власності і взагалі «накопичення» не є головними цінностями в житті людини. Існує те, що перевищує дрібні інтереси власності – інтереси народу, суспільства, держави. Існує ціле, що важливіше своїх частин. Типовість архітектури комуністичної утопії не в тому, що вона безособова, а навпаки в тому, що вона підкреслено не-індивідуальна, поза-індивідуальна. Житлові спальні масиви, де люди живуть немов бджоли у вулику, були спеціально побудовані з тим, щоб стерти індивідуальність, і по мірі стирання останньої виховати особистість. Стерти міщанство, буржуазність, накопичення, все вульгарне і потворне в людині, що асоціювалося із злом, і виховати людину ідеї – шляхетну і самовіддану. А особистість тим і відрізняється від індивіда, що вона самовіддана, її «само» (смісловий центр) належить не їй, а над-індивідуальній інстанції, яка надає чи позбавляє сенсу все індивідуальне.

Те ж саме радянський одяг: сірий, неяскравий, об'єкт численних нападок сатириків і кінематографістів. Можливо, зневага до одягу, небажання виокремитися – це також шлях до стирання індивідуального, але водночас стартовий майданчик для подальшого особистісного росту. Стираючи індивідуальні особливості, і одяг, і архітектура, і реалістичне мистецтво (чи різновид магічного реалізму, що не мав нічого спільного з актуальною реальністю, а випереджав, зазірав у «належне», у проект) повинні були сприяти росту особистісного начала. Адже індивідуальність – це зовнішність, само-заикленість, а особистість – це внутрішнє. Зменшуючи зовнішнє, залишається простір для збільшення внутрішнього.

Проект комунізму, як відомо, провалився. По-перше, через приреченість і абсурдність метафізичного бунту, а по-друге, через

міщанство пересічних пізньорадянських громадян, для яких псевдо-свобода, уособлена в речах, стала важливішою, аніж наратив творення історії. Накопиченняперемогло буття не тому, що воно сильніше його онтологічно, атому що екзистенційно людина налаштована на утилітарно-низьке. Ті самі тенденції ми спостерігаємо й зараз – у часи глобалізаційних викликів. Духовність зазначає поразки в битві з матеріалізмом. Це, в першу чергу, шкодить самій людині, її особистому неповторному та унікальному існуванню як особистості. Втім, структури універсального (трансцендентального) досвіду суб'єктності завжди лишаять людині можливість онтологічного вибору і онтологічної альтернативи: бути чи здаватись.

Література

1. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Герберт Маркузе ; пер. с англ., послесл., примеч. А.А. Юдина; Сост., предисл. В.Ю. Кузнецова.- М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 526, [2] с.- (Philosophy).
2. Хайдеггер М. Письмо о гуманизме//Мартин Хайдеггер. Время и бытие: статьи и выступления. [Пер. с нем. В.В. Бибихина]. – М., Республика, 1993. – С. 192-220
3. Уильямс Р. Богословие В.Н. Лосского: изложение и критика. / Роуэн Уильямс. – К.: Дух і Літера, 2009. – 336 с.
4. Яннарас Х. Свобода етосу / Христос Яннарас; [Пер. з англ. В. Верлока]. – К. : Дух і літера, 2003. – 268 с.
5. Ранер К. Основание веры. Введение в христианское богословие /Карл Ранер, кард. – М., 2006. – 662 с.

Мушенко В.В.,

канд. юрид. наук,

доцент кафедри загальноправових дисциплін

Київський національний торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД В ПОДАТКОВІЙ ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ

Навколишнє природне середовище є складним поняттям, у рамках якого, протягом тривалого періоду історичного розвитку, закріпились дві форми взаємодії суспільства і природи. Першою з них є економічна форма

взаємодії людини і природи, що полягає у споживанні людиною корисних властивостей природи для задоволення своїх матеріальних і духовних потреб. В сучасних умовах значно більший інтерес для науковців викликає друга форма взаємодії, яка проявляється у охороні довкілля з метою збереження людини, як біологічного і соціального організму.

Виходячи з цього представники еколого-правової науки, поряд із систематизацією наукових поглядів, правових ідей, концепцій, понять екологічного оподаткування, здійснюють вивчення історії та динаміки розвитку екологічного податкового законодавства, на різних етапах існування і розвитку української державності, з метою напрацювання шляхів його сучасного удосконалення та загальної правової парадигми у процесі інтеграції у передовий соціально-економічний простір.

Дослідженню екологічної складової податкового законодавства, на різних етапах його становлення та розвитку, присвячені праці таких вчених, як В.І. Андрейцев, Г.І. Балюк, А.І. Берlach, О.О. Веклич, А.П. Гетьман, П.В. Євдокімова, В.М. Єрмоленко, В.В. Курзова, В.І. Курило, Н.С. Макарова, Л.Г. Мельник, В.Л. Мунтян, А.А. Пилипенко, І.М. Сотник, В.С. Шахов та ін. Однак постійні новації податкового законодавства останніх років унеможливають здійснення ґрунтового дослідження сучасних проблемних питань екологічного оподаткування, окреслити недоліки та визначити перспективи.

Метою дослідження є аналіз основних етапів правового регулювання екологічного оподаткування в Україні та надання пропозицій щодо ефективності застосування правового механізму сучасного екологічного податку в системі державної податкової політики.

Для досягнення поставленої мети застосовано методи наукового пізнання: історичний – при аналізі сутності екологічного оподаткування у різні періоди розвитку України; тлумачення правових норм – при аналізі актів екологічного законодавства. Методологічною основою дослідження є закони і категорії діалектики, зважаючи на взаємозв'язок суспільних еколого-економічних відносин та їх нормативно-правового регулювання. Враховуючи проблематику статті найбільш часто застосовувалась така категорія діалектики як можливість і дійсність – при дослідженні способів удосконалення ефективності правового регулювання екологічного оподаткування.

На сучасному етапі нормативно-правового регулювання суспільно-економічних процесів, екологічне оподаткування являє собою визначений у Податковому кодексі України [1] (надалі – ПК України) правовий механізм справляння екологічного податку, який забезпечує накопичення державою коштів для фінансування заходів охорони та зменшення негативного

впливу людини на довкілля. Використовуючи сучасні методи наукового дослідження зазначимо, що державна підтримка екологічної рівноваги являє собою процес «забезпечення державою, в особі уповноважених органів, урегульованого чинним законодавством впливу на суспільні екологічні процеси з метою забезпечення достойних рівнів дохідності та прибутковості суспільної-економічної виробничої діяльності» [2].

За період існування правової системи нашої держави та залежно від сфери застосування та особливостей вирішуваної екологічної проблеми, платність у сфері природокористування набувала різноманітних форм, а серед найбільш розповсюдженим було встановлення податку, збору чи платежу як форми примусового відчуження коштів у платника на користь держави. Дослідження різних форм екологічних стягнень у різні періоди історичного розвитку України, призводить до висновку, що еволюція форм платності природокористування призвела до змін суспільного відношення до проблем екології та вдосконалення інструментів природокористування.

Механізм регулювання платності негативного впливу людини на довкілля почав розвиватися ще з часів Київської Русі. У зводі законів «Руська правда», визначались обмеження на деякі види використання природних ресурсів та встановлювались покарання за порушення вимог у вигляді грошових стягнень на користь князівської казни. [2, с. 23]. Дослідження даного документа сформувало авторську позицію про те, що захист природи в цей період, хоч і носив князівський приватновласницький характер, однак виносився на високий рівень, оскільки розміри штрафів за заподіяну шкоду довкіллю були більші ніж штрафи за вбивство людини чи інші злочини.

Перебуваючи під владою Російської імперії, Україна підкорювалася її законам. Численні випадки взаємодії людини з навколишнім природним середовищем регулювалися «Зібранням малоросійських прав» 1807 р., яке регламентувало вартість покарань відповідних вчинків, визначало майнові та територіальні засади природокористування [3, с. 46].

Слід зазначити, в дорадянський період на території нашої держави проблеми природокористування вирішувалися заборонами певних видів діяльності та застосуванням системи штрафних санкцій (штрафів) за їх порушення. Таким державним санкціям як штрафи за негативний вплив на навколишнє середовище хоч і притаманні риси платності користування природними ресурсами, однак, на нашу думку, штрафи мають адміністративно-економічний характер. Правова наука наголошує на різній спрямованості штрафів (як адміністративних інструментів) та платежів (як фінансових інструментів). Адже, екологічні платежі встановлюються як фінансова компенсація за незаборонену, вимушену шкоду довкіллю у процесі здійснення господарської чи іншої діяльності суб'єктом

господарювання. Штрафи ж уособлюють грошову компенсацію державі за заборонену діяльність платника, тобто за порушення норм чинного законодавства.

В радянську добу існування Української РСР, приймалася велика кількість нормативних та підзаконних документів, що стосувалися питань регулювання та захисту природних ресурсів. Процес націоналізації земель та інших природних ресурсів вносив зміни й у відносини природокористування, в яких держава стала невід'ємним посередником між економічними суб'єктами і природою. За економічних умов господарювання, коли в умовах державної форми власності усіх підприємств і виключного державного володіння природними ресурсами впровадження плати за забруднення довкілля втрачало сенс, оскільки така плата не могла забезпечити виконання ні регулюючої, ні акумулюючої функції [4, с. 34].

Неспроможність адміністративних інструментів забезпечити посилення охорони природи та покращення використання природних ресурсів свідчила про необхідність впровадження нових методів управління, а зрушення у політичному й економічному житті держави наприкінці 1980-х років забезпечили необхідні для цього умови. Так, прийнятий у 1991 р. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» визначив стягнення плати за забруднення одним з основних принципів охорони навколишнього природного середовища. Цим Законом затверджувалася також платність спеціального використання природних ресурсів для здійснення виробничої та іншої діяльності на підставі спеціальних дозволів. Разом з тим гарантувалося безоплатне право громадян на загальне використання природних ресурсів для задоволення життєво необхідних потреб [5].

На виконання вищезазначеного Закону, у 1992 р. КМ України затверджено «Порядок визначення плати і стягнення платежів за забруднення навколишнього природного середовища», яким встановлювалася плата за забруднення навколишнього природного середовища за такі види діяльності:

викиди в атмосферу стаціонарними і пересувними джерелами забруднення; скиди у водні об'єкти; розміщення відходів у природному середовищі. У 1999 р. КМ України було прийнято Постанову «Про затвердження Порядку встановлення нормативів збору за забруднення навколишнього природного середовища і стягнення цього збору», який замінив Порядок 1992 р. У новому Порядку плата за забруднення визначається як збір, а нормативи збору встановлювалися відповідно до виду забруднюючих речовин та класу небезпеки відходів. Суми збору обчислювалися на підставі фактичних обсягів викидів, і розміщення

відходів, нормативів збору та коригуючих коефіцієнтів. У 2009 р. до цього Порядку було внесено зміни: список видів забруднення, з яких стягується збір, було доповнено утворенням радіоактивних відходів та тимчасовим зберіганням радіоактивних відходів їх виробниками [6, с. 122].

Наступним етапом розвитку платності природокористування є введення з 2011 р. ПК України екологічного податку як загальнодержавного обов'язкового платежу, що справляється з фактичних обсягів викидів у атмосферне повітря, скидів у водні об'єкти забруднюючих речовин, розміщення відходів, фактичного обсягу радіоактивних відходів, що тимчасово зберігаються їх виробниками, фактичного обсягу утворених радіоактивних відходів та з фактичного обсягу радіоактивних відходів, накопичених до 01.04.2009 р. [1].

Платниками податку відповідно до пункту 240.1 ПК України [1] є суб'єкти господарювання, юридичні особи, що не провадять господарську (підприємницьку) діяльність, бюджетні установи, громадські та інші підприємства, установи та організації, постійні представництва нерезидентів, включаючи тих, які виконують агентські (представницькі) функції стосовно таких нерезидентів або їх засновників, під час провадження діяльності яких на території України і в межах її континентального шельфу та виключної (морської) економічної зони здійснюються викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення, скиди забруднюючих речовин безпосередньо у водні об'єкти, розміщення відходів у спеціально відведених для цього місцях чи на об'єктах, крім розміщення окремих видів відходів як вторинної сировини, утворення радіоактивних відходів, тимчасове зберігання радіоактивних відходів їх виробниками понад установлений особливими умовами ліцензії строк.

Новелою в ПК України є встановлення механізму сплати податку за викиди в атмосферне повітря забруднювальних речовин пересувними джерелами забруднення. Загалом зміни відбулися за такими ставками податків: за викиди в атмосферне повітря забруднювальних речовин стаціонарними джерелами забруднення, за скиди забруднювальних речовин у водні об'єкти, за розміщення відходів у спеціально відведених для цього місцях чи на об'єктах, за утворення радіоактивних відходів, за тимчасове зберігання радіоактивних відходів їх виробниками понад установлений умовами ліцензії термін.

Введений екологічний податок з 2011 р. замінив лише збір за забруднення навколишнього природного середовища, а збори за використання ресурсів, до яких, на нашу думку, за прямими чи опосередкованими ознаками слід віднести: плату за землю; плату за користування надрами; збір за користування радіочастотним ресурсом

України; збір за спеціальне використання води; збір за спеціальне використання лісових ресурсів не були ліквідовані, хоча й зазнали деяких змін. Сплата цих зборів визначалась не як заходи відповідальності (санкції) за порушення екологічного законодавства, а як заходи податкового стимулювання та сплачувалися незалежно від правомірності чи протиправності діяльності. Аналіз фінансово-правової природи зборів дає можливість зазначити, що такі збори застосовувались з метою: економічного стимулювання атмосферно-охоронних, водоохоронних заходів, заходів із зниження відходності виробничих процесів, переробки і безпечного захоронення відходів; формування джерел фінансування і кредитування природоохоронних заходів; відшкодування збитків, завданих забрудненням атмосферного повітря стаціонарними об'єктами і рухомими джерелами забруднення, забрудненням поверхневих вод, морських вод і підземних горизонтів, а також відходів промислового, сільськогосподарського, будівельного та іншого виробництва.

Однак починаючи з 2015 р., у відповідності до Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» [7] всі збори за використання ресурсів були ліквідовані. Такі зміни ПК України, на нашу думку, говорять про відхід держави від ідеї плати за природокористування, незважаючи на те, що об'єктом такого оподаткування є еколого-деструктивні фактори, які справляють вплив прямого і непрямого характеру, а також товари і послуги, що є чи можуть стати причиною природо-руйнівної дії (енергоносії, озоноруйнівні речовини, джерела шумового забруднення тощо).

Висновки.

Позитивними моментами впровадження екологічного податку порівняно з збором за забруднення навколишнього природного середовища стали, на нашу думку, підвищення ставок екологічного податку, зокрема, значне зростання ставок за викиди надзвичайно шкідливих речовин; спрямування частини податкових надходжень на фінансування цільових проектів модернізації підприємств у межах сум сплаченого ними податку тощо. Однак, до негативних аспектів впровадження екологічного податку можна віднести відсутність системи пільгового оподаткування. Впровадження систем пільгового оподаткування для підприємств, що реалізують ресурсозберігаючі технології дозволяє реалізовувати концепцію сталого розвитку економіки та популяризувати екологічно безпечну діяльність суб'єктів господарювання.

Аналізуючи існуючу на сьогодні вітчизняну систему екологічного оподаткування, можна прийти до висновку про необхідність її подальшого розвитку для підвищення впливу держави на виробничі процеси в

економіці з метою отримання відповідного еколого-економічного ефекту шляхом розробки системи податкових пільг для підприємств, що модернізують виробничу базу та запроваджують інноваційні технології щодо зниження рівня шкідливого впливу на навколишнє середовище; стягнення додаткової плати за перевищення встановлених лімітів викидів шкідливих речовин; запровадження прогресивної шкали ставок екологічного податку залежно від обсягу викидів; повернення частки сплачених коштів на здійснення модернізації виробництва тощо.

Отже, для забезпечення ефективності екологічної податкової політики в Україні передусім слід, спираючись на надбання та враховуючи негативний історичний досвід, створити науково обґрунтовану законодавчу базу екологічного оподаткування, що дозволить забезпечити раціональне використання наявної ресурсної бази, її збереження та відновлення.

Література

1. Податковий кодекс України : Закон від 02.12.2010, № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Волковець Т.В. Особливості та передумови впровадження екологічного податку в Україні [електронний ресурс]. / Т.В. Волковець // Наукові записки. Серія «Економіка». Випуск 20. – 2012 . – Режим доступу : irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe.
3. Екологічне право: [підруч. для студ. юрид. спец. вищ. навч. закл.] / за ред. А.П. Гетьмана. – Х.: Право, 2012. – 432 с.
4. Екологічне право України. Загальна частина: навч. посіб.; за ред. В.І. Курила / В.В. Курзова, А.І. Берлач, В.І. Курило. – К.: Алерта, 2015. – 620 с.
5. Про охорону навколишнього природного середовища [Електронний ресурс] : Закон України №1264-XII від 25.06.1991. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>.
6. Новицька Н. В. Причини і наслідки реформування екологічного податку в Україні [Текст] / Н. В. Новицька. – Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – №1(52). – 2011. – С. 187-194.
7. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України від 28.12.2014р., № 71-VIII // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015. – № 7–8. – № 9. – Ст. 55.

Осецький В.Л.,
доктор економічних наук,
професор кафедри економічної теорії,
макро- і мікроекономіки
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Гірник Є.В.,
аспірант кафедри економічної теорії,
макро- і мікроекономіки
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

СУСПІЛЬНИЙ СЕКТОР ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ДОБРОБУТУ: КОНТЕКСТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В останні роки значно посилюється інтерес до теоретичного осмислення проблем зміни і реформування суспільства як цілісної і складної системи. Дана тенденція пояснюється динамікою процесів соціально-економічних трансформацій, пов'язаними з переходом України до нового стану організації суспільного життя, визначальними елементами якого є інформатизація, відкритість, технологізм. Нова реальність одержала своє пояснення в ряді теорій, серед яких необхідно відмітити концепції постіндустріального та інформаційного суспільства як результату розвитку техногенної цивілізації. В них розкривається роль соціально-економічної області в суспільстві в якості визначальної для політичної та культурної сфери. В економіко-теоретичних розвідках акцентується увага на процесах переорієнтації економічної сфери з кількісного зростання на покращення якості життя, створення такого типу розподілу праці, який забезпечував би необхідний рівень добробуту населення країни. В такій ситуації актуалізується проблема «суспільного сектору» в економіці, котра через систему своїх інститутів реагує на виклики, які постали перед індивідом, спільнотою та країнами в сучасну епоху динамічних трансформацій, які обумовили виникнення феномену глобалізації.

Дослідження тенденцій розвитку світової спільноти в швидкоплинності глобальних трансформацій виокремлює проблему «суспільного сектору» економіки, який найбільш активно реагує на кардинальні зміни в критеріях ефективності функціонування господарства, питаннях розв'язання проблем соціальної справедливості, в процесах розподілу суспільних благ, визначенні соціальних орієнтацій тощо.

Суспільний сектор, який є невід'ємною частиною сучасних економічних систем змішаного типу, являє собою сукупність ресурсів у розпорядженні суспільства, які використовуються для організації виробництва та надання суспільних благ у сферах ринкової неспроможності. В широкому контексті суспільний сектор є частиною соціально-економічного, культурного та політично-адміністративного життя суспільства, діяльність якого зорієнтована на ліквідацію кризових ситуацій та створення соціально значущих благ (суспільних, індивідуальних, корпоративних), акумуляцію діяльності інституційних одиниць державного, муніципального та інших секторів економіки. У вузькому контексті суспільний сектор можна ототожнювати з публічним сектором, який об'єднує активність державного та муніципального під секторів. Структура суспільного сектору економіки складна і багаторівнева, вона охоплює бюджетні установи, державні підприємства, державні фінанси, державні резервні фонди, державні банки, органи влади та державного управління (державний сектор), муніципальні підприємства, місцеві фінанси, комунальну власність (муніципальний сектор), а також об'єкти власності громадських і релігійних організацій, суспільних об'єднань і фондів, наприклад, політичних партій, рухів, молодіжних, профспілкових, науково-технічних, спортивних, екологозахисних організацій тощо [5, с. 28–29]. Головною метою функціонування суспільного сектору економіки є реалізація стратегії забезпечення добробуту народу.

В умовах глобалізації важливого значення набуває проблема: як функціонує суспільний сектор економіки в сучасному світі, котрий є світом кардинальних перемін? Їх сутність полягає в переході від економічного (індустріального) до інформаційного (постіндустріального) суспільства, в якому добробут людей, якість їх життя виступають в якості основного пріоритету. Відомо, що жодний уряд (в цивілізованому світі) не допустить суттєвого підвищення цін на основні життєві блага і зменшення рівня пільгових і безплатних соціальних благ, оскільки це єдиний спосіб подолання суперечності між споживанням енергії («стара» економіка) та інформації як нового ресурсу економіки, який, згідно Дж. Гелбрейту, приводить до переміщення «джерела влади» від «капіталу до організованих знань» [3, с. 97].

Враховуючи дану обставину, зазначимо, що систематизація основних концепцій функціонування суспільного сектору економіки дозволяє виділити кілька причин зростання його масштабів: посилення вимог до соціальної політики у зв'язку з урбанізацією, збільшенням кількості населення та демографічними переходами; монополізм багатьох галузей економіки; «політичні змагання» за електорат і вплив лобістських

груп; органічне доповнення активності інститутів державного та муніципального секторів діяльності організацій так званого «третього сектору» економіки; існування ефекту соціодинамічного мультиплікатора тощо.

У сучасному розумінні предметне поле суспільного сектору економіки охоплює нові точки порушення рівноваги та напрями втрати ефективності в зв'язку з втручанням уряду в господарську діяльність, зокрема: вплив політичної системи і політиків на реалізацію суспільних переваг; податкова система як фінансова база функціонування суспільного сектору та її вплив на суспільний добробут; особливості виробництва суспільних благ та проблеми нерівності та бідності; розподіл добробуту між різними категоріями громадян з врахуванням особливостей розвитку глобальної економіки.

Сьогодні розвиток концепції «суспільного сектору» відбувається в контексті нових економічних доктрин, які спираються на значний доробок теоретичного знання різних галузей науки. Воно, по-перше, може виступати методологічною основою для розробки нових підходів в дослідженні проблеми «суспільного сектору» в умовах глобальної економіки; по-друге, розширити «вузькі місця» суто економіко-теоретичного підходу до поставленої проблеми; по-третє, збагатити дану область економічного знання досягненнями інших наук, зробити її більш ефективною і практичною. Мова йде насамперед про створення і використання матеріальних ресурсів як основи добробуту. Визначаючи предмет і завдання дослідження економічної науки, А. Маршалл писав: «Політична економія, або економічна наука (Economics), займається дослідженням нормативної життєдіяльності людського суспільства; вона вивчає сферу індивідуальних і суспільних дій, які тісно пов'язані зі створенням та використанням матеріальних основ добробуту» [8, с. 56]

В контексті сучасності глобальність означає, що основні види економічної діяльності (виробництво, споживання, циркуляція товарів та послуг) та їхні складові (капітал, праця, управління, інформація, технологія тощо) організуються в світовому масштабі, безпосередньо або з використанням розгалуженої мережі, яка «пов'язує» економічних агентів. Це означає, що «в нових історичних умовах досягнення певного рівня продуктивності та існування конкуренції можливе лише всередині глобальної взаємопов'язаної мережі» [6, с. 194].

Сутність процесу глобалізації економіки відомі вчені-економісти (Р. Самуельсон, Дж. Сорос, У. Бьорк та інші) вбачають у посиленні єдності та системної цілісності світового господарства на основі ринкової парадигми та поглиблення планетарних інтеграційних процесів. Для їх

характеристики використовуються поняття «глобальна мережа», «глобальне суспільство ризику», «гігантська циркуляторна система» тощо. Глобалізація – це становлення і гармонізація багатовимірного та різнорівневого світу, гомогенного в одних вимірах і гетерогенного в інших [5, с. 10]. Необхідно виокремити точку зору А.С. Гальчинського, відповідно до якої потрібно говорити про «розмежування двох типів глобалізаційного процесу, виділення, з одного боку, глобалізації, основою якої виступають суто економічні детермінанти – універсалізація результатів науково-технологічного (технічного) прогресу і пов'язане з цим поглиблення міжнародного поділу праці, інтернаціоналізація світових ринків товарів, капіталу та робочої сили» [2, с. 234]. З іншого боку, український вчений виокремлює «ноостичний» тип глобалізації, який «відбиває більш високий рівень глобалізаційного процесу – еволюційний саморозвиток у напрямі макроцивілізаційної інтеграції й відповідно – геоцентричної економіки. Ці дві лінії глобалізації органічно пов'язані одна з одною» [2, с. 235]. Розмежовувати їх потрібно в першу чергу на рівні економіко-теоретичного аналізу, що дає, по-перше, можливість оцінити динаміку глобалізаційних процесів з позицій специфіки механізмів коеволюції природи, суспільства, людини, процесів їх конвергентного розвитку в планетарному масштабі; по-друге, показує глобалізацію важливим фактором розвитку суспільного сектору економіки, оскільки вона постає одним з провідних механізмів подолання суперечності між індивідуальним і соціальним, «примноження на цій основі енергетичного потенціалу людини, надзвичайно дієвий інструментарій розвитку і самозбагачення» [1, с. 320].

В своєму дослідженні глобалізації англійський економіст Б. Ліндсі зазначає, що цей термін використовує в трьох різних, але взаємопов'язаних смислах: по-перше, для означення економічного явища – інтеграції національних ринків, яка все більш посилюється в зв'язку з політичними або технологічними причинами; по-друге, для характеристики суто політичного процесу усунення створених державами бар'єрів на шляху міжнародного потоку товарів, послуг і капіталів; по третє, для означення значно більш широкого політичного явища, яке полягає в глобальному розповсюдженні ринкової політики на внутрішньому і міжнародному ринках [7, с. 35].

Проблема глобалізації розглядається вченими всіх напрямків суспільної науки. Представники культуралізму (мультикультуралізму) (Р. Робертсон, А. Ападураї) вважають глобалізацію чимось більшим за інтернаціоналізацію, транснаціоналізацію та інтеграцію. З точки зору Р. Робертсона, сьогодні мова може йти про феномен «глокалізації», оскільки локальне глобалізується (стандарти поведінки, моральні норми, права

людини), а глобальне локалізується (матеріальні продукти та нематеріальні символи долучаються до локального контексту, набувають специфічних рис – етнічних, релігійних, ментальних, регіональних) [13, с. 58–60]. Світ глобалізується тією мірою, наскільки стає «культурно-гемогенним» [10, с. 395–310], – вважає А. Ападураї. Він виокремлює п'ять основних сфер глобальної економіки: фінансфера (financescapes), що виникає внаслідок глобального обігу потоків грошей (біржі, міжнародні фінансові інститути); техносфера (technoscapes), що утворюється в результаті глобального поширення технічних інновацій; етносфера (ethnoscapes), що виникає внаслідок глобального руху людей (всесвітня міграція); ідеосфера (ideoscapes), що виникає в результаті глобальної циркуляції ідей, культурних кодів та символів; медіасфера (mediascapes), що виникає внаслідок діяльності глобальних масмедіа (інформаційні потоки) [10].

Розмірковуючи над проблемою «глобальної економіки», один з найвідоміших філософів сучасності Юрген Габермас вказує, що вона «стала матрицею глобалізації як феномена кінця ХХ століття» [9, с. 113]. Для більшості вчених, зокрема й українських, глобалізація пов'язується з переходом від індустріальної до постіндустріальної стадії економічного розвитку, а її зміст визначається як посилення єдності, системної цілісності світового господарства на основі ринкового господарства та поглиблення процесів інтеграції на планеті. Однак, як зазначає А.С. Гальчинський, суперечливість цих коректних, на перший погляд, визначень полягає в тому, що в них не враховується специфіка глобального (постіндустріального, інформаційного) суспільства. Воно «функціонує за принципами складних динамічних систем і в багатьох своїх визначеннях набуває трансеконімічних (насамперед, трансринкових) ознак» [1, с. 317]. Виходячи з даної обставини, під глобалізацією потрібно розуміти початок нового етапу розвитку «людства в його спільності», людства як «глобального суспільства, як системно цілісного організму» [1, с. 318].

Дана ситуація породжує новий тип економічної поведінки, для якої є характерними неприйняття нормативності в економічній діяльності, амбівалентність, висока мобільність, різноманітність форм. Підкреслимо, що нова економічна свідомість принципово не суперечить вимогам сучасної постіндустріальної економіки, більше того, своєю гнучкістю, конкретністю, варіабельністю, оперативністю сприяє її розвитку. Окрім того, енергія нової економічної свідомості спрямована на розвиток і економізацію масової культури, молодіжної субкультури, моди, розваг тощо, що вносить суттєві корективи в розуміння суспільного сектору економіки.

Глобалізація по-справжньому характерна лише для культурного середовища, тоді як матеріальні (економічні) обміни локалізуються, а політичні – інтернаціоналізуються. Як зазначає Б. Ліндсі, «глобалізація – це не технологічний імператив. По суті, це навіть не зовсім економічне явище. В історичній перспективі її потрібно розуміти як подію головним чином політичну» [7, с. 26].

Економічна версія глобалізації, як правило, розглядається на рівні міжнародних економічних відносин, зводиться, вважає А.С. Гальчинський, до «геоекономічного світоустрою» [1, с. 316]. Існуючий сьогодні на планеті порядок є економічним – «Рах Оесопомісапа». Глобальна економіка повсюдно стає правлячою системою, одночасно змінюючи свій зміст, оскільки їй тісно в рамках попередніх смислових конструкцій. Економіка «починає проявляти себе не лише як спосіб господарювання, але і як домінуюча система управління суспільством, як політика і навіть ідеологія наступаючої епохи, стаючи, по суті, новою владною системою координат. В результаті звичні геополітичні орієнтири поступаються місцем геоекономічним реаліям «нового космосу». В цих реаліях можна виокремити три аспекти: злиття політики і економіки, особливо в сфері міжнародних відносин; географічна локалізація певних сфер економічної діяльності в контексті нового типу світового розподілу праці, пов'язаного з формуванням системи глобального управління; географічно (просторово) визначені форми і закономірності господарської діяльності.

Процес глобалізації містить дві складові: глобалізацію ринків (процес об'єднання історично відокремлених і відмінних між собою національних ринків в один великий ринковий простір), та глобалізацію виробництва (тенденція до виробництва товарів або надання послуг в тих частинах світу, де існують сприятливі відмінності у кількісних або якісних факторах виробництва). Разом з тим глобалізація є комплексний і тривалий процес, що змінює переважно технології та комунікації, які здійснюють вплив на економічну, соціальну, екологічну сфери.

Разом з тим глобалізація є процесом нерівномірного розвитку, який водночас розділяє та пов'язує (пропонує) нові форми світової взаємозалежності, котра для суспільного сектору являє собою нові способи зв'язку між різними «соціальними контекстами або регіонами, що цілком охоплюють своєю мережею поверхню земної кулі» [4, с. 188], – вказує Е. Гідденс. Виходячи з цього, глобалізація може бути визначена як «інтенсифікація розповсюджених по всьому світу соціальних відносин, котрі пов'язують віддалені місцевості таким чином, що місцеві події формуються явищами, які відбуваються за багато миль від них, і навпаки...» [4, с. 188]. Тому той, хто вивчає сучасні міста в будь-якій частині світу,

усвідомлює, що те, яке відбувається в місцевій общині, відчуває вплив факторів – таких як світові гроші і товарні ринки, котрі діють на якій завгодно великій відстані від цієї общини. Результат не обов'язково і навіть не в більшості випадків виявляється узагальненою множиною змін, що діють в єдиному напрямку, але складається із протидіючих одна одній тенденцій. Так, «зростаючий добробут міського району Сінгапуру може перебувати в причинному зв'язку через складну мережу глобальних економічних зв'язків із збідненням району в Пітсбурзі, чиї продукти місцевого виробництва не витримують конкуренції на світових ринках» [4, с. 189].

Аналіз сутності, специфіки і досягнень глобалізації в її економічному аспекті відкриває перспективи більш широкого погляду на проблему суспільного сектору з точки зору мікроекономічної взаємодії держави з іншими суб'єктами ринкового господарства в контексті досягнення відповідного рівня соціальних благ та матеріального добробуту. Безумовно, проблема глобалізації взаємопов'язана з проблемою добробуту, який виступає показником рівня розвитку і основою диференціації. Заслуговує уваги запропонований Г. Каном і А. Вінером поділ суспільства за величиною статистичного показника «рівень доходу на душу населення». Згідно з цим критерієм виділено п'ять стадій суспільного розвитку: доіндустріальна – \$50-100; перехідна – \$200-600; індустріальна – \$800-1500; масового споживання – \$1500-4000; постіндустріальна – \$4000-20000. Крім зростання доходу, в економіці тепер вже інформаційного суспільства повинні переважати соціальні мотиви виробництва. У працях кінця минулого століття американський економіст-футуролог Г. Кан розвиває оптимістичні прогнози щодо подальшого розвитку суспільства, вказуючи, що постіндустріальний світ буде світом зростаючого добробуту і, можливо, світом, що забезпечить зменшення відмінностей між народами [12].

З відповіддю на це очікування пов'язано ряд міркувань. Основними точками прикладання сили у світовій економіці є держави з розвиненим ринком, в яких підприємства капіталістичної економіки постають основною формою виробництва. Внутрішня і міжнародна економічна політика цих держав включає багато форм регулювання економічної діяльності, але їх інституціональна організація забезпечує «відокремлення» економічного від політичного. «Це створює, – вказує Е. Гідденс, – широке поле для глобальної діяльності ділових корпорацій, головним місцем базування яких є певна держава, але котрі можуть багатоманітно проявляти свою присутність в інших регіонах» [4, с. 196]. Причому ця присутність

здійснює організуючий і координуючий вплив на взаємодію соціальних груп та індивідів по забезпеченню їх інтересів.

Потрібно враховувати, що великі підприємства, в особливості транснаціональні корпорації, можуть володіти величезною економічною владою і здатні здійснювати вплив не лише на рівень добробуту своїх або інших країн, але і на політичний курс в країнах їх основного базування та за їх межами. Сьогодні найбільш крупні транснаціональні компанії володіють бюджетами, що переважають за розміром бюджет будь-якої, за деякими виключеннями, країни. Але існує ряд ключових відносин, в яких їх влада не може конкурувати з владою держав – і особливо важливу роль серед них відіграють фактори захисту своєї території і контролю над засобами здійснення насилля. Дана ситуація засвідчує, що якою б не була економічна влада промислових корпорацій, вони не є військовими організаціями і не можуть ствердити себе в якості політичних утворень / юридичних суб'єктів, які управляють даною територіально обмеженою областю [4, с. 197]. Отже, є індіферентними до діяльності суспільного сектору економіки.

Зазначимо, що з точки зору нової економічної структури світу глобалізація не лише вносить безліч коректив у сталі взаємозв'язки між країнами, а й каталізує принципово нові тенденції, коли чітко сформовані національні економіки разом з національними економічними стратегіями поступово втрачають своє значення. Масовий вихід в світовий простір економіки наднаціональних, регіональних, міжнародних організацій, численних недержавних об'єднань та асоціацій, транснаціональних корпорацій ускладнює функціональну структуру держави. Як феномен сучасного розвитку світової цивілізації, глобалізація впливає на всі сфери соціально-економічного життя, обумовлюючи його трансформації, аж до неочікуваних результатів. Сутність трансформацій, які відбуваються, полягає, по-перше, в безпрецедентному збільшенні проникненості національно-державних кордонів в глобальному масштабі, що веде до широкомасштабного розосередження власності, багатства, знань, науки, інформації, технології, отже, дифузії, і перерозподілу відносної геополітичної могутності та енергії між державами і регіонами; по-друге, глобалізація та співмірна з нею інтернаціоналізація, інформатизація сприяють небувалому прискоренню часу, «стисненню» і «закриттю» світового простору, істотній перевазі динаміки над статикою, які в сукупності посилюють начала нестабільності і нерівноважності в масштабах всієї світової спільноти. Таку ситуацію Дж. Розенау назвав «турбуленцією» (турбулентним станом), для якої характерні «велика складність, високий динамізм, прискорення темпів розвитку» [14, с. 6].

З точки зору утворення нової економічної та інституціональної структури, глобалізація не лише вносить безліч корективів в існуючі взаємозв'язки між країнами, але й спричиняє виникнення принципово нових тенденцій, коли чітко сформовані національні економіки разом з національними економічними стратегіями поступово втрачають своє значення. Відбувається немовби «роздвоєння» світу: з одного боку, ми маємо систему взаємовідносин держав, яка функціонує, дотримуючись принципів міждержавних відносин у відповідності з установками традиційної дипломатії і захисту національних інтересів, і саме головне – національного суверенітету. З іншого боку, мова йде про транснаціональний глобальний світ, де суверенітет національної держави поступово «звужується», рішення, які приймаються по тим чи іншим життєво важливим для його громадян питанням за межами держави, часто набувають більшу значущість, чим рішення, які приймаються владою цієї держави. В наші дні багато із найважливіших учасників світової спільноти – це недержавні актори. В цьому сенсі можна погодитися з Р. Гілпінім, який охарактеризував сутність даного стану речей в міжнародних відносинах (економічних та політичних) як «постійну боротьбу між незалежними акторами, які перебувають в стані анархії» [11, с. 7].

Підкреслимо, що найбільш важливий вплив процеси глобалізаційних перетворень здійснюють на зміни державної активності в економічній системі. Мова йде про те, що виклики глобальної економіки вимагають від урядових організацій розробки адекватного інструментарію економічної політики, який би допоміг ефективно коректувати макроекономічну політику відповідно до ситуації, що склалася [5, с. 19]. Як зазначає А. Шлезінгер, сьогодні комп'ютер перетворює нічим не стримуваний ринок «в невимому силу», яка руйнує всілякі кордони, підриває національні системи оподаткування і регулювання, знищує національне регулювання процентних ставок і валютних курсів, поглиблює провалля між багатством і бідністю всередині окремих країн і між країнами, змушує знищувати рівень вимог до умов праці, згубно діє на оточуюче середовище, позбавляє народи можливості «розпоряджатися своєю економічною долею» [15]. Дана обставина ускладнює реалізацію очікувань людини на отримання необхідних соціоекономічних благ, що актуалізує завдання вирішення проблеми суспільного сектору економіки.

Противникам ринкових реформ дуже вигідно розповсюджувати думку, що глобалізація – це, по суті, питання технології. Але глобалізація – це не технологічний імператив. В історичній перспективі її потрібно розуміти не лише як економічне явище, але як подію політичну. Зокрема, крупні успіхи в міжнародній економічній інтеграції (які зробили доцільною

розмову про справжню глобальну економіку) прийшли після краху комунізму і ряду етатистських режимів в країнах, що розвиваються. Ці важливі політичні перетворення усунули системи державного контролю як всередині країн, так і на міжнародному рівні, в результаті чого кілька мільярдів людей включилися в систему розподілу праці тепер вже в планетарному масштабі [7, с. 27].

Глобалізація вносить корективи у сучасне капіталістичне суспільство, котре як система володіє рядом специфічних інституційних особливостей. По-перше, його економічний лад включає високу конкурентність, експансіоністську природу, тенденцію до постійного залучення всеоб'ємних технологічних інновацій; по-друге, економіка достатньо сильно відокремлена або «ізолювана» від інших місць соціальної дії, особливо від політичних інститутів. Враховуючи високий рівень інновацій в економічній сфері, економічні відносини здійснюють значний вплив на інші інститути; по-третє, ізоляція економіки від державного ладу (яка може приймати різноманітні форми), заснована на переважанні об'єктів, що знаходяться в приватній власності, серед засобів виробництва. Приватна власність в даному випадку не обов'язково означає приватну підприємницьку діяльність, а скоріше широке розповсюдження приватного володіння інвестиціями; по-четверте, умовою автономії держави є опора на накопичення капіталу, яке контролюється нею далеко не повністю [4, с. 178–179]. В основі цих інституціональних вимірів знаходяться три джерела динамізму сучасності: дистанція часу і простору, звільнення і рефлексивність. Як такі, вони не є типами інститутів, а скоріше умовами, котрі задіяні в рамках інституційних змін і, в однаковій мірі, обумовлені ними [4, с. 187].

Безперечним фактом є те, що тиск ринків, навіть підсилений інформаційними технологіями, лише в малій мірі і далеко не завжди здатний стримувати державну політику. Перебільшуючи перемогу ринків над урядами, прибічники глобалізації підіграють своїм опонентам: якщо існуюча ситуація – результат панування ринкових сил, отже, саме ринкові сили за все відповідальні. Перекладання вини за все – фінансову кризу, хронічне безробіття, колапс Росії тощо – на глобальний капіталізм фактично є перебільшенням начебто нестримної могутності ринків [7, с. 22].

В свою чергу, критики глобалізації використовують звинувачення: сьогодні світ потрапив в пастку сліпої і небезпечної віри в *laissez faire*, яка ігнорує життєво важливі потреби. З точки зору П. Б'юкенена, проблема глобальної економіки та сама, що і економічної політики, яка засновується на міфі про людину економічну і ставить економічну теорію вище всього.

Обожнення ринків – це таке ж ідолопоклонство, як і обожнення держави. Ринок повинен слугувати людині, а не навпаки».

Таку ж позицію займає відомий економіст Дж. Сорос. В своїй праці «Криза світового капіталізму» він виступив проти «ринкового фундаменталізму», або віри в те, що суспільний інтерес задовольняється найкращим чином шляхом надання всім можливості задовольняти власні інтереси, а спроби захистити суспільний інтерес шляхом прийняття колективних рішень порушують ринковий механізм. Він стверджує, що ринковий фундаменталізм являє сьогодні більшу небезпеку для відкритого суспільства, чим будь-яка тоталітарна ідеологія.

Необхідно підкреслити, що противники глобалізації вказують на те, що сучасна абсолютизація «ринкового фундаменталізму» має історичні прецеденти на початку ХХ століття. Тоді, як і сьогодні, економічні сили вийшли з-під контролю; тоді, як і тепер, ідеологія *laissez faire* підривала соціальні потреби. Це привело до трагічних наслідків: стихія ринків з жорстокістю і нестабільністю в кінцевому рахунку привели до війни, тоталітаризму і депресії. Сьогодні відродження віри в силу ринку загрожує новим циклом катастроф [7, с. 22–23].

Дана позиція знаходить підтвердження в роботі К. Поланьї «Велика трансформація», в якій доводиться, що катастрофи його часу в кінцевому рахунку можуть бути пояснені вадами ідеології *laissez faire*. «Першопричини катаклізмів, – писав він, – лежать в утопічній спробі економічного лібералізму створити саморегулюючу ринкову систему» [4, с. 23]. Розвиваючи цю думку, У. Грейдер стверджує, що ми знову ступили на шлях, який може привести до трагічних наслідків [4, с. 23].

Як прибічники, так і противники глобалізації занадто перебільшують домінування ринкових сил в сучасній світовій економіці. Помилкове протиставлення держави і ринку виявляється і в зв'язку з питаннями соціальної згуртованості. Критики глобалізації доводять, що тиск конкуренції підриває соціальну захищеність людей, які потрапили в скрутне становище. Але між відкритими ринками і програмами соціального захисту немає ніякого внутрішнього конфлікту. Насправді, чим більш багатша країна, тим більше вона може вкладати в розумні програми соціального захисту. В даному контексті розвиток суспільного сектору економіки забезпечує здійснення реалізації програм соціального захисту та підвищення рівня суспільного та індивідуального добробуту.

Література

1. Гальчинський А.С. Економічна методологія. Логіка оновлення: Курс лекцій / А.С. Гальчинський. – К. : «АДЕФ-Україна», 2010. – 572 с.
2. Гальчинський А.С. Політична нооекономіка: начала оновленої парадигми економіки знань / Анатолій Гальчинський. – К. : Либідь, 2013. – С. 234.
3. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гелбрейт. – М. : «АСТ»; СПб.: Terra Fantastika, 2004. – 620 с.
4. Гидденс Э. Последствия современности / Э. Гидденс. – М. : Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. – 352 с.
5. Длугопольський О.В. Суспільний сектор економіки і публічні фінанси в епоху глобальних трансформацій: моногр. / О.В. Длугопольський. – Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2011. – 632 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЕ, 2000.
7. Линдси Б. Глобализация: повторение пройденного. Неопределенное будущее глобального капитализма / Бринк Линдси: пер. с англ. – М. : ИРИСЕН, Мысль, 2011. – 416 с.
8. Маршалл А. Основы экономической науки. / А. Маршалл. – М.: Эксмо, 2008. – 832 с.
9. Хабермас Ю. Постнациональная констелляция и будущее демократии / Ю. Габермас. – М.: Гнозис, 2003. – С. 113.
10. Appadurai A. Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy / A. Appadurai // Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity. – L.: Sage, 1990. – P. 295-310.
11. Gilpin R. War and Change in World Politics / R. Gilpin. – Cambridge, 1981. – P. 7.
12. Kahn H. The Next 2000 Years Future Scenario and the World / H. Kahn, A. Weiner. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sciencedirect.com>.
13. Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture / R. Robertson. – London University Press, 1992. – P. 58–60.
14. Rosenau J. Turbulence in World Politics / J. Rosenau. – London, 1990.
15. Schlesinger A. Jr. «Has Democracy a Future?» / A. Jr. Schlesinger // Foreign Affairs 76, No. 5 (September/October 1997:8).

Панфілов О.Ю.,
доктор філософських наук,
професор, завідувач кафедри
соціально-гуманітарних дисциплін
Харківського інституту фінансів;

Соболева С.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри соціально-гуманітарних
дисциплін Харківського інституту фінансів

УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ

Процес українського державотворення відбувається на тлі сучасних європейських і світових процесів, виклики яких потребують своєчасних і точних рішень щодо корекції філософсько-ідеологічних пріоритетів їх втілення у реальний державотворчий процес. Найбільш впливові виклики щодо цього формують глобалізація, інформаційна революція, міграційні процеси, проблема забезпечення енергетичними ресурсами тощо. Саме тому актуалізується проблема збереження власної української ідентичності з одночасною інтеграцією у світовий соціокультурний простір.

На думку М. Фісенка, глобалізація – це взаємодія держав, народів, етносів, соціальних спільнот в єдиній системі відносин на планетарному рівні; це система відкритого культурного обміну, запозичення зразків поведінки та адаптація культурних стереотипів; це розширення кордонів спілкування в усіх галузях людської діяльності та виникнення єдиного економічного, екологічного, інформаційного простору, що викликає необхідність вироблення узгоджених дій між народами та державами [1, с. 23].

За умов глобалізації та виходу людства на інформаційний рівень розвитку виникає єдиний соціокультурний простір, що у свою чергу викликає виникнення глибоких культурних протиріч між традиційними та привнесеними цінностями. Як зазначають дослідники Ю.Павленко, М.Головатий та інші, в умовах глобалізації незмірно ускладнюються проблеми людини, людського розвитку та якості життя. Людина «глобалізується», перетворюючись у «глобальну людину». Західний ліберальний індивідуалізм зазнає краху. Декларовані постулати про те, що саме людина самодостатня повинна бути поставлена в центр розвитку як найвища соціальна цінність, руйнуються цинізмом глобальних корпорацій,

для котрих понад усе їхні власні інтереси. Вони створюють спеціальні технології маніпулювання людиною: її потребами, її свідомістю, її поведінкою. Свобода людини, її громадянський суверенітет і рівність з урядом і державою глобальні корпорації де-факто не визнають, як не визнають вони і суверенітет слабких і бідних націй-держав. Дбаючи про свої інтереси, глобальні корпорації руйнують соціальні програми, перешкоджаючи соціалізації розвитку [2, с. 12–15; 3].

Отже збереження власної ідентичності для України постає першочерговим завданням в умовах глобалізації.

Поняття ідентичності має суспільну природу, оскільки саме воно лежить в основі співіснування та взаємодії рівновеликих груп людей. Ідентичність означає розуміння не тільки в межах постановки певних спільних цілей, але й у розподілі відповідальності за їх досягнення, і навіть у готовності до певних жертв як умови збереження групи. Проблема визначення ідентичності лежить набагато глибше, ніж звичайне бажання вольовим чином долучитися до тієї чи іншої спільноти, вдягнувши певні шати та проголошуючи певні гасла. Вона тісно пов'язана з питанням історичності буття спільноти, результатом якого є напрацювання цілого переліку алгоритмів як у сфері соціальної взаємодії усередині спільноти, так і у відносинах з навколишнім світом. Належність до цієї ідентичності визначається не стільки зовнішніми атрибутами, скільки присутністю особистісного переживання.

Збереження ідентичності українського народу має спиратися на національну культуру. Культуру створює особистість; її творить соціальна група і клас; культура є продуктом і способом життєдіяльності нації. Узагальненою ж характеристикою всього цього є положення про те, що її, зрештою, створює народ. Саме тому, будучи класовим (в класовому суспільстві), стратифікаційним (у сучасному постіндустріальному суспільстві) і одночасно національним феноменом, культура завжди містить загальнолюдські цінності, надбання цивілізації. Культура має загальнолюдський характер, розуміння якого безпосередньо пов'язане з розумінням специфіки головного суб'єкта історії – народу [4, с. 258 – 260].

Нації та народності, класи та інші соціальні групи спілкуються (взаємодіють або конфліктують) між собою. Відомим є й те, що одна й та сама людина водночас може належати до різних спільностей, а також переходити з однієї групи в іншу (соціальна мобільність). Люди живуть в єдиному соціально-культурному та природно-історичному просторі, що позначається кордонами держави, мають спільні інтереси, спільну історію, історичну долю. Все це знаходить певне категоріальне закріплення. Широка спільність людей (націй, класів, етнічних груп, соціальних верств

тощо), об'єднаних в державу, позначається поняттям «народ», «народні маси».

У повсякденній свідомості поняття «народ» охоплює все населення країни, в теорії його сенс пов'язують з нацією (український народ) або з тими верствами населення (класи, нації, народності), що за своїм об'єктивним становищем у суспільному виробництві визначають прогресивний розвиток суспільства. Поняття народу не зводиться до нації, бо народ складають представники різних націй і національностей. Наприклад, поняття «український народ» охоплює не тільки українців (за національністю), а й усіх громадян України, що проживають на її території та є представниками інших націй і національностей.

Народ сам є суб'єктом власної долі та суспільно-історичного розвитку і несе відповідальність за свою історію перед нащадками. Мисляча еліта пропонує народові ті чи інші шляхи розвитку. Керівна еліта спрямовує й організує його практичні дії. Творча еліта відтворює духовні, естетично-моральні, релігійні, загальнокультурні надбання, узагальнює їх та легалізує в контексті загальнокультурних надбань людської цивілізації.

Різноманітні соціальні верстви, класи, що формують народ, піклуються передусім про задоволення своїх власних потреб та інтересів так само, як і конкретна людина за будь-яких обставин думає і піклується спочатку про себе, своїх рідних та близьких. Виникає мозаїка інтересів, що досить часто суперечать один одному. Їх узгоджують регулятивні механізми: мораль, релігія, політика, право, держава, традиції тощо. До того ж, особистий інтерес нерідко поступається громадському, національний – класовому, класовий – особистому, і навпаки. Незмінним лишається одне – постійне (і практично загальне) прагнення людей до щастя, суспільної злагоди, миру й справедливості. Останнє й відтворюється в національній культурі [5, с. 80].

Культура є носієм національних цінностей. На думку багатьох дослідників важливою національною цінністю є нація [6]. Вона має свою територію та життєвий простір. Вважається, що племінна територіальність складалась найімовірніше стихійно і закріплювалась традицією. Народність скоріш «розривала» територіальну цілісність, ніж об'єднувала. Нація ж навпаки (через потребу формування єдиного економічного простору) її консолідує. Якщо нація втрачає свою територію, то поступово втрачає й організуючу єднальну енергію, зумовлену цим чинником, перетворюється на соціальну групу значно меншої внутрішньої консолідації. Тому, кожна нація охороняє свою територію, бо то – джерело її живучості, авторитету й визначеності. Саме тому, вона не лише обробляє землю (у первісному значенні культура означала ні що інше, як обробіток землі), але й оспівує

«свою землю» в піснях, змальовує її в художніх полотнах. За національним художнім текстом географічні умови існування нації проглядаються завжди. Для одних націй – це гори чи степ, для інших – моря чи ріки, які «виписуються» своєрідними (національними) кольорами чи відтворюються відповідною мелодикою. Понад те, відчутними є навіть такі, здавалося б далекі від культуротворчості предмети, як фауна та флора, які домінують як символи краси й одночасно – символи ідентичності нації. Найбільш ймовірно, все це відбувається на рівні підсвідомого, своєрідного архетипу, «територіальна визначеність» якого є суперважливою складовою. У творчості великих національних митців «географічний» (територіальний) чинник відчувається найбільш вагомо.

Формується нація, як правило, з людей одного етнічного складу. Етнічними ознаками вважаються самосвідомість, мова, усвідомлення спільності походження, єдиної історії, традицій. За Л. Гумільовим, етнічне формується на біоритміці, тобто має (як і територія) природне походження. Однак, незалежно від джерела формування етнічного, воно, як і «географічний чинник», втілюється в полотно культури безпосередньо. Саме «етнічне» – усвідомлення людиною своєї етнічної тотожності, відчуття спільної історичної долі, схожості почуттів, ідей і поведінки, ідентичність думок і вчинків – надає культурі яскраво вираженого національного характеру [7, с. 97–100].

Не менш суттєвим фактором, який зумовлює національний характер культури, є спільність господарських зв'язків нації. Цей фактор консолідує людей, пов'язує єдиною справою, надією на позитивні результати. Універсалізм економічних зв'язків надає життю надзвичайного динамізму, переміщує великі маси людей із села до міста й забезпечує їх єдність (взаєморозуміння) в умовах соціально-класової поляризації населення на перших фазах розвитку індустріалізму. «Єдина справа» є своєрідною ідейною основою культуротворення в самому широкому розумінні. Вона з'єднує і одночасно виховує волю людей в єдиному потоці культуротворення – відбудови зруйнованого війною господарства, освоєння нових земель, зведення новобудов тощо. Економічні зрушення – предмет гордості нації. Практично завжди вони знаходять своє відображення в літературі та мистецтві, причому, обов'язково як предмет національної гордості й поваги до власного народу (нації) який здійснив відповідні економічні зрушення.

Не можна не сказати й про такі об'єднувальні чинники, як мова, традиції, звичаї, обряди, культурно-історичні традиції, спільні особливості психічного складу що передаються з покоління в покоління. Немає мови – немає й нації. Також нація згасає, коли гине її культура, порушуються

традиції, нехтуються звички, забувається історія. Психологічні особливості формуються в процесі спільного проживання, способів діяльності, спілкування. Зазначену спільність психологічних ознак охоплює поняття «національний характер», який втілюється в полотні культури надаючи їй національної визначеності та однозначності [8, с. 87 – 88].

На наш погляд, означені інтегративні засади потрібно розглядати лише в їх органічному взаємозв'язку, єдності, взаємозумовленості. Абсолютизація будь-якої з них призведе до викривленого розуміння нації, а відповідно – і національного характеру. У такому ракурсі про теоретичну повноту визначення нації чи національних цінностей культури можна говорити лише умовно. В Україні зараз все більшої популярності набуває концепція української політичної нації, як нації, що формується переважно на основі спільних політичних (державних) інтересів. На думку О. Хорошилова, головним консолідуючим механізмом української політичної нації має бути держава. Задля досягнення національної єдності та консолідації суспільства слід поширювати серед різних соціальних, вікових, освітніх, культурних верств українського народу ідею спільності історичної долі, переваг тісної співпраці і взаємодопомоги, безпосередньої залежності успішності кожного громадянина України від рівня єдності українського суспільства, що сприятиме формуванню національної ідеї в її широкому, світоглядному розумінні» [9]. Останнє не лежить на поверхні, а відкривається лише з пізнанням, сприйняттям і глибоким співпереживанням специфіки національних відносин. Ясна річ, це також справляє помітний вплив на збереження ідентичності української нації.

Як відомо, національні відносини є одним із виявів системи суспільних відносин, їх особливим складником і мають відносно самостійний статус. Наріжним каменем мудрої організації суспільного життя є зважене врахування специфіки національних відносин, проведення продуманої, обґрунтованої національної політики. Зазначаючи впливу економічних, політичних, суспільно-побутових відносин, національні відносини, з свого боку, чинять зворотну дію, вносять певний колорит в усі сфери суспільного життя та культуротворення [6].

Національні відносини існують у таких основних формах: взаємозв'язки між націями; особистісні стосунки представників різних націй; стосунки між людьми однієї й тієї ж нації. У специфіці національних відносин відбиваються критеріальні ознаки нації – територіальні, етнічні, економічні, загальнокультурні та психологічні. Національні відносини складаються саме через них. Історія свідчить про складність формування та суперечливість визнання території існування нації (національної території).

Етнічні особливості фігурують, як правило, в стосунках представників різних націй, економічні – на рівні міждержавного спілкування, загальнокультурні та психологічні – на всіх рівнях, у всіх підрозділах суспільного життя. Загальнокультурне та психологічне в національних відносинах взагалі посідають особливе місце, відіграють важливу роль. Національні відносини мають різні форми буття. Існують як органічно вплетені в систему матеріальних та ідеологічних відносин, як їхній специфічний бік, тобто відносно самостійно. Центр ваги в них часто зміщується в галузь надбудови: мова, свідомість, культура, психологія. Надзвичайно важливу роль в бутті народів відіграє національний характер [10, с.114 – 117].

Етнічні чинники консолідації в умовах глобалізації виступають головною силою побудови в Україні демократичного суспільства, в якому будуть рівною мірою забезпечені національні та культурні потреби всіх етнічних груп, подолані форми відчуженості на рівні національних спільностей і на особистому рівні. Оскільки нація є однією з форм існування етносу, то всі структурні елементи етнічної ієрархії (етнічна група – етнічна меншина – нація – етнос) є одновимірними у розумінні своїх функцій як людських спільнот, що існують у конкретних суспільно-історичних умовах

Головними етнічними факторами консолідації української нації І. Іванов визначає такі, як: формування української політичної нації; спільність соціально-етнічних інтересів української нації з інтересами інших етносів у побудові незалежної держави; розвиток мов і культур етнічних груп; налагодження власного конкурентоспроможного виробництва; забезпечення матеріального добробуту етнічних груп, усієї країни; розвиток політичної культури, формування національної свідомості, національно-культурної єдності, духовної захищеності українського суспільства; створення концепції національної злагоди; розвиток етнічної ідентифікації та самоідентифікації, серед яких важливу роль відіграють ідеали, цілі, традиції, пам'ять народу, мислення; єдність соціального й етнічного в національному; досягнення злагоди між етносами, які проживають на Заході та Сході України [11, с. 59 – 60].

Поліетнічна структура українського суспільства – об'єктивна реальність, яка має глибоке історичне коріння. Завершальним рубежем формування українського етносу можна вважати кінець XVII століття, коли визначилась територія, склалася українська розмовна мова, економічні зв'язки об'єднали всі українські землі, сформувалися риси етнічної культури, побуту та звичаїв, виникла українська державність у вигляді козацької республіки.

Отже, етнічні чинники – це складові елементи національного, започатковані в глибині століть, які склалися внаслідок природного розвитку на основі специфічних особливостей свідомості й етнічної психології, спрямованої на збереження та розвиток самобутності українського народу, його мовно-духовної ідентичності, економічних зв'язків і територіальної цілісності. Етнічне пов'язано з соціальним, а разом обидва процеси становлять національне. Саме цим пояснюється той факт, що національне міцно пов'язане і переплетене з соціально-економічною, політичною та духовною сферами життя суспільства.

В Україні не існує єдиного загальнопідтримуваного проекту національної ідентичності, що ґрунтується на національній ідеї, яка може сконсолідувати населення всіх регіонів та представників усіх етнічних, мовних, релігійних, політичних тощо груп. Натомість спостерігається конкуренція та дискусія щодо кількох проектів національної ідентичності з характерними тільки для них національними ідеями та ідеалами. Загалом ці проекти можна поділити на дві основні групи, підґрунтям яких є етнічні цінності (етнічна група) та пріоритет громадянських прав і свобод (громадянська група) [12].

Те, що не існує універсального проекту національної ідентичності, виштовхує наперед альтернативні об'єднавчі ідеї (етнічні, релігійні, мовні, регіональні тощо), провокуючи цим розвиток комплексу негативних для української держави явищ, а саме регіоналізм, міжрегіональне, мовне, міжконфесійне, міжетнічне, політичне протистояння, ксенофобію та сепаратизм

Питання об'єднання українською національною ідеєю різних прошарків народу України, тобто народу, який проживає на території України, є складним. І не лише через його багатомірність, а й через методологію визначення національної ідеї, ідеї, яка має єднати не лише український етнос, а й увібрати в себе інтереси всіх етносів, що проживають на території України, тобто інтереси народу України

Також, як зазначає Д. Сладкий, національна ідея повинна мати серед інших і такі риси:

- інтегративність – полягає в тому, що національна ідея є уособленням інтересів етносів, які проживають на території України;
- всезагальність – національна ідея виражає інтереси не лише найбільшої етнічної групи, а й інших етносів, що живуть на території країни;
- варіативність – здатність до змінюваності відповідно до реалій об'єктивної дійсності;

- системність – національна ідея становить собою органічно об'єднану сукупність ідей;
- динамічність – національна ідея як система розвивається та функціонує відповідно до законів розвитку динамічних систем;
- демократичність – національна ідея максимально враховує інтереси всіх етносів, що структурно належать до нації;
- диверсифікованість – різнобічний розвиток національної ідеї полягає у розвитку ідеї усіх етнічних груп;
- відкритість – національна ідея не є догмою, вона є відображенням бажання нації бути, тому будь-які ідеї, інтереси тощо, які відповідатимуть загальному напрямку розбудови нації, обов'язково враховуватимуться та відобразатимуться в національній ідеї;
- гнучкість – забезпечення інтересів усіх етнічних груп на підставі оптимального співвідношення, узгодження, взаємодії та мінімізації дискримінації інтересів етнічних груп;
- світоглядну цінність – національна ідея має враховувати не лише потреби сьогодення, а й історичну спадщину нації, традиції її минувшини;
- прогностичність – національна ідея спрямовує поступ нації до певної моделі, тобто національна ідея є виявленим сьогодні станом майбутнього нації;
- дуальність – спорідненість як об'єктивних чинників (історичні традиції, мова, культура, територія), так і суб'єктивних (національна самосвідомість, національна психологія, національний менталітет, національний характер) [13, с. 117–118].

Значну роль у формуванні національної ідеї, на засадах якої сформується національна ідентичність, могла б відігравати держава. Однак низький рівень довіри до держави як сукупності інституцій, що виконують владні функції, сьогодні не дає їй змоги виступити авторитетним ініціатором націєтворення. Тому можливим нині шляхом поєднання інтересів усіх груп населення є шлях консенсусного суспільного договору, що зміг би вирішити основні протиріччя сучасного націо- та державотворення і, таким чином, закласти міцне підґрунтя подальшого розвитку країни.

Досвід ХХ сторіччя підтверджує, що національна ідея, народжена державою, є прологом до тоталітаризму, хоча й може певний час цементувати націю, але зрештою веде до національної трагедії. Ось чому за умов демократії за державою має залишатися лише координуюча функція, а безпосередніми суб'єктами комунікації мають стати інститути громадянського суспільства: недержавні громадські організації, соціально

відповідальні мас-медіа, органи місцевого самоврядування, наукові та навчальні заклади [14, с. 113].

Аналіз геополітичних особливостей України дає підстави стверджувати, що вона в цьому відношенні має багато переваг, оскільки вигідно відрізняється і своїм географічним положенням, і розмірами території, і чисельністю населення, і родючістю ґрунтів, і багатими природними ресурсами, і сприятливими кліматичними умовами. Той факт, що Україна є європейською державою, зазначає О. Деменко, у вітчизняному науковому середовищі ні у кого не викликає сумнівів. Її європейська сутність обумовлюється історичним минулим, географічним становищем, належністю до суспільно-політичних і культурних традицій європейської цивілізації, демографічним складом населення, сталістю економічних зв'язків з європейськими країнами [15, с. 74].

Природно склалося так, що з давніх-давен Україна являла собою землю, навколо якої зосереджувались геополітичні суперечності греко-візантійського (середіноземського) та передне-азіатського світів. Через ці землі проходив знаменитий шлях із Варяг у Греки. З євразійських степів в українські землі вселялися кочові племена, зокрема киммерійці. На початку VII ст. до н.е. тут з'являються скіфи, які ввійшли в контакт із грецькою цивілізацією і одночасно зіткнулись з нею, що й стало зрештою початком кінця величі та слави цього талановитого народу. Близько 400 років в українських степах панували сармати.

Прадавні українці – корінне населення цього краю – суперечливо сприймали впливи прийдешнього люду. Вони запозичали від нього все те, в чому вбачали, насамперед, свою нагальну чи перспективну практичну потребу і, одночасно, з дивовижною завзятістю охороняли й утримували своє споконвічне ество – культуру, ментальність, побут, звичаї, яке виокремлювало їх серед племен і народів того історичного періоду й дозволило зрештою згуртуватись в націю і державу. Історичними напрямками попередньої української геополітики, зазначають Л. Губерський, В. Андрущенко, М. Михальченко, був захист земель і держави від набігів кочових племен, особливо від монголо-татарської навали, контакти з греко-візантійським та західноєвропейськими державами, суперечлива уживаність в умовах експансії в Україну росіян, литовців та поляків, збереження власного й потаємного етнонаціонального «Я», концентрацією якого є споконвічне прагнення до незалежності і свободи [16, с. 263].

Пограниччя України об'єктивно обумовило дві головні тенденції: 1) поєднання взаємовпливів двох світів і 2) внутрішній самозахист від них, прагнення самозбереження у первозданній якійсї витонченості. Зміщення

центру тяжіння в бік першої тенденції невідворотно веде до розшарування пограничного етносу; його повна переорієнтація у зворотному напрямі – до самоізоляції, застою, виродження. Українцям майже вдалося оптимізувати цей процес: балансує між Сходом і Заходом вони залишились українцями, зберегли свою ментальність і культуру, однак вимушені були поступитись державністю, до відродження якої народ повернувся майже через 750 років. Проте, століття існування України у складі євразійської імперської системи не змогли винищити цю природну фундаментальну ознаку української нації. Вся українська історія сповнена безлічі яскравих прикладів, які переконливо свідчать, що за своїми історико-культурними, політичними, ментальними джерелами Україна завжди належала до Європи. Колиска української державності – Київська Русь – протягом декількох століть була однією з провідних держав середньовічної Європи. Древній Київ був визнаним культурним, дипломатичним і торговельним центром континенту.

Аналізуючи роботи С. Хантінгтона, Г. Кісінджера, З. Бжезинського та інших західних дослідників можна прослідкувати інтегративну оцінку українського геополітичного фактору в світовій історії, сьогоденні та в майбутньому [17; 18, с.102; 20].

По-перше, практично кожен із відомих геополітиків ХХ століття, підкреслюючи унікальність української культури, способу життя, виробництва та побуту, характеризує їх як такі, які значно перевищують якість та рівень розвитку загальноросійської матеріальної та духовної культури. Виходячи з цього, вчені робили висновок про те, що рано чи пізно українська людність мала утворити свою власну незалежну державу, яка стане в майбутньому суттєвим фактором європейської геополітики.

Другою провідною думкою, що об'єднує майже всіх теоретиків, є положення про близькість української культурної традиції й самого стилю життя українців (історичних традицій, господарчих ознак, релігійно-етнічних особливостей тощо) до середньоевропейського типу. Співжиття українців з росіянами, на думку європейських вчених, обмежує перспективи їх розвитку. Характер цього співжиття підпорядкований зростанню українців, відторгнення їх від Європи й в кінцевому розумінні знищення як самостійного етносу і культури.

Третьою інтегративною позицією, на якій сходяться класики геополітики ХХ століття, є думка про колосальну значущість України для розвитку європейських народів, побудова спільного європейського дому. Україна, на їх погляд, є «остання лінія», «культурний кордон» Європи, який захищає її від гегемоністичних претензій Росії, постійного і потужного азіатського тиску.

Х. Макіндер відверто говорить про те, що сучасна Росія перебрала на себе всі функції колишньої Монгольської імперії. Від неї надходить найвідчутніша загроза європейській і світовій демократії і свободі. Зупинити Росію інакше, ніж створенням і підтримкою своєї «буферної зони», неможливо. Саме тут і виявляється могутня геополітична роль України, яка може стати такою зоною при умові перетворення її в незалежну і суверенну державу. Думка Х. Макіндера носить фундаментальний характер: «географічна вісь світу», «світовий острів», «осередня земля» тощо – ось опорні категорії, на яких він базує найсмисловішу на той час схему інтерпретації політичної історії світу [19, с. 154 – 164].

Із іншого боку, значущість України як фактора європейської геополітики визначається її потужним природо-ресурсним і людським, культурно-історичним і сучасним активно-творчим потенціалом, господарськими здібностями, трудовою дисципліною й дивовижною бережливістю українців. Свої господарські чесноти та здібності вони щедро делегують у європейський світ, що є фактором його зростання та розквіту.

Дослідники підкреслюють ще одну важливу геополітичну рису України в європейському просторі. Вона пов'язана з такими рисами українського національного характеру, як миролюбність, демократизм, поблажливість. За думкою вчених, при умові звільнення України від іншої державної залежності, вона доклала б серйозний внесок до справи підтримання миру й стабільності в цьому регіоні [21].

Таким чином, Україна об'єктивно поставлена в ситуацію бути вагомим чинником європейської та світової історії, відігравати в ній аж надто помітну роль. Зрозуміло, що з отриманням статусу незалежної держави, ця вага та роль значно збільшиться. Але країна повинна самоствердитись, стати на рівень вимог історичного часу та історичного простору.

Основними напрямками вдосконалення демократичних процесів в Україні можна вважати такі:

1. Консолідація самої суті демократії. Інститути громадянського суспільства, зокрема засоби масової інформації, повинні ефективніше використовувати функцію комунікації між суспільством і державою, внаслідок чого зміцнюють їх демократичні основи.

2. Орієнтація на більшу відкритість суспільних організацій. Великі суспільні і політичні об'єднання все ще не відіграють своєї історичної ролі. Принципи громадянської ангажованості мають бути більш прозорими й демократичними, жорстко фіксоване членство може поєднуватися з участю у діяльності та заходах цих організацій.

3. Кристалізація національної ідеї, побудованої на цінностях демократичної, соціальної, правової держави. Наразі очевидно, що, незважаючи на індивідуалізацію, плюралізацію способу життя громадян, загальні соціальні ознаки і відчуття спільної долі не були втрачені. Це наочно продемонстрували події «помаранчевої осені» 2004 року, «революції гідності» 2013 року.

4. Розбудова розвиненого інформаційного суспільства. Неможливо досягти успіху в здійсненні політичної модернізації без належної уваги до комунікативного компонента політичної системи. На сьогодні немає сталих комунікацій між державною владою і населенням. Йдеться про розвиток так званої електронної демократії та функціонування електронного

Однак слід чітко розрізняти два поняття: проведення символічної політики (вербального вираження очікуваної діяльності) та виконання умов вступу до Євросоюзу. Так, Україну почали позитивно сприймати в демократичному світі, але не слід забувати, що сьогодні лише закладаються передумови нової моделі держави і суспільства, і при цьому багато що залежить від волі як еліти, так і всього українського народу. Україна має відповідати копенгагенським критеріям, які передбачають стабільність установ, що гарантують демократію, верховенство права, забезпечення прав людини, повагу і захист прав меншин, ринкову економіку. Окрім цього, вона має взяти на себе зобов'язання, які випливають із членства ЄС. Так, Україна стала учасницею значної кількості важливих міжнародних договорів, однак це не має визначального впливу на її внутрішню політику [22, с. 142].

Україна потребує чіткої стратегії щодо ЄС, яка базувалася б на розумінні природи, динаміки та необхідних умов європейської інтеграції. Як зазначають фахівці, щоб надати змісту своїм проєвропейським сподіванням, українська політична еліта повинна зосередитися не лише на питаннях безпеки. У стосунках із ЄС надмірна увага до геополітики виявляється недоречною, спотворюючи українські пріоритети щодо ЄС. Від часів незалежності українські еліти підкреслюють «геополітичну важливість» України для Заходу та самовпевнено вірять, що Україна «надто важлива, щоб зазнати невдачі». В Україні погано розуміють той факт, що ЄС є спільнотою, об'єднаною спільними цінностями, зобов'язаннями та солідарністю, а також що членство в ЄС дає не лише права й повноваження, а й вимагає сповідування його цінностей та відданості, яка викликає довіру [23, с. 136 – 137].

Таким чином, якщо Україна прагне європейської інтеграції, то вона не повинна обмежуватися зовнішньополітичними деклараціями. Щоб європейські наміри України заслужили серйознішої уваги й довіри, їх слід

підтримати щонайдетальнішою програмою внутрішніх реформ. Важливо наголосити, що ці реформи – не якась суто дипломатична поступка в бік ЄС, а необхідна передумова трансформації України в модерну європейську державу.

Розгортаючи визначення контексту європейського вибору України, слід зазначити, що в площину найважливіших завдань слід покласти набуття державою якостей вигідного, надійного в економічному та політичному вимірах партнера на європейському просторі. На думку експертів, характер та рівень співробітництва з ЄС, перспектива української євроінтеграції залежатиме від внутрішніх трансформацій в Україні, від створення умов щодо стабільного демократичного розвитку, підйому вітчизняної економіки [24, с. 108].

Література

1. Фесенко М. У вирі перемін / М. Фесенко // Політика і час. – 2006. – № 5. – С. 23 – 31
2. Павленко Ю. Цивілізаційні аспекти глобальних протиріч у сучасному світі / Ю. Павленко // Освіта і управління. – 2004. – Т. 7. – № 2. – С. 9–17
3. Головатий М. Обережно – глобалізація / М. Головатий // Освіта і управління. – 2004. – Т. 7. – № 2. – С. 24 – 29
4. Шморгун А. А. Этнонациональное измерение глобальных цивилизационных тенденций нового и новейшего времени / А. А. Шморгун // Цивилизационные модели современности и их исторические корни ; под ред. Ю. Н. Пахомова. – К.: Наук. думка, 2002. – С. 258 – 323
5. Кострюков С. Загальнолюдські та національні цінності / С. Кострюков // Вища освіта України. – 2008. – № 3. – С. 74 – 83
6. Кравченко Н. И. Политические и другие социальные ценности / Н. И. Кравченко // Вопросы философии. – 2005. – № 2. – С. 3 – 16.
7. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилев. – М. : Рольф, 2002. – 560 с.
8. Мадіссон В. В. Сучасна українська геополітика / В. В. Мадіссон, В. А. Шахов. – К.: Либідь, 2003. – 176 с.
9. Хорошилов О. Українська політична нація: сценарій конституювання / О. Хорошилов // Політичний менеджмент. – 2004. – № 5. – С. 23 – 30
10. Степіко М. Т. Буття етносу: витоки, сучасність, перспективи (філософсько-методологічний аналіз) / М. Т. Степіко. – К.: Товариство «Знання», 1998. – 251 с.

11. Іванов І. Соціально-етнічні фактори консолідації українського суспільства / І. Іванов // Нова політика. – 1999. – № 3. – С. 58 – 61
12. Мовний баланс України. Співвідношення української та російської мов в різних сферах громадського та приватного життя. – Гуляй-Поле. Російсько-українське обозрение. – 21.03.07. – <http://www.politua.ru/humanitarian/292.html>
13. Сладкий Д. Національна ідентичність як фактор національної та міжнародної безпеки / Д. Сладкий // Політичний менеджмент. – 2008. – № 2. – С. 110 – 119
14. Костирев А. Ціннісна комунікація як умова консолідації української нації / А. Костирев // Політичний менеджмент. – 2007. – № 5. – С. 105 – 116
15. Деменко О. Українська геополітика ХХІ століття: євразійство чи євроінтеграція / О. Деменко // Людина і політика. – 2004. – № 1. – С. 73 – 81.
16. Губерський Л. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз. / Л. Губерський, В. Андрущенко, М. Михальченко. – К. : Знання України, 2005. – 580 с.
17. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон ; [пер. с англ. Т. Велимеева, Ю. Новикова]. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003 – 603 с.
18. Бжезинский Зб. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы / Зб. Бжезинский; [пер. с англ.]. – М. : Международные отношения, 2000. – 256 с.
19. Переслегин С. Б. Самоучитель игры на мировой шахматной доске / С. Б. Переслегин. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2005. – 619 с.
20. Пашков М. Украина и расширение ЕС: проблемы, последствия, перспективы / М. Пашков, В. Чалий // Зеркало недели. – 2001. – № 45 (369) 17 ноября. – С. 5
21. Кафарський В. Україна–ЄС: нові перспективи націєтворення / В. Кафарський // Політичний менеджмент. – 2005. – № 3. С. 3 – 15
22. Ганжуров Ю. Імплементация законодавства України до європейських стандартів як комунікативний процес / Ю. Ганжуров // Політичний менеджмент. – 2007. – № 1. – С. 136 – 150
23. Андрусів В. Нормативний дискурс формування європейської ідентичності / В. Андрусів // Політичний менеджмент. – 2007. – № 3. – С. 135 – 146
24. Білорус О. Г. Глобальна перспектива і сталий розвиток: (Системні маркетингові дослідження) / О. Г. Білорус, Ю. М. Мацейко. – К. : МАУП, 2005. – 492 с.

Попіль В.І.,
канд. юрид. наук,
доцент кафедри
загальноправових дисциплін,
факультету міжнародної торгівлі та права

ДЕЯКІ ПИТАННЯ «НАСИЛЬСТВА» В НАУЦІ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВА УКРАЇНИ

Постановка проблеми

Історичний досвід розвитку людства з часів «печерного права» і до сьогодення свідчить про те, що насильство було і залишається одним із засобів розв'язання будь-яких питань. Війни між племенами, а пізніше між державами, сприяли створенню відповідного стереотипу поведінки людини. Однак епоха відродження людства, цивілізація суспільства, приводить до заборони, і в окремих випадках обмеження силових варіантів вирішення міждержавних та соціальних конфліктів.

На сьогодні одним із внутрішніх аспектів становлення правової, демократичної держави залишається боротьба зі злочинністю, і зокрема, такими її «фоновим явищем», що детермінує злочинність, як «насильство» взагалі, та його різновидом «гендерне насильство».

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Гендерне насильство, як різновид соціального насильства, на великий жаль, у нашій державі залишається поки що поза межами предмета науки кримінального права та кримінології. Так, окрім відповідних постанов Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України [1] та певних законів стосовно попередження насильства в сім'ї, прийнятих тією ж Верховною Радою України [2], у нашій державі практично ніяких досліджень цього питання не проводилось і відповідних їх результатів немає. Хоча аналіз періодичних видань, курсу «Сучасної української кримінології» [3] тощо, свідчить про наявність цього виду насильства в українському суспільстві, яке на теперішній час характеризується тим, що: по-перше, детермінує окремі види злочинності (наприклад злочинність неповнолітніх, жіночу злочинність, тощо); по-друге, цей вид насильства в окремих випадках є кримінально-караним (наприклад, умисне убивство – ст. 115 – 118, тілесні ушкодження – ст. 121-125 Кримінального кодексу України); по-третє, подібна злочинність має тенденцію до зростання. Збільшення кількості випадків здійснення гендерного насильства призводить до збільшення злочинності по регіонам і в державі вцілому.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Існуючий стан гендерного насильства повинен викликати стурбованість не тільки державних органів, що здійснюють боротьбу зі злочинністю, але й вимагати значних зусиль вчених-фахівців щодо проведення наукових досліджень проблем цього виду насильства.

Формулювання цілей статті

Дана стаття ставить за мету освітлення деяких питань науки кримінального права України відносно гендерного насильства і відповідно до цього розробку певних шляхів вирішення окремих питань проблематики.

Виклад основного матеріалу дослідження

Перш ніж здійснити виклад матеріалу, потрібно визначити сам предмет дослідження, а саме – поняття «гендер». Здійснюючи аналіз досягнень з цього питання науки кримінального права, кримінології протягом кінця XX – початку XXI століття, потрібно зазначити, що термін «гендер» використовують у багатьох галузях, але його значення по-різному трактується і має своє конкретне призначення. Для всіх з них базовим положенням являється відмінність понять «стать» (sex) і «гендер» (gender – з грецької «рід»). Це термін, який визначає ті анатомо-біологічні особливості людей (в основному, в репродуктивній системі), на основі яких люди визначаються як чоловік і жінка. Цей термін необхідно вживати тільки щодо характеристик і поведінки, які безпосередньо відрізняють чоловіка і жінку в їх біологічному сенсі. Гендер – це обумовлений соціокультурний конструкт; різниця в ролях, поведінці, ментальних і емоціональних характеристиках між жіночою і чоловічою статтю, які створюються в процесі соціалізації в суспільстві.

В рамках цього підходу «гендер» розуміють як організовану модель соціальних відносин між чоловіками і жінками, яка не тільки характеризує їх міжособистісне спілкування і взаємовідносини в сім'ї, але і визначає їх соціальні відносини в основних інститутах суспільства. Таким чином, гендер трактується як одне з базових вимірів соціальної структури суспільства, який разом з соціально-демографічними і культурними характеристиками (раса, клас, вік, професійні навички) організовує соціальну систему. Соціальне відтворення гендерної свідомості на рівні індивіду підтримує основу на принципі статі соціальну структуру. Багато жінок і чоловіків не тільки сприймають, але і оцінюють по-різному реальність, що обумовлено гендерними особливостями і різницею в їх здібностях розрізнятися; у розподілі влади між собою.

Гендер конструюється через певну систему соціалізації, розподілу праці або пристосування до культурних норм певного соціуму, ролі і

стереотипів. Прийняті в суспільстві гендерні національні стереотипи в певній мірі визначають психологічні якості (схвалюючи або негативно оцінюючі інші), здібності, види діяльності, професії людей залежно від статі. При цьому гендерні ролі і норми не мають універсального змісту, що значно відрізняється у різних суспільствах. У цьому значенні бути чоловіком або жінкою означає зовсім не наявність певних природних якостей, а виконання тієї чи іншої ролі у суспільстві. Сенс поняття «гендер» зводиться до того, що це ідея соціального моделювання або конструювання статі. В суспільстві виникає система норм поведінки, яка прописана до виконання ролей певними особами відповідної статі.

Згідно із цим виникає низка уявлень, що таке «чоловіче» і «жіноче» у певному суспільстві. Гендер – сукупність соціальних природно закріплених належностей. Гендер – це та культурна замаскованість статі, це те, що ми думаємо про стать у наших соціокультурних уявленнях. Не стать належить людині, а людина статі.

Таким чином, треба зазначити, що аналіз гендерних відносин, по суті, являється аналізом влади статі як чоловічої, так і жіночої (по відношенню до іншої) в економічній, соціальній, політичній та інших сферах життєдіяльності людини.

Здійснивши аналіз поняття «гендер», необхідно стосовно предмета дослідження (назви статті) також відповісти на питання, що таке «насильство», і зокрема «гендерне насильство», з точки зору теперішніх досягнень наук кримінально-правового циклу.

Під насильством розуміють ситуацію, коли будь-яка поведінка індивіда, який свідомо погрожує, намагається нанести або дійсно причиняє фізичні, сексуальні чи психологічні страждання іншим особам, намагається нав'язати їм свою волю.

Відповідно, під гендерним же насильством слід розуміти суспільно-небезпечну поведінку особи (насильника), як чоловіка так і жінки, стосовно протилежної статі (жертви), яка проявляється у спричиненні фізичних, сексуальних, морально-психологічних та інших страждань або у прогнозах їх застосування. Важливою ознакою цього аномального явища є те, що гендерне насильство вчиняється як чоловіком по відношенню до жінки, так і навпаки. Але такого роду дії можуть бути направлені батьками щодо своїх дітей так і навпаки, діти можуть чинити певного роду насильницькі дії стосовно своїх батьків, піклувальників, опікунів або осіб, що їх замінюють.

Гендерне насильство, як було вже зазначено вище, може проявлятися у різних формах. Наприклад, фізичне гендерне насильство проявляється у нанесенні жертві тілесних ушкоджень будь-якої ступені тяжкості (від легких до особливо тяжких), побоях та мордуванні, катуванні

та інших видах фізичного знування, за які передбачено кримінальну відповідальність відповідно до норм Особливої частини чинного Кримінального кодексу України. Якщо брати до уваги сексуальне насильство, то воно може проявлятися у певних формах сексуальної експлуатації, використанні в порнобізнесі людей різного віку і статі примусовому наданні сексуальних послуг, примусу до вступу у статевий зв'язок проти волі особи, зґвалтуванні, або проявлятися в насильницькому задоволенні статевої пристрасті неприродним способом та іншого роду формах сексуального насильства. Такого роду насильство карається Кримінальним кодексом України (Розділ IV Кримінального кодексу України «Злочини проти статевої свободи та статевої недоторканності особи»). Ясно, що гендерне насильство зазіхає також і на морально-психологічні блага, оскільки жертва гендерного насильства отримує певну психічну травму внаслідок вчинення стосовно неї таких насильницьких дій (наприклад, доведення до самогубства – ст. 120 Кримінального кодексу України). Тому гендерне насильство – одна із болючих проблем сьогодення, особливо, якщо мова йде про насильство в сім'ї, де жертвами можуть бути діти, чоловік, дружина та інші близькі родичі.

Гендерне насильство – одна з найвищих форм зневаги до людини як до біосоціальної істоти, яка руйнує всі морально-етичні, культурні цінності і надбання людства, перекреслюючи при цьому тендерну рівність чоловіка та жінки, надану кожному індивіду від народження і гарантовану законом, що призводить до виховання підростаючого покоління в обстановці суцільної агресії, зневаги до протилежної статі, що, як наслідок, створює морально-деградоване суспільство, де насильство – це не аномалія, а закономірність.

Для обґрунтування викладеного потрібно більш детально зупинитись на проблемних питаннях насильства у такому соціальному середовищі як сім'я. Саме в сім'ї формуються моральні якості і здійснюється процес становлення особи. Неприятливий клімат (мікро-соціум) формує потенційно неправильну соціальну поведінку дитини, а пізніше і дорослої людини. Власна сім'я може не лише направляти і підтримувати дитину у потрібному для суспільства руслі, але й стати психотравмуючим фактором – порушити соціальну адаптацію і потягти за собою вчинення насильства в сім'ї. Так, переважна більшість (71,2%) злочинців самі у дитинстві були жертвами агресії, що надалі сприяло формуванню у них схильності вирішувати свої проблеми за допомогою сили, у тому числі 19,2% з них піддавалися кримінальному насильству один раз, 26,9% – два-три рази, 17,3% – чотири-п'ять разів, 17,3% – шість і більше разів, 13,5% – регулярно

(два-три рази на місяць), а 1,9% – систематично (не менше трьох разів на тиждень)[4].

На думку автора, насильство в сім'ї це – будь-які умисні дії фізичного, сексуального, психологічного чи економічного спрямування одного члена сім'ї стосовно іншого члена сім'ї, якщо ці дії порушують конституційні права і свободи члена сім'ї як людини, так і громадянина, що наносять йому моральну шкоду, шкоду його фізичному чи психічному здоров'ю.

Об'єктом насильства можуть бути життя та здоров'я, честь та гідність, а в окремих випадках – статеві свободи та статеві недоторканість найбільш беззахисних членів сім'ї – жінок, дітей, осіб похилого віку тощо. Відповідно цьому, потерпілими (жертвами) є діти, батьки, рідні сестри, брати, дружина (співмешканка) насильника, та інші його родичі (дідуся, бабуся, онуки, дядьки, тітки, племінники).

За неофіційними даними, щорічно в Україні від насильницьких злочинів страждає понад 10 тис. жінок. Домінуючими видами протиправних дій стосовно жінок були умисні вбивства та вбивства з обтяжуючими обставинами, нанесення умисних тяжких тілесних ушкоджень, зґвалтування, задоволення статевої пристрасті неприродним способом [5]. В окремих випадках потерпілі (жертви) сімейного насильства провокують насильника на скоєння стосовно них суспільно-небезпечних дій. Як результат цього – негативна поведінка потерпілих сприяла тривалому нагромадженню у членів сім'ї негативних переживань, емоційної напруги, що рано чи пізно призводить до насильницьких дій за механізмом «остання крапля». Щодо суб'єкта насильства в сім'ї, то за результатами репрезентативного вибіркового дослідження, проведеного 1989 році у м. Києві та трьох областях Української РСР, було виявлено, що здебільшого (84%) злочини у сімейно-побутовій сфері чинили чоловіки [6], які мають, в основному, середню освіту, низький рівень заробітку чи взагалі його не мають, зловживають, як правило, алкоголем тощо. В окремих випадках їм притаманна наявність аномалій психіки в рамках осудності [7].

Проаналізовані дані дозволяють виділити такі основні мотиви насильства в сім'ї чоловіками, як: утвердження власного авторитету (46,3%); бажання панувати (40,4%); неможливість повноцінно виконувати свою роль (31,6%); виплескування на потерпілого злості, що виникла внаслідок невдачі, кризи особистого сімейного життя (53,7%); образа, яка виникла внаслідок конфлікту з іншими членами сім'ї (15,4%); бажання заподіяти потерпілому біль, страждання, завдати збитку (75,7%); ревності (21,3%); помста (12,5%); бажання припинити пияцтво, іншу аморальну поведінку потерпілого (22,4%); помста за постійні побої, образи, знущання

(17,7%); помста за вчинене насильство, образи, знуцання зі сторони потерпілого безпосередньо перед злочином (30,9%); помста за жорстоку поведінку, знуцання у дитинстві зі сторони потерпілого (9,6%); бажання позбутися потерпілого або пов'язаних з ним турбот (10,3%); користь (11,8%); бажання усунути перешкоди у користуванні житловим приміщенням, іншою власністю (9,6%); бажання виселити потерпілого (його родину) із загальної житлової площі (8%); бажання припинити образи, приниження зі сторони потерпілого (16,2%); захист злочинцем інших членів сім'ї від насильства/нападу зі сторони потерпілого (7,4%). Як правило, винний керується відразу декількома мотивами [8]. Врахування викладених мотивів насильника дасть можливість відповідним правоохоронним органам більш ефективно здійснювати профілактику насильства в сім'ї.

Характерною особливістю зовнішньої сторони поведінки суб'єкта насильства в сім'ї є те, що це об'єктивна, виражена назовні суспільно небезпечна дія насильницького характеру стосовно членів сім'ї, яка посягає на їх законні права та інтереси і проявляється у різних формах фізичного, психічного, морального і сексуального знуцання, іншого роду насильницьких діяч, які ставлять у певну залежність потерпілого (жертву) стосовно насильника.

Якщо говорити про фізичне насильство в сім'ї, то воно, звичайно, вчиняється найчастіше. Побиття чоловіком своєї дружини або дітей на сьогодні не диво. Насильник, перебуваючи в алкогольній чи іншій залежності, схильний до не передбачуваних дій і, частіше всього, чинить подібне до дружини, дітей та інших родичів саме у стані алкогольного чи іншого виду сп'яніння, що обтяжує покарання. Але непоодинокі випадки, коли такі «п'яниці» своєю поведінкою детермінують насильство по відношенню до себе зі сторони рідних. Фізичне насильство використовується при вчиненні багатьох злочинів, тому це на сьогодні є основною формою об'єктивної сторони, у тому числі і насильства по відношенню до членів сім'ї. Фізичне насильство, в основному, спрямоване на нанесення жертві тілесних ушкоджень (легкі, середні, тяжкі), побоїв, мордувань, що може призвести до особливо тяжких наслідків, або навіть смерті. Варто зазначити що фізичне знуцання може полягати також в обмеженні волі чи свободи особи, навмисному недогляді за малолітніми в цілях покарання.

Складну проблему становлять насильницькі злочини, які вчиняються із сексуальних мотивів. Зростає, зокрема, інтенсивність умисних убивств, пов'язаних зі зґвалтуванням. Сексуальне насильство в сім'ї, як об'єктивна сторона насильства, супроводжується поєднанням багатьох

елементів. Скоєння такого насильства в сім'ї, здебільшого, вчиняється чоловіками з використанням як фізичного, так і морального поневолення. Батьки розбещують неповнолітніх дітей та змушують займатися проституцією, жебракуванням, навмисно під впливом погроз втягують неповнолітніх у злочинну діяльність з метою наживи. Розповсюдження сексуального рабства, сексуальної експлуатації малолітніх та неповнолітніх, де ініціаторами такого злочину стають саме батьки, стає жахливою правдою сьогодення. Цими діями злочинець порушує нормальний фізіологічний, психічний розвиток неповнолітніх, які у дорослому житті також займаються розбещенням неповнолітніх або малолітніх. Як правило, такі дії зумовлені економічною бідністю і, щоб якось подолати такий стан, батьки йдуть на такі нелюдські кроки. Сексуальне насильство в сім'ї також може бути направлене як на дружину, так і на чоловіка. Хоча останнє трапляється рідко. Матеріальна чи службова залежність одного з подружжя, безпорадний стан жертви, малолітство чи навпаки похилий вік полегшує злочинцеві акт вчинення насильства і цинічного ставлення до жертви.

Психічне насильство в сім'ї полягає у систематичному знущанні з члена сім'ї, приниженні його честі та гідності, що призводить до порушення психічного здоров'я жертви та може стати приводом для суїциду. Як показує практика, спочатку вчиняється психічне насильство, яке у певний момент доповнюється різними за ступенем тяжкості фізичними діями, а потім фізичне насильство доповнюється насильством економічним. Доведення особи до самогубства або замаху на самогубство є наслідком жорстокого з нею поводження, шантажу, примусу до протиправних дій або систематичного приниження її людської гідності. Все це впливає на психічне здоров'я жертви і призводить до фатальних наслідків.

За дії, що зазначені вище, встановлена відповідальність відповідно до норм чинного Кримінального кодексу України. Але, враховуючи стан сьогодення, динаміку та структуру насильства в сім'ї, цього явно недостатньо.

Одним із заходів, спрямованих на боротьбу із насильством в сім'ї, було б передбачення у чинному Кримінальному кодексі України відповідного розділу Особливої частини, який би чітко виділив і закріпив відповідальність за насильство (злочини) в сім'ї. Для порівняння, законодавство зарубіжних країн, і зокрема Російської Федерації, має розділ (главу) XX Особливої частини Кримінального кодексу «Преступлення против семьи и несовершеннолетних» [9]. Реалізація цієї пропозиції

полегшила б роботу правоохоронним органам і могла б слугувати дієвим механізмом для попередження насильства в сім'ї.

Висновки

За результатами викладеного, постає на сьогодні питання, як протистояти та боротися з насильством? Досить багато людей, над якими чинять насильство, не наважуються йому опиратися. Тим не менш, законодавство гарантує кожній особистості широкі права та свободи і захист від їх порушення. Кожен має право захищати своє життя і здоров'я, життя і здоров'я інших людей від протиправних посягань, ніхто не може бути підданий такому поведженню чи покаранню, яке б принижувало його гідність. Ці гарантії та багато інших дає нам Конституція України (ст.27, 28). На допомогу цим конституційним засадам приходять закони, які розширюють права осіб у боротьбі, попередженні та іншого роду профілактиці насильства, гендерного зокрема. Так, наприклад, в ухваленому у 2001 році Законі України «Про попередження насильства в сім'ї» визначено механізм та засоби захисту жертв наруги. Наприклад, працівники поліції мають право скеровувати постраждалих до спеціальних установ, видавати їм захисні приписи та нагляди за виконанням цих приписів. Закон України «Про Національну поліцію» від 02.07.2015, зобов'язує правоохоронні органи гарантувати безпеку осіб (п. 3 ст. 18) які повідомили про загрозу їхньому життю, здоров'ю, житлу чи будь-якому іншому майну. Сімейний кодекс України закріпив та розширив конституційне положення про те, що дружина й чоловік мають рівні права та обов'язки, і ніхто з них не має ані привілеїв, ані обмежень за будь-якою ознакою. Паралельно цьому Кримінальний кодекс України передбачає й відповідальність за насильницькі дії. Поряд із цими основними законами є ряд інших нормативно-правових актів, які гарантують і забезпечують права осіб на захист їх від насильницьких дій як власних, так і зі сторони держави.

Як бачимо, законодавчої бази достатньо для подолання такого суспільно-шкідливого явища як гендерне насильство, але для ефективності цих правових норм потрібен дієвий механізм, який не завжди спрацьовує. Чому це відбувається? Одна з причин – недостатній зв'язок між державою і жертвою. Мова йде про латентність жертви (приховування факту насильства зі сторони жертви). Держава, в особі правоохоронного органу чи іншого органу, який зобов'язаний наглядати за додержанням порядку і безпеки, не в змозі контролювати дії кожного із нас, а тому необхідно сприяти їм у вирішенні цих проблем. Коли жертва насильства приховує свій статус, вона потрапляє під більшу небезпеку та вводить у цю небезпеку інших громадян. В силу пасивного ставлення потерпілого до

покарання винного за його діяння, злочинець перебуває на свободі і може вчинити насильницькі дії по відношенню до іншої людини. Проблема також у тому, що правоохоронні органи не завжди реагують на факт вчиненого насильства, особливо якщо це стосується насильства в сім'ї. Цьому теж слід приділити особливу увагу.

Гендерне насильство – дуже складне, багатогранне явище, тому воно потребує особливої уваги як зі сторони держави, так і зі сторони кожного громадянина України. Деякий час науковці не приділяли достатньої уваги жертві злочину, зосереджуючись на самому злочинцеві. Такий підхід не дуже правильний, оскільки злочин потрібно дослідити з усіх сторін. Тому за останні десятиріччя набула значення концепція дослідження і особи жертви, одночасно із дослідженням особи злочинця. Жертва гендерного насильства інколи сама наражається на небезпеку, і тим самим збільшує свою віктимність до насильства. З тим, щоб правильно і всебічно розглянути цю проблему, потрібно враховувати значення жертви у такому суспільно-небезпечному діянні як гендерне насильство, про що далі в майбутньому будемо вести мову.

Література

1. Постанова Верховної Ради України про рекомендації парламентських слухань «Становище жінок в Україні: реалії та перспективи» / Резолюція XVII Всесвітнього Конгресу Міжнародної Конференції вільних профспілок (грудень 2004) <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1904-15>
Постанова Кабінету Міністрів України № 479 від 6 травня 2001 року «Про проведення гендерно – правової експертизи». <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=479-2001-%EF>
Постанова Кабінету Міністрів України від 12 квітня 2006 року «Про національний план щодо поліпшення становища жінок та сприяння впровадження тендерної рівності в суспільстві на 2001-2005 роки» <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Закон України «Про попередження насильства в сім'ї» від 5 листопада 2001 року, <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=504-2006-%EF>
3. А.П. Закалюк «Курс сучасної Української Кримінології» / Теоритичні засади та історія Української Кримінологічної науки. – К. : 2007.
А.П.Закалюк «Курс сучасної Української кримінології»/ Кримінологічна характеристика та запобігання вчиненню окремих видів злочинів – Київ, 2007.– 424 с.

4. Злочинність в Україні. Стат.зб.– К.: Держ.ком.статистики України, 2000.– 100 с; Експрес-інформація про стан злочинності в Україні за 2002 рік.– К.: МВС України. Департамент інформаційних технологій, 2003. – 120 с.
5. Кримінологічна віктимологія.– К.: Атіка, 2006 – 351 с.
6. Предупреждение семейно-бытовых правонарушений / Отв. ред. Ф.А.Лопушанский.– М.: Наука, 1989.– С.96.
7. Чечель Г. И. Влияние психических аномалий на назначение и отбытие наказания / Г.И. Чечель. Личность преступника и уголовная ответственность. – Саратов, 1981.– С.129.
8. Експрес-інформація про стан злочинності в Україні за 2002 рік.
9. Коментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации (под общей редакцией доктора юридических наук, Председателя Верховного суда Российской Федерации В.М.Лебедева и доктора юридических наук, профессора Ю.И. Скуратова – Москва, Издательство Норма, 2002. – 937 стр.

Примак В.Д.,
доктор юридичних наук,
професор кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права
Київського національного
торговельно-економічного університету

ВІДШКОДУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ ЯК СПОСІБ ЗАХИСТУ ПРАВ ТА ІНТЕРЕСІВ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ – СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Відшкодування моральної шкоди у сучасному міжнародному праві та у багатьох національних правових системах розглядається як один з вельми дієвих способів захисту цивільних прав та інтересів фізичних і юридичних осіб. Річ у тім, що йдеться про правовий засіб, який, будучи за своєю суттю заходом цивільно-правової відповідальності, виявляється спроможним виконувати превентивну і компенсаційну функції щодо ледь не будь-яких правопорушень, які спричиняють немайнові втрати на боці потерпілого. Такий погляд відображений, серед іншого, у практиці Європейського суду з прав людини, ст. III.–3:701 Принципів, дефініцій та

модельних правил європейського приватного права (Проекту спільної системи підходів; DCFR) [1], ст. 9:501 Принципів європейського договірної права (PECL) [2] і ст. 10:301 Принципів європейського деліктного права (PETL) [3].

Проблемні аспекти будь-якого механізму правового регулювання найбільш концентровано виявляються на тлі аналізу правовідносин, змодельованих за допомогою цієї правової конструкції. У розрізі структури цивільних правовідносин загалом і деліктних зобов'язань зокрема відповідні проблеми об'єктивно виникають у зв'язку з визначенням переважно двох елементів зобов'язання з відшкодування моральної шкоди – його суб'єктного складу та об'єкта (щодо останнього в частині визначення розміру відповідальності насамперед). З огляду на це природною виглядає і відзначена Б. Кохом (Bernhard A. Koch) головна тенденція сучасного розвитку європейського деліктного права в частині присудження компенсацій за завдані потерпілим особам немайнові втрати, яка може бути охарактеризована через поєднання двох гасел – «більше позивачів» та «вищі суми» [4].

У контексті дослідження внутрішніх правопорядків передових демократичних країн світу розвиток інституту відшкодування моральної шкоди постає переважно як закономірний результат становлення громадянського суспільства і утвердження верховенства права. При цьому об'єктивною передумовою ефективного функціонування відповідного правового механізму в межах того чи іншого державно-правового утворення є достатня зрілість суспільства та визначальний вплив останнього на формування й реалізацію державної правової політики, а також спроможність судової влади спрямовувати практику здійснення правосуддя на утвердження у суспільних відносинах найвищого пріоритету людської гідності, ідеалів справедливості, розумності й добросовісності.

Потужний імпульс для вдосконалення правового регулювання у окресленій сфері надходить від Європейського суду з прав людини, рішення якого дають чимало прикладів визнання можливості стягнення компенсацій за моральну шкоду, завдану організаціям-заявникам. Певні зрушення у зазначеному напрямі демонструє також арбітражна практика з вирішення міжнародних інвестиційних спорів. Нарешті, чимало корисного дає порівняльно-правовий аналіз законодавства та судової практики різних держав світу щодо застосування відповідного засобу правового захисту в інтересах юридичних осіб.

Натомість, попри загалом позитивний досвід (узагальнений свого часу в постанові Пленуму Верховного Суду України від 31.03.1995 № 4 «Про судову практику в справах про відшкодування моральної

(немайнової) шкоди» і роз'ясненні Вищого арбітражний суду України від 29.02.1996 № 02-5/95 «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних з відшкодуванням моральної шкоди») надзвичайно широкого використання положень ст. 440-1 ЦК УРСР 1963 р. з метою надання компенсацій за немайнові втрати, завдані як фізичним, так і юридичним особам, в українській науковій літературі домінує загалом негативне ставлення до можливості захисту прав юридичних осіб за допомогою такого заходу цивільно-правової відповідальності, як відшкодування моральної шкоди. Найчастіше доцільність визнання за організаціями зазначеного права заперечується на тій підставі, що вони, мовляв, не здатні зазнавати жодних душевних або фізичних страждань. При цьому, однак, противниками доцільності закріплення за юридичними особами певного доступу до способу цивільно-правового захисту, що розглядається, зазвичай не беруться до уваги деякі надзвичайно істотні з морального, фактологічного і суто юридичного поглядів моменти, до яких ми вважаємо за потрібне звернутися.

Передусім маємо на увазі незаперечну реальність немайнових втрат (включно з душевними, а подекуди, ймовірно, навіть фізичними стражданнями), яких можуть зазнавати працівники (включно з керівниками) та учасники потерпілої юридичної особи саме у зв'язку з виконанням ними під час і після порушення належного їй суб'єктивного цивільного права функцій зазначеної юридичної особи, активною участю у діяльності потерпілого від правопорушення непідприємницького товариства чи з огляду на обґрунтоване переконання учасника останнього у взаємозв'язку порушених прав та інтересів відповідної юридичної особи з тим соціально значимим немайновим інтересом, що зумовив участь означеної фізичної особи у потерпілому товаристві. При цьому: 1) усі згадані фізичні особи, з одного боку, виявляються, як правило, позбавленими доступу до адекватного понесеним ними немайновим втратам засобу юридичного захисту (адже формально суб'єктивні права саме зазначених фізичних осіб не порушуються, а тому не виникає й фактичної підстави для застосування цивільно-правової відповідальності), а з іншого – переплетення їх інтересів з інтересами потерпілої юридичної особи дозволяє припускати, що на душевному стані зазначених фізичних осіб благотворно позначиться реалізація будь-яких заходів, які розглядатимуться як справедлива сатисфакція за відповідне порушення прав юридичної особи; 2) впливаючи на людський субстрат потерпілої організації, вчинене проти неї правопорушення зумовлює істотні зміни у функціонуванні її нематеріальної сфери загалом, що, своєю чергою, не може не впливати негативно на ефективність виконання юридичною

особою своїх статутних завдань та здійснення її правосуб'єктності з додержанням вимог справедливості, розумності, добросовісності.

Практична важливість і теоретична обґрунтованість вищезгаданих аспектів з точки зору належного врахування вимог справедливості (у розрізі забезпечення оптимального балансу прав та інтересів усіх заінтересованих осіб) підтверджуються прикладами з міжнародної арбітражної практики та порівняльно-правовими дослідженнями. Серед іншого, варто наголосити на поширенні підходів, згідно з якими, з одного боку, шкода, завдана працівникам корпорації у зв'язку з виконанням їх виробничих обов'язків, розцінюється як шкода, заподіяна корпорації як такій [5, с. 140], а з іншого – при прийнятті рішення про компенсацію завданих останній немайнових втрат беруться до уваги й інтереси її працівників.

Так, в одній з арбітражних справ, «незважаючи на той факт, що компенсованої моральної шкоди зазнали представники позивача – фізичні особи, Трибунал присудив всю суму компенсації позивачеві – юридичній особі. Додержуючись такого підходу, Трибунал міг взяти до уваги, що хвилювання згаданих представників впливає на стан компанії та/або що Трибунал був єдиним форумом, де зазначені представники могли (непрямо) отримати компенсацію за понесену шкоду» [6, с. 311].

На нашу думку, слід визнати розумність викладених міркувань, оскільки вони ґрунтуються на врахуванні об'єктивного взаємозв'язку інтересів та діяльності зазначених фізичних осіб і юридичної особи – позивача, а також спрямування наведеної аргументації на утвердження справедливості, яка вимагає брати зазначений взаємозв'язок до уваги при застосуванні адекватного характеру вчиненого правопорушення засобу захисту.

Проте викладене не означає нехтування можливістю порушення особистих немайнових прав та інтересів юридичної особи, які прямо не перетинаються з інтересами її працівників та водночас не зводяться до права на повагу до ділової репутації. З цього погляду пізнавальним, наприклад, є досвід європейських країн, у яких судова практика визнає можливість надання юридичним особам компенсації за немайнові втрати, завдані втручанням у їх «приватну сферу» або такий вплив на їх діяльність, який розглядається крізь призму порушення «права на приватне життя» (Бельгія) [7, с. 336].

Говорячи про особливості правового статусу некомерційних організацій як імовірних кредиторів у деліктних зобов'язаннях з приводу компенсації немайнових втрат, варто пригледітися до способу вирішення цього питання у правовій системі Німеччини – попри те, що юридичні

особи у цій країні зазвичай не наділяються правом на відшкодування моральної шкоди, відповідний виняток тим не менш зроблено для зареєстрованих релігійних організацій [7, с. 337]. Тож у ширшому плані, надто зважаючи водночас і на практику Європейського суду з прав людини, наведений приклад спонукає замислитися над наданням більших можливостей для компенсації немайнових втрат, завданих насамперед окремим видам непідприємницьких організацій, які переслідують яскраво виражені ідеальні цілі та не вправі здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність (ті ж таки релігійні організації, політичні партії тощо).

На наше переконання, всі наведені аргументи цілком гармонічно увиразнюються на тлі звернення до таких усталених у вітчизняній науці цивільного права конструкцій, як організаційна єдність юридичної особи та ділова репутація. Адже керівники, працівники, а певною мірою й окремі категорії учасників деяких товариств постають як людський субстрат, елементи організаційної єдності потерпілої організації. Відповідно, будь-який негативний вплив на ті чи інші складові цієї конститутивної ознаки юридичної особи, пов'язаний з виконанням її функцій, необмінно спричинюватиме немайнову шкоду для самої юридичної особи. Нарешті, ділова репутація останньої формується не тільки внаслідок аналізу результативності діяльності та правомірності актів волевиявлення цієї організації, а й зважаючи на результати зовнішньої оцінки набагато широкого спектру найрізноманітніших аспектів її функціонування, включно з такими, як характерний для неї морально-психологічний мікроклімат, згуртованість трудового колективу і його спроможність максимально ефективно виконувати поставлені завдання, а також відданість працівників, керівників, учасників юридичної особи певним духовним цінностям суспільства.

Примітно, що заперечення можливості завдання моральної шкоди юридичній особі фактично заперечує й можливість розгляду питання про її вину. І навпаки, визнання доцільності та обґрунтованості здійснення у різних правових ситуаціях юридичної кваліфікації інтелектуально-вольової складової поведінки правосуб'єктної організації, перевірки відповідності її дій принципу добросовісності загалом спонукає визнати можливість негативного зовнішнього впливу на ту саму інтелектуально-вольову спроможність юридичної особи організовувати свою діяльність на засадах справедливості, розумності й добросовісності. При цьому негативні наслідки протиправного втручання у немайнову сферу функціонування юридичної особи не можуть вважатися байдужими для суспільної моралі, а відмова від компенсаційного захисту порушених немайнових інтересів юридичної особи за певних обставин поставатиме як фактичне заохочення

недобросовісних дій одних осіб, результати яких позначатимуться на спроможності виконувати вимоги тієї-таки добросовісності з боку інших осіб.

Таким чином, заперечення права юридичних осіб на відшкодування завданої їм моральної шкоди: а) перешкоджає послідовному вкоріненню засад справедливості, розумності й добросовісності у правовідносинах за участі юридичних осіб; б) не узгоджується з визнанням реальності юридичної особи як учасника цивільних відносин, що має притаманні саме йому немайнові інтереси та є здатним до власного юридично значимого волевиявлення; в) не враховує можливості існування різного за ступенем свого вияву та суспільним (моральним зокрема) значенням взаємозв'язку немайнових інтересів, з одного боку, юридичної особи, а з іншого – її працівників або учасників; г) суперечить усталеному погляду на організаційну єдність юридичної особи як неодмінну ознаку зазначеного суб'єкта права; д) звужує межі ділової репутації юридичної особи до рівня суспільної оцінки результатів її діяльності або зовнішнього волевиявлення.

На нашу думку, визначаючи суб'єктний склад охоронного зобов'язання, об'єктом якого є матеріальна компенсація за негативні наслідки, які настали в немайновій сфері потерпілої особи, законодавцю слід було звірити обрану модель правового регулювання щонайменше з такими взаємопов'язаними чинниками, як: 1) регулюючі можливості (напрями правового впливу) відповідного правового засобу; 2) необхідність реалізації принципів правової визначеності та доступності ефективного засобу юридичного захисту; 3) міркування моралі, концентровано виражені насамперед у імперативних вимогах справедливості, розумності та добросовісності.

Останній з названих чинників, безумовно, має відігравати у даному випадку ключову роль – особливо враховуючи історико-правовий зріз розглянутої проблематики. Тут можна говорити про свого роду зворотну обумовленість моральних спонукань поборників законодавчого закріплення права на відшкодування немайнової шкоди потенційними можливостями теоретично доступного та вочевидь ефективного засобу юридичного захисту. Адже насамперед йшлося про співпереживання стражданням, які можна було б пом'якшити за допомогою адекватних юридичних механізмів, бажання по можливості захистити людину від протиправного заподіяння їй душевного і фізичного болю, прагнення сприяти всемірному поширенню добрих звичаїв. Але слідом за цим рухом душі приходило усвідомлення очевидної нерозумності й несправедливості збереження ситуації, в якій не використовується безумовно придатний для досягнення зазначених цілей правовий інструмент.

Регулюючий і охоронний потенціал відшкодування моральної шкоди, як способу юридичного захисту, який є одночасно і одним із заходів цивільно-правової відповідальності, відображається в його функціях – компенсаційній та запобіжній. І сьогодні, маючи «готовий до вживання» ефективний правовий засіб, напевно, має сенс продовжувати всемірне впровадження засад справедливості, розумності та добросовісності, знаходячи для зазначеного інструменту нові точки докладання, осмислюючи ситуації, в яких інститут відшкодування моральної шкоди міг би виявитися найбільш дієвим для реалізації властивих йому функцій. Тим більше, що формальна непорушність окреслених нами нормативних обмежень щодо суб'єктного складу та форм утілення моральної шкоди істотно тьмяніє в разі їх розгляду у світлі практики Європейського суду з прав людини, який займає вельми послідовну позицію, присуджуючи заявникам – юридичним особам іноді досить вагомі суми саме як компенсацію за моральну шкоду, заподіяну державою – порушником Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 р.

Ключове значення тут має рішення від 06.04.2000 у справі «Компанія Комінгерсол С. А.» проти Португалії», в якому Суд дійшов однозначного висновку про можливість відшкодування моральної шкоди, заподіяної юридичній особі – суб'єкту підприємницької діяльності. На думку Суду, шкода комерційного товариства «інша, ніж майнова, може насправді включати більш-менш об'єктивні і суб'єктивні складові. Серед цих складових потрібно виділити ділову репутацію, а також невпевненість у плануванні рішень, які потрібно прийняти, порушення в управлінні самим підприємством, наслідки яких не піддаються точному обчисленню, і, нарешті, хоча і меншою мірою, страх і неприємності, які відчували члени органів управління товариства». Примітно, що в розглянутому рішенні Європейський суд з прав людини послався і на справу «Партія свободи і демократії проти Туреччини», в якій заявнику було відшкодовано «втрати у вигляді моральної шкоди, викликані почуттям незадоволеності у членів партії та її засновників внаслідок порушення статті 11 Конвенції» [8, с. 922, 923].

Схоже, тут Суд підійшов до питання про сутність юридичної особи з позицій теорії соціальної реальності, розглядаючи правосуб'єктну організацію не як суто юридичну форму або персоніфікований майновий комплекс, а саме як повноцінного суб'єкта соціального життя. Певною мірою ми могли б виявити в продемонстрованому підході і близькість до поширеної в СРСР теорії колективу або ж ідеї внутрішньої організаційної єдності юридичної особи. Хоча справа, звичайно ж, не у виборі того чи іншого теоретичного конструкту, а в прагненні Європейського суду з прав

людини слідувати природно-правовій суті компенсації моральної шкоди, яка підлягає відшкодуванню саме в силу необхідності і можливості утвердження засад справедливості, розумності та добросовісності за допомогою застосування відповідного засобу правового захисту.

Крім того, важливо враховувати, що ймовірність стягнення грошової суми як компенсації за завдану моральну (немайнову) шкоду, безперечно, є стримуючим чинником для переважної більшості потенційних правопорушників. Причому йдеться не тільки про охорону юридичних осіб від посягань на належні їм нематеріальні блага, а й про спонукання всіх зобов'язаних в абсолютних цивільних відносинах осіб дотримуватися вимог добросовісності – величезне значення в цьому плані має законодавче визнання вини одним з основних критеріїв визначення розміру належної потерпілому компенсації за заподіяну моральну шкоду. Тому немає жодних підстав вважати, що ми повинні відмовляти юридичним особам у ефективному захисті їх немайнових прав та інтересів, а всьому суспільству в утвердженні моральних засад людського співжиття – причому чомусь саме у сфері функціонування колективних суб'єктів права.

Дійсно, в силу правової природи юридичної особи компенсаційна функція цивільно-правової відповідальності при відшкодуванні завданої зазначеним суб'єктам моральної шкоди проявляється швидше символічно, у всякому разі – опосередковано. Але це може бути розумно враховано шляхом законодавчого або встановленого судовою практикою обмеження максимальних меж допустимих в різних життєвих ситуаціях сум стягуваних компенсацій.

Так, баланс інтересів юридичних та фізичних осіб вимагає спеціального захисту громадян від можливих зловживань з боку організацій, що вимагають відшкодування моральної шкоди. Але досить розумними і справедливими заходами щодо забезпечення такого захисту будуть обмеження відповідальності фізичних осіб випадками посягань на ділову репутацію юридичної особи за наявності грубої провини або навіть одного тільки умислу з боку правопорушника. Можливо, аналогічний підхід виправданий і при регулюванні відносин, в яких суб'єктом відповідальності виступає приватна юридична особа. Але інша річ – публічно-правові утворення та органи влади, які у публічно-правових відносинах і без того посідають домінуюче положення. Мабуть, немає найменших підстав виключати зазначених суб'єктів з кола осіб, потенційно відповідальних перед слабшою стороною (у даному випадку – приватною організацією, юридичною особою приватного права). Причому з метою стимулювання максимальної сумлінності носіїв владних повноважень

відповідальність держави, адміністративно-територіальних і муніципальних утворень має бути обумовлена наявністю одних лише об'єктивних умов її застосування.

У доктрині міжнародного права близьким до загальноприйнятого вважається підхід до відповідальності держав, згідно з яким на них покладається обов'язок відшкодувати будь-яку – як матеріальну, так і нематеріальну – шкоду, заподіяну їх неправомірними актами [5, с. 135]. Враховуючи цю обставину, внутрішнє право окремих країн також навряд чи має забезпечувати імунітет національної публічної адміністрації щодо можливих позовів про компенсацію моральної шкоди.

З метою попередження ексцесів, викликаних присудженням організаціям вочевидь необґрунтованих грошових сум, законодавець міг би ввести обмеження щодо їх граничного розміру в тій чи іншій сфері. При цьому балансування інтересів учасників деліктного зобов'язання з відшкодування моральної шкоди, які є приватними особами і з боку кредитора, і з боку боржника, вимагає виключити будь-яку можливість розорення, утруднення функціонування (коли йдеться про організацію) або навіть скільки-небудь істотного зниження життєвого рівня (якщо боржником є фізична особа) суб'єкта відповідальності у справі про відшкодування моральної шкоди, заподіяної юридичній особі. Відповідно, законодавство про виконавче провадження має забороняти примусову реалізацію нерухомого майна фізичної особи на виконання рішення у справі про компенсацію моральної шкоди, заподіяної юридичній особі – за загальним правилом, такі рішення мають задовольнятися за рахунок порівняно невеликих відрахувань з регулярних грошових доходів боржника.

Окрему увагу в контексті функціонування механізму відшкодування моральної шкоди варто приділити непідприємницьким юридичним особам приватного права. У різних правопорядках специфіку цивільно-правового статусу некомерційних організацій вирішальною мірою зумовлює та обставина, що вони створюються задля досягнення цілей, більшість з яких, як правило, перебуває поза межами цивільно-правового регулювання. У всякому разі передбачається, що виникнення і функціонування вказаних організацій як суб'єктів цивільного права має на меті реалізацію насамперед якихось гуманітарних прагнень їх засновників, а не отримання і подальший розподіл прибутку [9, с. 80–81]. Відповідно, неправомірне втручання у діяльність непідприємницької юридичної особи приватного права спричинює для неї переважно негативні наслідки немайнового змісту. При цьому, зважаючи на припущення щодо схвалюваного суспільством, позитивного з морального погляду напрямку зазначеної

діяльності вчинене правопорушення становить також і посягання на засади справедливості, розумності й добросовісності.

Крім того, перешкоджаючи своїми діями нормальному функціонуванню непідприємницького товариства, правопорушник опосередковано посягає на приналежне кожному учаснику громадського об'єднання право на свободу асоціації – тож якщо це право насправді має приватноправову природу [10, с. 14], воно вочевидь має захищатися адекватними засобами, серед яких, з огляду на загалом ідеальний зміст цілей непідприємницьких юридичних осіб, першорядне значення має бути відведене відшкодуванню моральної шкоди. При цьому, будучи застосованим для захисту прав товариства, згаданий захід цивільно-правової відповідальності опосередковано захищатиме і пов'язані з участю у товаристві особисті немайнові інтереси його учасників.

Водночас юридичні особи публічного права (насамперед органи державної влади та місцевого самоврядування), саме існування яких зумовлене виконанням функцій публічної адміністрації (від культурно-освітніх до безпосередньо владних управлінських), і які, отже, діють як представники держави або суб'єктів місцевого самоврядування, попри ймовірну здатність також і цих суб'єктів зазнавати особистих немайнових втрат, не повинні наділятися правом на відшкодування завданої їм моральної (немайнової) шкоди; недоцільно визнавати суб'єктами права на відшкодування завданих їм немайнових втрат також і державу та її адміністративно-правові одиниці, територіальні громади, оскільки: ймовірність заподіяння всім переліченим суб'єктам моральної (немайнової) шкоди внаслідок вчинення цивільного правопорушення є порівняно незначною; стабільність і характер участі такого роду потерпілих у цивільних відносинах є похідними від завдань майнового забезпечення їх публічно-правової діяльності й не залежать від імовірності виникнення певних негативних наслідків посягань на їх особисті немайнові права та інтереси; будь-яке відшкодування за завдані їм немайнові втрати не здатне виконати компенсаційну функцію, тоді як міркування загальної превенції щодо протиправних порушень чужих особистих немайнових прав у означеному контексті вочевидь відступають перед завданням запобігання створенню умов для зловживань владним впливом у цивільних відносинах. Зважаючи на вищезазначене цивільна правоздатність окреслених суб'єктів публічного права у розглянутих цивільних охоронних правовідносинах має залишатися обмеженою – такою, що виключає стягнення на їх користь компенсації за завдану моральну шкоду.

З огляду на зазначене слід підтримати Є.О. Мічуріна, який, розглядаючи обмеження щодо недоговірних зобов'язань, виокремлює

обмеження щодо суб'єктів, які мають відшкодувати завдану шкоду, і обсягу цивільної відповідальності [11, с. 341–366]. Загалом викладене поширюється й на посадових (службових) осіб органів влади та місцевого самоврядування, які, вступаючи на публічну службу і погоджуючись здійснювати конкретні повноваження у сфері реалізації публічної влади, приймають на себе певні ризики, зокрема щодо своєї гідності, честі, ділової репутації, розкриття суспільно значимої інформації про цю фізичну особу та членів її сім'ї. Однак посягання на ті особисті немайнові права, які за звичайних обставин не можуть вважатися безпосередньо пов'язаними з професійною діяльністю посадової, службової особи, може розглядатися крізь призму виникнення фактичної підстави та умов для покладання на правопорушника майнового стягнення. Йдеться передусім про права на життя і здоров'я, свободу і особисту недоторканність, недоторканність житла тощо – посягання на такі об'єкти правової охорони не виключають можливості подання потерпілим позову про відшкодування завданої йому моральної шкоди.

Що ж стосується держави, її адміністративно-територіальних одиниць та юридичних осіб публічного права, то пряма і повна зумовленість притаманної їм спеціальної цивільної правоздатності публічно-владними функціями відповідних суб'єктів публічного права заперечує їх участь у деліктних зобов'язаннях з відшкодування моральної шкоди на місці кредитора (потерпілого).

На підставі викладеного можна дійти таких висновків.

1. Потерпілою у деліктному зобов'язанні з приводу стягнення компенсації за завдання немайнових втрат може бути будь-яка фізична особа, незалежно від обсягу її цивільної дієздатності, рівня фізичного і психічного розвитку, стану здоров'я (включно зі здатністю адекватно сприймати обставини справи, усвідомлювати значення своїх дій та керувати ними – як загалом, так і у конкретній ситуації) тощо. Крім того, за наявності законодавчо встановлених підстав та умов правом на відшкодування моральної (немайнової) шкоди може бути наділена юридична особа приватного права – проте лише та, яка не є і за своїм правовим статусом не може бути суб'єктом владних повноважень у правовідносинах, порушення яких власне і призвело до завдання їй немайнових втрат.

2. Врахування особливостей правового становища держави, територіальних громад, суб'єктів публічної адміністрації (органів влади, місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб) зумовлює необхідність законодавчого обмеження їх правоздатності як імовірних кредиторів у відносинах з відшкодування моральної шкоди.

3. На «ранніх етапах» вдосконалення законодавства про відшкодування моральної шкоди було б розумно закріпити за юридичними особами приватного права, які за своїм правовим статусом не можуть виконувати якихось публічно-правових функцій, право на грошову компенсацію немайнових втрат, завданих їм неправомірними діями органів влади, а також діями всіх категорій учасників цивільних правовідносин, що призвели до приниження ділової репутації потерпілої юридичної особи. При цьому відповідальність публічно-правових утворень за протиправні дії суб'єктів публічної адміністрації має будуватися на об'єктивних засадах (незалежно від наявності вини), в той час як відповідальність приватних осіб, які завдали шкоди діловій репутації юридичної особи, доцільно обмежити наявністю грубої вини: виключно у формі умислу щодо правопорушників, які є фізичними особами; у формі умислу і грубої необережності – щодо юридичних осіб і фізичних осіб, зареєстрованих як індивідуальні підприємці.

Література

1. Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law. Draft Common Frame of Reference (DCFR) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/justice/contract/files/european-private-law_en.pdf.
2. The Principles of European contract law [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.jus.uio.no/lm/eu.contract.principles.parts.1.to.3.2002/>.
3. Principles of European Tort Law [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.egtl.org>.
4. Koch Bernhard A. Mainstreams in the Development of European Tort Law: A Front-Line Snapshot [Електронний ресурс] / Bernhard A. Koch // The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice. – 2006. – № 31. – P. 270–276. – Режим доступу : https://www.genevaassociation.org/media/244269/ga2006_gp31%282%29_koch.pdf.
5. Sabahi B. Compensation and restitution in investor – state arbitration. Principles and practice / Borzu Sabahi. – Oxford ; New York : Oxford University Press, 2011. – 256 p.
6. Ripinsky S. Damages in international investment law / Sergey Ripinsky, Kevin Williams. – London : British Institute of International and Comparative Law, 2008. – 561 p.
7. Von Bar C. Non-contractual Liability Arising Out of Damage Caused to Another / Christian von Bar. – München ; Bern : Sellier European Law Publishers ; Stämpfli, 2009. – 1384 p.

8. Де Сальвіа М. Прецеденти Європейського Суда по правам человека. Руководящие принципы судебной практики, относящиеся к Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Судебная практика с 1960 по 2002 г. / М. Де Сальвіа. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2004. – 1072 с.
9. Шимон С. І. Цивільне та торгове право зарубіжних країн : навч. посіб. / С. І. Шимон. – К. : КНЕУ, 2004. – 220 с.
10. Кочин В. В. Непідприємницькі товариства як юридичні особи приватного права : монографія / В. В. Кочин. – К. : НДІ приватного права і підприємництва ім. академіка Ф. Г. Бурчака, 2013. – 200 с.
11. Мічурін Є. О. Обмеження майнових прав фізичних осіб (теоретико-правовий аспект) : монографія / Є. О. Мічурін. – Х. : ЮрСвіт ; НДІ приватного права і підприємництва АПрН України, 2008. – 482 с.

Радченко С.Г.,

доцент кафедри філософських та соціальних наук
Київського національного торговельно-
економічного університету,

Радченко М.В.,

аспірант кафедри технології організації
ресторанного господарства
Київського національного торговельно-
економічного університету

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ПРОДУКТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ В АСПЕКТІ ЛЕГІТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ У СУСПІЛЬСТВІ

Глобалізація як історичний процес перетворення світу в єдину систему відкрила людству подальші перспективи розвитку. Внесла зміни не тільки в соціальну організацію, але в усвідомлення світу.

Сучасне суспільство вступило в епоху, яка поступилася місцем епосі ідеологічних змагань. Ідеологічне протистояння досягнув цивілізаційного рівня, повністю продемонструвало свій руйнівний потенціал. На щастя, у людства вистачило розуму усвідомити катастрофічні наслідки подібного протистояння, знайшлася і воля відмовитись від нього. В теперішній час, як вказує Ф. Фукуяма, в світі запанувало відносна однотайність, при якій

попередні ідеологічні супротивники (від комуністів до націоналістів) об'єднуються лише у «фракції» в загальному ліберально орієнтованому світосприйнятті. Спільний досвід людства підтвердив беззаперечність основних цінностей, які складають фундамент сучасної цивілізації: прав людини, демократії, правової держави, ринкової економіки, громадянського суспільства.

Бізнес-спільнота однією з перших відчула на собі всі виклики глобалізації та почала здійснювати заходи щодо подолання бар'єрів внутрішніх протиріч бізнесової діяльності та легітимізації себе у суспільстві, визнав свою соціальну відповідальність. За думкою Дж. Арриджи глобалізація одна з ланок процесу еволюційної зміни світової капіталістичної системи. Досвід показує, ринкова економіка важко функціонує в політично невільних суспільствах, а вільне громадянське суспільство змогло реалізуватися тільки в ринкових економіках. Принцип конкуренції в економіці внутрішньо співзвучний плюралізму і демократичним процедурам в політиці. Досягнення комерційного успіху можливе шляхом поваги до закону людей, суспільства та оточуючого середовища.

Ще на початку ХХ ст. багато з керівників бізнесу виражали впевненість в тому, що корпорації зобов'язані використовувати свої ресурси таким чином, щоб суспільство було у вигаді. В США Е. Карнегі, займаючись виробництвом сталі, вклав \$ 350 млн. в соціальні програми та збудував більш ніж 2000 публічних бібліотек. Дж. Д. Рокфелер зробив пожертви на \$ 550 млн. І заснував фонд Рокфелера. Доктрина згідно якої прибуткові організації повинні робити пожертви з частини своїх статків на благо суспільства розглянута Е. Карнегі в роботі «Євангеліє процвітання» (1900 р.).

Концепція соціальної ролі бізнесу поступово почали змінюватися в середині ХХ ст. Саме тоді з'явилася перша ґрунтовна праця на тему соціальної відповідальності – «Соціальна відповідальність бізнесмена» Г. Боуена. Автор розглядав яким чином концепція соціальної відповідальності може бути розповсюджена на бізнес, а свідомість широких соціальних цілей при прийнятті ділових рішень здатна приносити соціальні та економічні вигоди суспільству.

Дискусії про роль бізнесу в суспільстві посилювалися в 60-70-ті рр. В різних сферах суспільства проявився суспільний інтерес до таких питань, як громадянські права, війна у В'єтнамі, рівність в правах жінок, расова дискримінація, забруднення середовища відходами від промисловості і стан середовища буття в цілому, а також рух споживачів (консьюмерів). У 80-ті рр. на перший план вийшли роззброювання, атомна енергетика,

позбавлення від голоду і хвороб країн «третього світу», захисти флори і фауни, екологія.

У другій половині 90-х рр. доктрина соціальної відповідальності отримала своє остаточне теоретичне оформлення й була з ентузіазмом використана «реформаторами капіталізму» – відомими бізнесменами, політиками, науковцями, громадськими діячами. Серед багатьох визначень корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) популярність набула дифініція американського економіста А. Керрола, який розглядав соціальну відповідальність як здатність компанії відповідати на економічні, правові, етичні очікування суспільства. Він вважав, що першим обов'язком приватного бізнесу є виробництво якісних товарів та послуг, від продажу яких корпорація отримує прибуток, тим самим збагачуючи акціонерів, наповнюючи державну казну у вигляді податків і т. ін. при цьому корпорація зобов'язана працювати у відповідність з прийнятими законодавчими та правовими нормами. Однак відповідальності лише тільки перед акціонерами, державою і законом в сьогоденні умовах недостатньо. Сучасна компанія зобов'язана відповідати етичним вимогам суспільства: не шкодити оточуючому середовищу, сумлінно додержувати соціальні гарантії робітників, виробляти екологічно чисту й безпечну продукцію, стримуватися від недобросовісної реклами. Мається на увазі також, що компанія повинна брати участь в різноманітних благодійних заходах, проявляти себе лояльним корпоративним громадянином. В такому випадку суб'єкт приватного бізнесу відповідає на очікування суспільства за своїм особистим бажанням, оскільки не примушується так діяти, а ні законом, а ні практичним сенсом.

Досліджуючи сутність КСВ американські науковці Д. Бадді та Р. Пейтон запропонували так звану «піраміду соціальної відповідальності».

- Економічна відповідальність: передбачає прибуток як ключовий чинник інших видів відповідальності. Хоча тут є слушним таке зауваження професора Гарвардської бізнес-школи А. Кенеса, що прагнення лише до максимізації прибутку є одною з основних перешкод на шляху досягнення високих стандартів соціальної відповідальності. Визначення основних цілей бізнесу як суто економічних є найсерйознішою вадою, що відкриває дорогу нечесності та наживі за рахунок інших.

- Юридична відповідальність: передбачає дотримання бізнесом формальних законів, що їх суспільство оцінює як належне.

- Етична відповідальність: передбачає дотримання підприємцями моральних принципів у бізнесові та поза бізнесовій діяльності.

- Філантропічна відповідальність: передбачає безоплатне передання громаді ресурсів, що поліпшують якість життя.

Що стосується останнього сегмента піраміди, то лише впродовж 1999-2003 років дев'ять найщедріших меценатів витратили на потреби освіти, культури, медицини та охорони довкілля понад \$ 36 млрд. (див. таблицю «Рейтинг філантропів у США»). В 2010 р. 38 мільярдєрів підписали зобов'язання віддати не менш як половину своїх статків на благодійність. З ініціативою під назвою «Клятва дарування» (The Giving Pledge) виступив відомий інвестор У. Баффет. До ініціативи долучилися засновник Б. Гейтс («Microsoft»), кінорежисер Дж. Лукас, мер Нью-Йорка М. Блумберг та інші.

Єдиних та загально визнаних підходів КСВ, так само як і універсальних методик впровадження в життя принципів соціальної відповідальності не існує. Але вже не раз ці спроби здійснювалися, формувалися принципи, якими повинна керуватися у свої діяльності компанія, якщо бажає називатися «соціально відповідальною».

В різних регіонах світу ідея корпоративної соціальної відповідальності розвивалася під «своїми прапорами».

КРАЇНИ ЗАХОДУ

- ◆ Благодійність
- ◆ Дотримання прав жінок, молоді
- ◆ Захист навколишнього середовища
- ◆ Боротьба з хворобами та бідністю в країнах «третього світу»
- ◆ Зародження руху споживачів за свої права (консюмеризм)

КРАЇНИ СХОДУ

- ◆ Демократизація бізнесу
- ◆ Інституціалізація ролі профспілок в компанії
- ◆ Відповідальність керівників бізнесу перед суспільством
- ◆ Перегляд філософії бізнесу
- ◆ Встановлення правил чесної та ефективної конкуренції

Важливим кроком світового масштабу в розвитку ідеї СВ вважається Проект «Всесвітньої угоди», який вніс Генеральний секретар ООН К. Аннан на Всесвітньому Економічному Форумі в (Давос, 1999 р.) «Всесвітня угода» містить заклик до світової підприємницької еліти дотримуватися в своїй діяльності дев'яти принципів корпоративної соціальної відповідальності:

1. Підтримувати міжнародні права людини в межах діяльності корпорації

2. Жорстко слідкувати за дотриманням цих прав місцевими відділеннями і партнерами корпорації
3. Визнавати за трудовим колективом права на створення асоціацій та укладання угоди
4. Усувати всі форми примусової праці
5. Запобігати використанню дитячої праці
6. Боротися зі всіма видами дискримінації в трудовому колективі
7. Підтримувати заходи щодо запобігання глобальних екологічних катастроф
8. Сприяти посиленню екологічної відповідальності
9. Заохочувати впровадження екологічно безпечних технологій

Враховуючи традиційний погляд на аспекти соціальної відповідальності, малося на увазі, що «Всесвітня угода» не є документом відкритим для підписання або сертифікованим документом. А буде на кшталт «Клубу» соціально відповідальних компаній, до якого може приєднатися будь-яка фірма, якщо її керівництво візьме на себе обов'язки щодо виконання угоди та надішле відповідного листа на ім'я Генсека ООН. Заради справедливості слід нагадати, що у пропозицій К. Аннана були попередники. В 1997 році превелебний Л. Саливан надрукував свій кодекс поведінки соціально відповідальної компанії «Глобальні принципи Саливана». Першими послідовниками «Всесвітньої угоди» вважаються японські компанії, які впровадили стандарти ISO (показник відношення до якості своєї продукції та своїх співробітників). Потім ООН ініціювала широкомасштабний міжнародний рух в сфері дотримання прав людини, трудових відносин, оточуючого середовища та боротьби із корупцією – так званий Глобальний договір (UNGlobal Compact, 2000). Долучення до цього договору означає що компанія будує свій бізнес з урахуванням цих вимог і таким чином декларує свою соціальну відповідальність. Слід відмітити, що саме ООН в останні роки є одним з головних пропагандистів ідей корпоративної соціальної відповідальності. Так виключна роль приватного підприємництва в справах встановлення миру та подолання бідності особливо підкреслюється в резолюції «На шляху до глобального партнерства» (2000 р.). Питання соціальної відповідальності регулярно обговорюється на засіданнях Генеральної Асамблеї, особливо в діяльності комісії ООН по соціальному розвитку.

Враховуючи неоднозначність питань КСВ однорідної та усталеної позиції до сих пір не існує. Точаться постійні дискусії стосовно ролі й місця бізнесу в суспільстві і кожна позиція має свої аргументи.

Корпоративна соціальна відповідальність

Аргументи

«ЗА»

1. Очікування більш високого прибутку в довгостроковій перспективі
 - ◆ Імідж соціально-відповідальної компанії – це інвестиції в ділову репутацію
2. Створення більш сприятливого середовища для бізнесу
 - ◆ В суспільстві благополучному з соціальної точки зору Є умови для діяльності бізнесу
3. Позитивне відношення з боку державних органів
 - ◆ Соціально-відповідальні компанії мають менш претензій з боку влади (скасування податків, розміщення держзамовлень)
4. Взаємозв'язок влади та відповідальність за владу
 - ◆ Залізний закон відповідальності «Iron Law of Responsibility», існуючий в західному менеджменті: «В довгостроковому періоді безвідповідальність з точки зору суспільства використання своєї влади неминуче веде до її втрати»
5. Можливість запобігання проблем у майбутньому
 - ◆ Соціально-відповідальні компанії є більш готовими до впровадження законів наближених до захисту суспільних інтересів ніж їх конкуренти
6. Почуття «причетності» у робітників компанії
 - ◆ Усвідомлення причетності до соціально-відповідальної компанії позитивно впливає на психологічний клімат в колективі, є зайвим трудовим стимулом

«ПРОТИ»

1. Порушення принципу максимізації прибутку
 - ◆ Видатки з прибутку на реалізацію соціальної відповідальності зменшують прибуток виробника
2. Підвищення витрат виробництва
 - ◆ Перекладання соціальних витрат на плечі споживачів (підвищення цін на товари та послуги)
3. Недостатньо ефективна система соціальної звітності
 - ◆ Немає і не може бути єдиної стандартної системи соціальної звітності
4. Труднощі у виборі пріоритетів
 - ◆ Неможливо «обійняти те що не можна обійняти»: яку групу стейкхолдерів обрати в якості соціальних пріоритетів
5. Відповідальність за прийняття рішень в області соціальної відповідальності
 - ◆ Хто повинен вирішувати напрями і питання соціальної відповідальності в компанії
6. Складність постійного прямування стандартам «високої етики бізнесу»
 - ◆ «До хорошого швидко звикають», тому суспільство швидко реагує на зниження планки соціальних очікувань
7. Залучення до «етичних» перегонів
 - ◆ «Прямування за конкурентом», – постійний пошук засобів більшої привабливості

Дослідження, які проводилися в Гарвардському та іншим американськими і британськими університетами в 1997–2000 роках показали, що

темпи росту компаній, які взяли на озброєння та плідно втілюють у життя принципи соціальної відповідальності в 2-4 рази вище, ніж у їхніх конкурентів, які обмежують свої цілі лише гонитвою за прибутком. В той же час поява в ЗМІ повідомлень про те, що та або інша компанія не дотримується морально-етичних норм, негативно впливає на вартість її акцій на протязі як мінімум півроку. Той факт, що соціально відповідальні компанії користуються більшою довірою споживачів, підтвердили і результати грандіозного проекту «Голосування тисячоліття», який здійснила компанія «Енвіроніка» (Environiks International Ltd) разом з деякими суспільними організаціями. З 25 тис. респондентів з 23 країн 90% вважають, що компанія повинна концентрувати свою увагу не тільки на досягненні прибутку, 60% стверджують, що їхня думка про компанію створюється з її відношення до суспільства та оточуючого середовища, а 17% взагалі запобігають використовувати товари і послуги «соціально невідповідальних» підприємств.

Враховуючи існуючу ситуацію аргументів «за» і «проти» соціальної відповідальності, різні автори пропонують і різні системи характерних рис, які повинні мати соціально-відповідальна компанія. Прикладом може слугувати ознаки етичної корпорації, сформульовані американцем К. Стоуном («Культурна корпорація»).

❖ Корпорація як громадянська особа:

- турбота щодо дотримання законів (і в тому випадку коли є можливість обійти закон для отримання більшого прибутку);
- допомога законотворчості (додатково інформувати про питання, які слід взяти до уваги в тій чи іншій галузі);
- дотримуватися фундаментальних норм суспільної моралі (виключати обдурювання, корупцію тощо);
- в міжнародному співробітництві поважати закон іншої країни;

❖ Корпорація як виробник:

- виробництво безпечних і надійних для життя товарів за справедливими цінами.

❖ Корпорація як роботодавець:

- турбота про безпеку на виробництві;
- турбота про позитивний емоційний стан робітників;
- відсутність дискримінації серед співробітників.

❖ Корпорація як суб'єкт управління ресурсами:

- турбота про ефективність використання;
- турбота про естетичну привабливість займаємої території.

❖ Корпорація як об'єкт інвестування:

- захист інтересів інвесторів;
- повне і правове надання інформації про свій економічний стан.
- ❖ Корпорація як конкурент:
 - відмова від нечесної конкуренції;
 - не брати участі в необґрунтованому обмеженні конкуренції.
- ❖ Корпорація як учасник соціального розвитку:
 - стимулювання нововведень;
 - не забувати: діяльність корпорації впливає на якість життя та визнає пов'язану з цим відповідальність.

Показовим прикладом прояву СВ в напрямку до споживачької групи стейкхолдерів може бути компанія Procter & Gamble (США).

В результаті перевірок один з товарів виявився токсичним і привів до смерті декількох споживачів. Керівництво компанії, незважаючи що для продажу товару було задіяне маркетинг, реклама, логістика, багато років і десятки мільйонів доларів, вилучила товар з продажу. Компанія використала 350 радіостанцій, 120 газет, 203 телеканалу для інформації про токсичність товару. «Ім'я та довіра – це більш важливі речі ніж торгова марка». – це стало лейтмотивом такого вчинку. В результаті було збережено головне – ділова репутація і довіра клієнтів.

Інший приклад поведінки – компанія Firestone (США). На заяві споживачів щодо неякісних автопокришок, компанія не відреагувала. Після отримання 500 заяв Національне управління безпеки руху на автострадах США почало розслідування. До моменту завершення справи було вже 14 тис. скарг, 34 загиблих, 50 отримавших шкоду. Представники компанії не визнали провини, а звинуватили споживачів – небезпечна поведінка водіїв, а не якість покришок. В результаті на вимогу державних установ компанія вилучила виріб, але її дії отримали негативну суспільну оцінку.

З моменту заснування своєї діяльності виробник морозива Ben & Gerry's проявив СВ, відраховуючи деякий відсоток від продажу окремих сортів морозива конкретним благодійним організаціям. Морозиво «Rainforest Crunch`s» є спонсором організації, які захищають джунглі, а морозиво «Peace Pops» та «Brownie Bar» допомагає Фонду захисту дітей. «Cherry Garcia» отримало назву на честь легенди року, розвиває його фонд Rex Foundation. Така побічна діяльність компанії Ben & Gerry's є важливим соціальним внеском та одночасно її особливістю. За даними організації Walker Research Foundation 50% американських споживачів готові сплачувати більше за продукти тих компаній, які вони вважають соціально-відповідальними.

В останнє десятиліття значно активізувався рух за КСВ. Активну роль в розвитку та просування концепції КСВ відіграє провідне об'єднання

корпорацій США «Бізнес за соціальну відповідальність» (Business for Social Responsibility, 2003). Її діяльність спрямована на розробку та впровадження ідей КСВ шляхом методик, практик, програм процедури прийняття рішень на всіх рівнях компанії які вмикають відповідальність за поточну и минулу діяльність та майбутній вплив діяльності компанії на суспільство і зовнішнє середовище.

Вагомий внесок в популяризації ідей КСВ є всесвітня бізнес-рада за сталий розвиток (WBCSA, 2005) включає 200 відомих компаній з 36 країн світу, що представляють 22 галузі промисловості та інших видів підприємницької діяльності.

В Європі КСВ знайшла своє офіційне оформлення на Лісабонському європейському саміті (2006) та Єврокомісія видала так звану «Зелену книгу про КСВ» (European Commission Green Paper on Corporate Social Responsibility, 2001). Відбулося публічне закликання компаній до посилення почуття відповідальності. Були створені інститути, метою яких є розвиток та просування концепцій КСВ для досягнення суспільно значимих цілей. В 2005 р. відбулося оновлення лісабонської стратегії сталого розвитку ЄС та зроблено акцент на подальший розвиток КСВ. В 2006 р. Єврокомісія прийняла документ «Communication-2006» закликав профспілки споживачів, інвесторів та некомерційні організації подвоїти зусилля по «зміцненню вертикалі КСВ» та просувати кращі практики соціальної відповідальності. В 2010 р. прийнятий Міжнародний стандарт. ISO 26000 «Керування по соціальній відповідальності». В ньому йдеться про те, що соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив її рішень та дій на суспільство та оточуюче середовище шляхом прозорості та етичної поведінки. Дане керування розповсюджується на всі види організацій поза їх розмірами, типом діяльності та місцем розташування. При чому на відміну від інших існуючих стандартів стандарт ISO 26000 демонструє скоріше керування до дій ніж просто вимоги. В 2011 р. Єврокомісія прийняла Стратегію по розвитку КСВ, яка увійшла в склад Стратегій ЄС «Європа-2020». Основною ідеєю є стимуляція урядів держав-членів ЄС до розробки національних політик в галузі етичності ведення бізнесу та соціальної відповідальності (6). Відповідно КСВ затверджуються як політика і концепція стратегічного розвитку компаній та розповсюджується на наступні взаємопов'язані напрями:

- формування та укріплення іміджу та ділової репутації;
- корпоративний розвиток: реструктуризація та організаційні заходи;
- екологічна політика та використання природних ресурсів;
- управління розвитком персоналу;

- взаємодія з місцевими спільнотами, вирішення соціальних проблем;

- здоров'я, безпека та охорона праці, дотримання прав людини;
- соціальні аспекти взаємодії з постачальниками та споживачами;
- PR-забезпечення та розповсюдження досвіду КСВ;

В рамках цих напрямів компанії проводять комплекс заходів, які в теперішній час відображаються у «звітах СВ», «Звітах про КСВ» та «Звітах про сталий розвиток».

Таким чином за останні роки відбулися якісні кроки у підході до роботи по КСВ: вона стала капіталоформуючою, так само як «прозорість» та фінансовий звіт. Звіт доводить інвестору, що компанія проявляє турботу у вирішенні соціальних та екологічних проблем, таким чином мінімізуючи ризики внутрішніх та зовнішніх конфліктів та свідчить про сталий розвиток. Відповідно стає привабливою для інвестування і створює позитивний імідж та привабливість для всіх груп стейкхолдерів.

Інтегрування в глобалізований світовий бізнес-простір змусило Україну піти шляхом вирішення проблеми КСВ. За оцінками експертів українські компанії поступово приходять до розуміння, що прийшов час налагоджувати інструменти управління нематеріальними активами – людським капіталом і репутацією. Тільки в такому випадку вони будуть привабливими для інвесторів та споживачів.

В 2005 році в Києві був підписаний «Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу». З цього ж року діє «Форум соціальної відповідальності бізнесу в Україні» (Форум СВБ). Організатори руху виходять з того, що відповідальне ставлення компанії до свого виробу або послуги, до споживачів, співробітників, партнерів, її активна соціальна позиція як спільноти «корпоративних громадян», які приймають участь в рішеннях гострих соціальних проблем – це неминучий вплив глобалізації. Прагнення до високих суспільних ідеалів позитивно вплине на імідж компанії та підвищить конкурентоспроможність на ринках.

На відміну від країн з розвинутою капіталістичною економікою, сталим соціальним розвитком, які прийшли до ідеї соціальної відповідальності еволюційним шляхом, Україна у вирішенні питань КСВ стикнулася з низкою об'єктивних проблем:

- зміна форми господарювання, а в результаті законодавчі та соціальні невідповідності;
- низький рівень корпоративної культури і як наслідок фінансова та економічна нестабільність;
- низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу;

- розбіжності між бізнесом та суспільством у розумінні завдань та механізмів реалізації КСВ через термінологічну (нормативну) невизначеність;
- закритість більшості українських суб'єктів господарювання для широкої громадськості.

Означені проблеми змусили шукати дієві шляхи впровадження КСВ. З 2009 р. вирішення ідей КСВ вийшло на якісно новий рівень. Засновано Центр «Розвиток КСВ», мета діяльності якого полягає у впровадженні соціальної відповідальності задля системних та якісних змін в Україні за 4-ма пріоритетними напрямками: КСВ в кризові часи, розвиток освіти, соціальна відповідальність державних органів влади і просування України за кордоном. З 2009 р. до процесу впровадження КСВ залучилась держава. За ініціативою громадськості відбулися Парламентські слухання, сформована рада з питань КСВ в Україні. Впродовж 2009-2010 рр шляхом плідної роботи промисловців, економістів, державних діячів, різних зацікавлених сторін (стейкхолдерів), створений проект Концепції національної стратегії по КСВ в Україні. В 2013 р. відбувся перший стратегічний крок – Указ Президента та створення робочої групи при Координаційній раді щодо сприяння розвитку громадянського суспільства. Такий перебіг подій значно вплинув на українських бізнесменів. За результатами дослідження «Стан перспективи розвитку КСВ в Україні: 2005-2010», (Центр розвитку КСВ, респонденти-представники вищої і середньої ланки управління 600 українських компаній): в 2005 р. тільки 31,3% компаній постійно застосовували соціальну відповідальність, а в 2010-му їх було вже 55%. Як в 2005 так і в 2010 соціальна відповідальність характерна переважно для крупних структур. Серед основних факторів, які спонукають компанії впроваджувати СВ, на першому місці – моральні переконання та внутрішні спонукання. Однак значимим є зростання продажів компанії, копіювання дій конкурентів та запити з боку органів місцевої влади. Пріоритетність факторів залишається, але в порівнянні з 2005 р. вдвічі зростає кількість компаній, для яких завдяки провадженню КСВ конкурентоспроможність збільшилась. Прослідковується основне спрямування: на співробітників та споживачів. Переважна кількість заходів по СВ відноситься до трудових практик: розвиток персоналу, відмова від експлуатації дитячої праці та від дискримінації, поліпшення умов праці, захист здоров'я та безпека споживачів. Найменше розповсюджені серед вітчизняних підприємств програми щодо захисту природних ресурсів та співпраці з суспільством.

Однак, більше ніж третина українських компаній ігнорує СВ. Для більшості з них програми по КСВ не на часі, не вистачає коштів, а кожна

10-а вітчизняна структура вважає, що це функція держави, а не бізнесу. Лише незначна частина підприємств демонструє абсолютне несхвалення СВ.

Глобалізація змінила обличчя капіталізму, як його описував К. Маркс. В сучасному світі вже склалися певні уявлення про те, яким чином повинна поводити себе господарська структура, щоб бути добропорядним членом суспільства. Підприємницькі організації мають відповідальність перед суспільством, в якому функціонують, не тільки забезпечуючи ефективність, зайнятість, прибуток та відсутності порушення закону. Вони зобов'язані направляти частину своїх ресурсів та зусиль соціальними каналами, робити пожертви на благо суспільства. Підприємницькі організації повинні активно діяти в таких сферах як захист оточуючого середовища, охорони здоров'я, суспільної безпеки, громадянських прав та захист інтересів споживача і т.д. Бізнес зобов'язаний бути соціально відповідальним.

Література

1. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов; Выс.шк. менеджмента СПбГУ. – Санкт-Петербург: изд. «Высш. шк. менеджмента», 2010. – 272 с.
2. Канарева Л.А. Стратегия реализации социальной ответственности в XXI в. / Л.А. Канарева // США. Канада. Экономика. Политика. Культура. – 2013, № 2. – с. 117-127.
3. Куринько Р. Разработка национальной стратегии КСО в Украине: вызовы и перспективы. [Ел. ресурс] – Реж. дост: Kurinko.com/wp-content/uploads/2016/03/
4. Лучко Л.М. Этика бизнеса – фактор успеха / Л.М. Лучко. – Москва : изд-тво ЭКСМО, 2006. – 320 с.
5. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність: монографія за ред. д-ра філос. наук, проф. Г.Ф. Хоружого. – Київ: УБС НБУ, 2009. – 255 с.
6. Политическая и экономическая этика / Пер. с нем. С. Курбатовой, К. Костюка. – Москва: ФАИР ПРЕСС, 2001. – 368 с.
7. Саприкина М. Корпоративная социальная ответственность: не вширь, а вглубь. Центр развития КСО. [Ел. ресурс] – Реж. дост: pda.Kontrakty.ua/article/34079.
8. Соціальна відповідальність: теорія, практика розвитку: монографія / А.М. Колот, О.А. Гришнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Кольта: – Київ: КНЕУ, 2012. – 501 с.

9. Фридман М. Капитализм и свобода. / М. Фридман– Москва: Новое изво, 2006. – 240 с.
10. Чубарова Т.В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство. / Т.В. Чубарова. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2011. – 320 с.
11. Ярова В.В. теоретико-ідеологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу / В.В. Ярова. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Сер: Економічні науки. – 2013. – № 5. – 185-196.

Романенко О.А.,
канд. екон. наук, доцент,
Київський національний торговельно-
економічний університет
Рада молодих вчених при Міністерстві
освіти і науки України

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОВЕДІНКОВИХ ФАКТОРІВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН

Економічний розвиток країн значною мірою залежить від цінностей людей, системи переконань народів, що їх населяють. Сучасні економічні дослідження провідних вчених світу, Нобелівських лауреатів свідчать про прямий вплив поведінкових факторів людей на економічний розвиток як на мікро так і на макрорівні: представники теоретичних методів дослідження – Пол Самуельсон, Джон Нэш, емпіричних методів дослідження – Стів Леввіт, Джеймса Хекман та засновники експериментальних методів - дослідження економіки (Вернон Сміта, Джон Ліст) в своїх працях доводять прямий вплив моралі та ціннісних орієнтирів на економіку.

Дослідження та формування моралі українського суспільства, яке знаходиться нині в стадії економічного, соціально-політичного і духовного розвитку, є одним з найважливіших практичних і теоретичних завдань.

На думку багатьох учених і підприємців, мораль і бізнес принципово несумісні, оскільки істинно етичний вчинок не повинен, за логікою їхніх вчень, переслідувати жодної особистої користі, в той час, як весь бізнес, навпаки, замішаний на максимізації особистої вигоди.

Однак доведено, що система переконань людей, їх духовно-моральні цінності є основою людського співжиття, які орієнтовані на

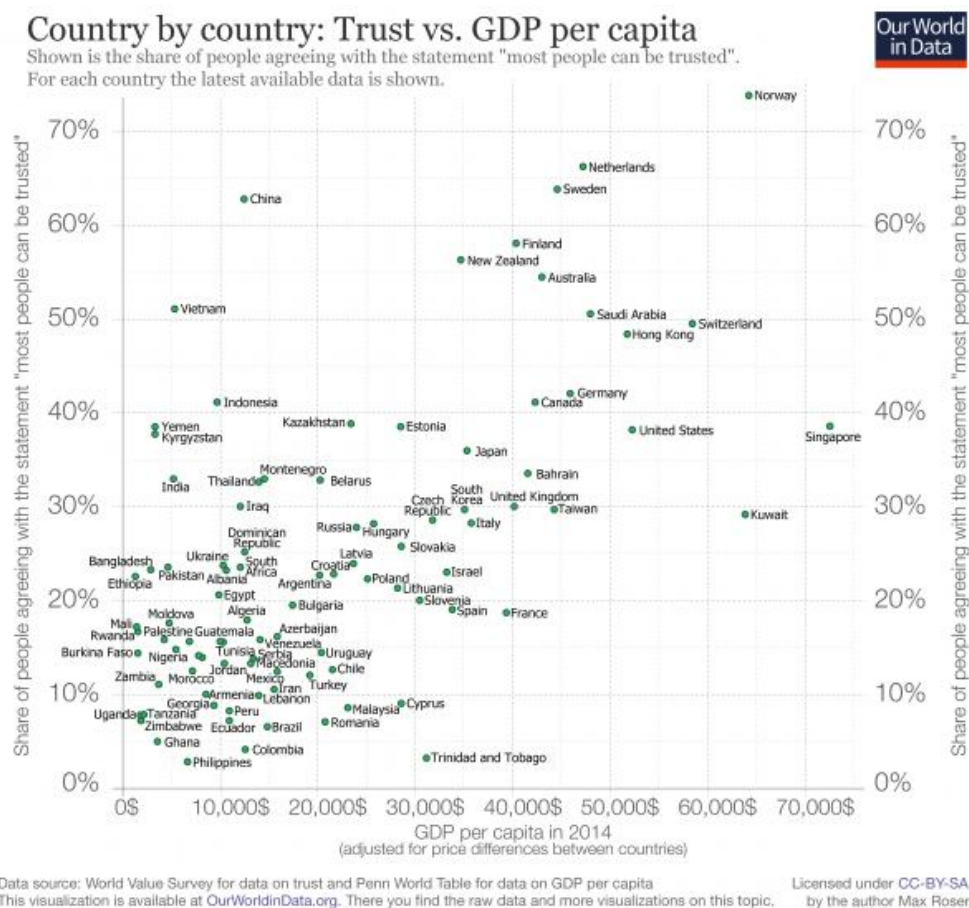
кооперацію і співробітництво, а значить, на взаємовигідну, справедливу взаємодію.

Роман Шеремета виділяє 4 поведінкових фактори, що найбільше впливають на економічний розвиток: довіра, кооперація, здоровий спосіб життя та релігія (система переконань людей).

Країни, що мають найбільший рівень довіри серед населення, мають також найбільший рівень ВВП на душу населення.

Таблиця 1

Залежність рівня довіри серед населення країни і рівнем ВВП на душу населення



Аналіз наукових досліджень свідчить, що країни з найвищими економічними результатами мають єдині духовно-моральні цінності: десять заповідей християнства. Аналіз духовно-моральних цінностей

народів, представлений в даній роботі, показує, що моральні принципи господарської діяльності, прищеплені релігією, не тільки не перешкоджають в бізнесі, «але вельми допомагають» [1, С. 42]. Будь-яка діяльність людини, передусім господарська, повинна співвідноситися з моральними устоями. Люди мають сприяти припиненню безладу, формуванню високоморальних норм вітчизняного підприємництва [2, С. 161].

Стосовно вітчизняної науки, то для неї дана тематика є новою і розробленою недостатньо. Нині в Україні ще небагато робіт, у яких аналізувалися б проблеми етики підприємництва в філософському, історичному аспектах, а також духовні засади підприємництва.

Особливе місце серед механізмів духовного впливу на свідомість людей належить релігії. Релігійна мораль, встановлюючи норми, які мають регулювати відносини між людьми, досягає того, що всі моральні почуття віруючої людини переломлюються через ставлення до Бога. Ця обставина відіграє доволі вагомую роль в економічній діяльності індивідів, оскільки моральні норми виступають її стимулом або обмежувачем. Господарству та економічній діяльності релігія дає досить чітку морально-етичну оцінку, що і є механізмом, який або ґрунтується на осуді, і тим самим гальмує розвиток певних видів господарської практики, або діє на основі морального виправдання і заохочує її у певному напрямі. Господарський процес у християнській моралі повинен підкорятися заповідям для того, щоб не стати перешкодою до спасіння душі. Тому й основні економічні категорії, такі як гроші, власність, багатство, ефективність та прибутковність господарювання мають розглядатися через призму праведності чи неправедності їх виникнення і використання [3, С. 6].

Під *духовністю* ми розуміємо внутрішній, невидимий світ людини, її глибинну сутність з самостійним мисленням, самосвідомістю і здатністю роздумувати про себе, давати собі звіт про свій внутрішній стан і направляти свої дії, приймаючи за них відповідальність. *Мораль* – це частина світогляду людини і суспільства, яка відображає внутрішні духовні цінності особистості, на яких ґрунтується поведінка людей в різних ситуаціях з визначенням меж, за які людина чи суспільство не може і не хоче перейти. Різні країни у певні періоди мали власні морально-духовні виміри економічного життя. До духовності як вирішального ресурсу соціально-економічного розвитку завжди звертаються вчені різних епох.

Так, зокрема, Макс Вебер відслідковував взаємозв'язок між протестантською етикою й духом капіталізму. Відповідно до ідеї аскетизму протестанти повинні були нагромаджувати капітал не для споживання, а для інвестування. Духовно-моральні заходи держави пов'язані з

включенням до системи оцінки ефективності мобілізації інвестиційних ресурсів духовно-моральних критеріїв, які характеризують дії підприємств з позиції добра і зла [4, С. 244].

Вебер утвердив такі засади «капіталістичного духу»:

✚ найвище завдання морального життя людини – виконання обов'язку в рамках світської професії. Підтвердження своєї віри людина демонструє через світську професійну діяльність. Так, наприклад, Тома Аквінський розглядав поділ праці і поділ суспільства за професіями як прямий наслідок Божого плану світового устрою;

✚ крайня форма довіри тільки до Бога обертається повною духовною самотністю – не слід покладатися на допомогу та дружбу людей, довіряти слід лише Богові. Пуританин зайнятий, по суті, лише собою, своїм спасінням. Тут слід бачити корені індивідуалізму, яким прийнята раціональна діяльність підприємця;

✚ християнська аскеза утвердила систематично розроблений метод раціональної життєвої поведінки, заснованої на «активному самовладанні», мета якого – створити умови для діяльного, осмисленого, просвітленого життя, а засіб – упорядкування способу життя людини.

Наслідком поширення цих принципів у країнах Західної Європи доби Реформації стало насичення світського повсякденного існування людини духом «раціонального життя у світі, але не від світу цього і не для світу цього». Протестантська мораль стверджує, що лише діяльність служить для примноження слави Господньої, головний і найтяжчий гріх – даремна трата часу, час безмежно дорогий, бо кожна втрачена година праці відібрана у Бога. Праця є поставлена Богом мета всього життя людини, небажання працювати є симптомом відсутності благодаті. Таким чином, релігійна аскеза зобов'язувала підприємця якнайкращим чином дотримувати своїх ділових інтересів, а також надавала йому тверезих, сумлінних, надзвичайно працелюбних робітників, які сприймали свою працю як угодну Богові мету життя [5, С. 63].

Як слушно зазначає доктор наук з державного управління Володимир Мартиненко, незважаючи на потужні комп'ютери, утворений людиною світ виявився доволі складним для її інтелектуальних можливостей і який більше не піддається ефективному моделюванню напрямків власного розвитку. З урахуванням конкурентного механізму відносин між суб'єктами господарювання на глобальному рівні, які будуються поза високою мораллю й совістю людини, стихійно, поступово перетворюється на зброю масового знищення душі людини – порнографія, насильство, засилля аморальної реклами, інформаційний тероризм, маніпулювання свідомістю великих мас людей [4, С. 76].

Проаналізуємо основні засади світоглядних підходів до ведення підприємницької діяльності у різних країнах світу.

Так, зокрема, *американський світоглядний підхід* має за моральний орієнтир цінності. Американський аналітик світоглядного підходу до етики Дж.Кейпен-молодший вважає, що є певні цінності, які мають для нас вагу незалежно від мови, якою ми користуємося, чи культури, в якій живемо [6 48]. Цінності мають величезне світоглядне значення для американців, оскільки вони формують суспільство, що визнає фундаментом збірку моральних норм індивідуальних цінностей, які більше 200 років викликають заздрість інших народів. Проте міцність цих цінностей останнім часом серйозно порушена, причинами чого визнається підвищена мобільність суспільства, «матеріалізація» життя, жадоба влади і занепад моральності.

Людям не можна нав'язати цінності, однак можна про них дискутувати, можна схилити молодих людей замислитися над ними. «Якщо у вас немає ясності, ким ви є як особистість, ви ніколи не зможете внести ясність в питання, якою повинна бути ваша фірма, а ваші робітники не зрозуміють цінностей, на які спирається підприємство в своїх діях на ринку» . У своєму дослідженні автор визначає десять моральних цінностей, які він вважає «особливо важливими в сьогоденному світі»: підтримування різноманітності, бути такими, що заслуговують на довіру, вдячність, заохочення інших людей до добрих справ, позитивне відношення до життя, розгін (опора для дій людини, джерела ентузіазму), культивування довіри, збереження релігійних традицій (християнських цінностей Біблії). Згідно з опитуваннями, для половини американських підприємців релігія являє собою моральний дороговказ і має абсолютно принципове значення в їх виробничій діяльності [6, С.52].

Дж.Кейпен рекомендує кожній фірмі зібрати всіх співробітників і скласти документ, в якому були б сформульовані найбільш суттєві цінності і основні цілі, що визначають підприємство як інститут і осередок суспільства. Одне із положень пропонованого документа заслуговує, щоб його процитували: «Ділись всім, поступай чесно, не рань людей, клади речі на місце, прибирай після себе, проси прощення, якщо когось зачепив; виходячи з дому, звертай увагу на вуличний рух, не давай рукам волі» [6, С.64].

Соціально-етичні засади західноєвропейського бізнесу дещо відрізняються від американських. Якщо американська етика підприємництва стосується перш за все світоглядних питань, то західноєвропейська характеризується детермінованістю багатьма традиціями європейської культури, але водночас вона більш конкретна і стосується безпосередньо

моральності людей бізнесу і менеджерів. Загальну моральну ситуацію в бізнесі і управління країн Західної Європи описує англійський теоретик і практик менеджменту Дж.Моул [7, С. 50].

В Європейському Союзі всіляко заохочується створення спільних підприємств. Їх ефективність залежить від того, наскільки добре працюють разом менеджери різних національностей. Спільна праця вимагає глибокого розуміння, чому люди із різних спільнот ведуть себе так, а не інакше. Різниця полягає в установках і цінностях, що лежать в основі поведінки людей різних національностей. Також існує конфлікт поколінь між тими, хто має професійну підготовку, і тими, хто її не має. Покоління професійних менеджерів віком до 40 років, які прийняли, головним чином, американську методичку бізнесу і американський світогляд кидає виклик старим способам ведення справ.

Позиції європейців по відношенню до жінок визначаються розумінням їх ролі скоріше поза робочим місцем. Специфіка основних жіночих проблем, властива всім культурам, полягає в поєднанні сім'ї і кар'єри: декретна відпустка, забезпечення можливості піклуватися про дітей, необхідність працювати краще, ніж рівний їй за посадою чоловік тощо. Слід обов'язково вивчати мову, якою вестиметься бізнес. Нині ЄС нараховує одинадцять офіційних державних мов, деякі країни мають декілька державних мов.

В Європі існують різні думки з приводу того, що є дійсно злочином, які незаконні дії можна вважати етичними і навпаки. Деякі моменти поведінки в ділових стосунках можуть бути невірні зрозумілі. Серед багатьох «західників» існує уявлення про безчесність людей інших культур, у яких вважається невічливим дивитись співбесіднику прямо в очі.

Однак у результаті розвитку інформаційних технологій, міжнародної конкуренції, освіти, економічного регулювання і зростаючий з дня на день вплив інтеграції сприяють створенню в усіх країнах спільної ділової культури. Причому найбільш активними провідниками змін є професійні менеджери. Про їхній етичний світогляд пише німецький дослідник У.Гут, який робить такі пропозиції для сучасної Європи:

1. Моральна практика підприємництва завжди оцінюється в рамках економічного порядку, створеного урядом: він повинен встановити межі правил, необхідних для дії системи захисту суспільних інтересів, для охорони природи, для забезпечення чесності в фінансових операціях, для запобігання експорту зброї і т. ін., погоджених з обов'язком відповідальності за всіх громадян, в тому числі і майбутніх поколінь. Дані правила однак не позбавляють фірми можливості керуватися власними

переконаннями в прийнятті «моральних рішень», бо в протилежному випадку це суперечило б принципам демократії.

2. У багатьох випадках проблеми охорони природного середовища мають глобальні виміри, тому велика увага приділяється зараз правовому регулюванню екологічної сторони підприємницької діяльності.

3. Слід постійно радити фірмам, щоб вони серйозно відносились до обговорення проблем етики. Сьогодні ідея оптимізації прибутку, на противагу її максимізації, повинна враховувати насамперед дотримання етичних вимог підприємництва.

4. В Європі продовжується дискусія про моральні наслідки технічного прогресу. Її підсумком було покращення технічних засобів «моральної корекції» промислових нововведень. Однак, основним її мотивом є роль і відповідальність людини в прийнятті економічних рішень в умовах бурхливого науково-технічного прогресу [8, С. 42].

Азійська модель практичної етики – це «філософія фірми». Якщо американці при постановці проблем етики підприємництва звертаються до універсальних людських цінностей, європейці – до індивідуальної моралі менеджерів і бізнесменів, то азіати – до цілісного світогляду фірми як інституту і колективу людей. Такий підхід впливає із загальної японської (пануючої в усій капіталістичній Азії) системи управління, заснованої на врахуванні «східних» соціальних, культурних і історичних особливостей. Управління, засноване на врахуванні цих особливостей, більш гнучке, динамічне і ефективне, у ньому «відсутні жорсткі структури управління, персональна відповідальність, індивідуальний облік продуктивності» [9, с. 40].

Основний авторитет і відповідач – фірма в цілому з її концепцією виробничого мислення. Найважливішим аспектом керівництва діловою активністю, зазначає класик японського менеджменту і етики підприємництва К.Татеісі, є «точне визначення ідеалів корпорації. На цьому заснований весь бізнес.

Узагальнення «філософії фірм» знайшло вираз в прийнятті Федерацією економічних організацій Японії 17 грудня 1996 року Статуту поведінки корпорацій, якому відводиться роль своєрідного «кодексу честі» японського підприємництва, декларації про його наміри діяти саме на благо всього суспільства.

Корпорації, проголошує Статут, будучи економічними одиницями, спрямованими на одержання прибутку шляхом чесної і справедливої конкуренції, повинні бути корисними суспільству в цілому. З цієї причини корпорації, поважаючи букву і дух всіх законів, незалежно від того, законами якої країни вони є, а також поважаючи букву і дух міжнародних

правил, повинні вести себе відповідно з соціальними нормами і додержуватись таких десяти принципів:

1. Корпорації будуть розробляти і рекомендувати суспільству соціально-корисні товари і послуги, робитимуть все можливе для їх безпеки.

2. Корпорації повинні організувати свою діяльність на засадах спра-ведливої, чесної, вільної конкуренції. Вони також будуть підтримувати здорові, розумні відносини з політичними колами і урядом.

3. Корпорації мають проявляти ініціативу в наданні правдивої інформації про свою діяльність не тільки власникам акцій, але і суспільству в цілому.

4. Корпорації визнають, що однією із умов самого їх існування і всієї їх діяльності є успішне розв'язання екологічних проблем, і будуть з усією рішучістю діяти в цьому напрямку.

5. Як добросовісні колективні члени товариства, корпорації будуть активно вести благодійну роботу.

6. Корпорації будуть прикладати всі зусилля до того, щоб гарантувати своїм службовцям спокійне життя, безпечні і комфортні умови праці, поважати їх життя і індивідуальність.

7. Корпорації мають виступати проти антисуспільних сил і організацій, які загрожують порядку і безпеці громадянського суспільства.

8. Діючи за межами Японії, корпорації будуть поважати культуру і звичаї країн, на території яких вони функціонують, і будуватимуть свою діяльність так, щоб вона була корисна для розвитку цих країн.

9. Вищі керівники корпорацій, визнаючи, що перетворення духу Статуту в повсякденне життя цілком залежить від них самих, будуть брати ініціативу в свої руки і подавати приклад всім зацікавленим сторонам у тому, що стосується повного і глибокого розуміння Статуту, побудові у відповідності до нього всіх корпоративних систем і встановленню на його основі норм корпоративної етики.

10. У випадку, якщо Статут порушується, вищі керівники корпорацій будуть розв'язувати наявні проблеми, намагаючись виявити причини, що їх породили, і не допускати їх повторного виникнення. Менеджери корпорацій будуть розкривати громадськості всю наявну інформацію і визначати міри покарання винних, не виключаючи і самих себе [9, С.20].

Тенденції розвитку духовності і моралі українського підприємництва можна охарактеризувати як перехід від нігілізму до «естетичної етики». Ринкова трансформація в Україні на початку 90-х років значно підняла інтерес до соціальної відповідальності і етики бізнесу в країні. На

початку українського ринкового періоду мало хто очікував такого кримінального «розквіту» у середовищі бізнесменів. Серед горезвісних проявів відзначаються мафіозність, хабарництво, здирництво, рекет і замовлені вбивства як засіб конкурентної боротьби і зведення рахунків.

Підприємець для багатьох громадян України – синонім «злочинця, якщо не бандита, злодія, розкрадача, людини, яка плює на свою країну, заганяє за безцінь її багатства» [10, с. 48]. Масова свідомість з величезною охотою перебільшує гріхи своїх розбагатілих співвітчизників. Підприємці, добре відчуючи спрямовану на них злість, проймаються нігілізмом, відчуттям недалекого кінця « – і з подвоєною енергією спішають урвати від життя все, що тільки можна, «тут і тепер». Їх соціально безвідповідальна поведінка посилюється, а у відповідь резонує суспільний гнів. Якщо проти російського підприємництва поки що не виникло суспільного руху, то це лише тому, що підприємницький прошарок поки що тонкий, недостатньо вагомий економічно і політично, щоб виглядати в очах настроєної проти нього частини суспільства відповідальним за біди країни. Поки що головний відповідальний «як в Росії, так і на Україні – це держава, влада, ті чи інші політичні сили й особи .

У цьому зв'язку заслуговує на увагу досвід Росії, де спираючись на історичний досвід і особливості її національної культури, а також на загальні світові тенденції, група вчених зараз намагається створити проект своєрідного російського кодексу підприємницької етики, який пропонується широко обговорити в підприємницьких колах. Щоб допомогти відродити втрачені традиції і заповнити вакуум у моральній свідомості російських підприємців, була прийнята дана програма. Вона включає в себе систематичне наукове вивчення реального стану російської ділової культури, загальних і регіональних тенденцій її розвитку. Ставиться також завдання налагодити регулярне забезпечення російських підприємців інформацією про норми поведінки, прийняті в міжнародному діловому співробітництві і передових країнах світу, планується видання книг і брошур по цій темі. Ті ж, хто захоче одержати систематичні знання і навчитись конкретних прийомів і навичок етики підприємництва, зможуть зробити і це: по-перше, будуть розроблені навчальні курси ділової культури для різних рівнів викладання і, по-друге, засновується навчальний і науково-методичний центр, де будуть готувати викладачів, здатних навчити як студентів, так і зрілих людей-бізнесменів і менеджерів.

Чи має Україна спільні з російськими етично-моральні цінності та проблеми у бізнесі? Вважаємо, що якоюсь мірою так, оскільки ми мали спільне минуле в складі Російської імперії. Якщо ж «копнути» глибше, звернутися до джерел української суспільної психології і етики, то тут

маємо суттєві розбіжності з «російським характером». «Українську модель» знаходимо у творчості М. Костомарова.

Різницю між росіянами і українцями вчений вважає давньою (з XII в.). Основною рисою росіян є практицизм, який лише зовні іноді перекидається на містицизм. Основні риси розбіжності такі:

1) у росіян панує загальність (Бог та цар) над особистістю, окремою людиною. Українець вище цінує окрему людину, аніж загал;

2) росіяни «нетерпимі» до чужих вір, до чужих народів, до яких вони ставляться з презирством, до чужих звичаїв, до чужих мов тощо. На Україні люди «звикли з незапам'ятних часів чути у себе чужу мову і не цуратися людей з іншим обличчям та іншими звичаями», ворожнеча до чужих народів вибухала лише, якщо чужинці «ображали власні святощі» українського народу;

3) росіяни народ матеріальний, українці прагнуть «одухотворити весь світ»;

4) росіянин мало любить природу, не плекає квітів, «має якусь ненависть до рослин», українець любить природу;

5) так само і любов до жінки – матеріальна в росіян та духовна – в українців;

6) у релігії – увага росіян спрямована на зовнішність, на форму, на літературу, в українців «неможливо, щоб повстав якийсь розкол з-за обряду, з-за букви», їх релігійність є внутрішня;

7) у суспільнім житті у росіян панує ціле над одиницею, загальне над окремою людиною, що є цілком придушена, пригнічена, для українців такий порядок цілком неможливий, вони цінують «особисту свободу», у росіян панує насильство (монархія), в українців – добровільна спілка (федерація)» [11, С. 217-218].

Характеристику українського менталітету довершує М. Грушевський: «Український народ повний життєвої сили, енергії, здібний, витривалий, високо здатний до організації, до громадської організації... Досить відкрити людині очі на те, хто вона, щоб бути певним її вірності національній дисципліні. З сею міцною єдністю український народ становить велику силу, суцільну глибу, моноліт, якого нема іншого в східній Європі» [11, С 50-51].

За офіційною статистикою, віруючими себе називають близько 60% громадян України, більшість з яких ідентифікують себе як християни. Водночас, за даними центру Разумкова, кількість тих, хто відвідує церкву хоча б раз на тиждень, не перевищує 2 % населення. Релігійне почуття решти зводиться до фрази Висоцького: «Адже є напевно, Бог...». Однак носіїв цілісного атеїстичного світогляду (наприклад, комуністичного) в

Україні теж небагато, а з поміж бізнесменів їх практично немає [13, С. 52]. Отже, більшість наших співвітчизників у повсякденному житті не керується ніякою цілісною системою цінностей. Це призводить до великої економічної проблеми. Суб'єктам господарювання некомфортно усвідомлювати, що контрагенти, співробітники та підлеглі люди хоч і непогані, але загадкові: невідомо як вони поведуться у критичній ситуації, чи зможуть подолати спокуси долі і не вбити, не вкрати, не забажати чужого. В Україні ігнорування духовно-моральних ресурсів стало суттєвим чинником стрімкого зубожіння основної маси населення та майнового розшарування. Отже, без Людини високої моралі запровадити ефективний спосіб господарювання в Україні буде неможливо. [4, С. 187].

Західноєвропейський та американський досвід побудови економічних стосунків на християнських принципах довів свою ефективність: в цих країнах в найбільшій мірі декларуються і реалізуються принципи демократії, поваги до оточуючих, достовірного відображення господарських ситуацій, відкритої бухгалтерії, чесності тощо, чого не можна сказати про українську економіку. Сутність морального вирішення ринкових проблем полягає в нерозривному їх взаємозв'язку з життєвими інтересами та цілями як окремої людини, так і всього людства. Для того щоби уникнути всіх негативних наслідків стихійного, «дикого ринку», в якому «кожен за себе, один Бог за всіх», а духовні цінності затьмарює жадаба до грошей, багатства і виключно особистої вигоди, вважаємо за доцільне на державному рівні розробити певні етичні норми, які б ґрунтувалися на християнських принципах людяності, добра, поваги до інших; «виховувати суспільство» шляхом більш ґрунтовного вивчення християнських етичних норм та людських цінностей у школах, середніх та вищих навчальних закладах, бо знання без людяності – ніщо.

Однак щодо прибутковості господарства, то тексти Євангелія свідчать про позитивне ставлення до неї Бога. Звертаючись до загальновідомої притчі про таланти, ми констатуємо схвалення прибуткової діяльності та накопичення капіталу і явне засудження економічної пасивності Індивідів. Коли господар давав рабам десять мін, то він велів їм: «використовуйте їх у обіг», а коли повернувся, то нагородив тих, хто збільшив капітал. Натомість нерішучість і бездіяльність одного з рабів була засуджена: «Для чого ж ти не віддав срібла мого в обіг, щоб я прийшов і отримав його з прибутком?... І сказав тим, хто стояв перед ним: візьміть у нього міну і дайте тому, хто має десять мін. і сказали йому: пане! У нього є десять мін. Говорю вам, що всякому, хто має, дано буде, а у неміущого відніметься і те, що має» (Лк. 19: 12-42).

Ринкова економіка, побудова якої нині є однією з пріоритетних цілей в Україні за сутністю своїх відносин – це своєрідний простір для застосування духовно-моральних цінностей. Сутність морального вирішення ринкових проблем полягає в нерозривному їх взаємозв'язку з життєвими інтересами та цілями як окремої людини, так і всього людства. Система господарювання, що зорієнтована виключно на абсолютизацію прибутку, вже довела не просто свою неспроможність, а й навіть апокаліптичність. Розв'язання глобальних проблем людства пов'язане з використанням концепції людини духовно-моральної, а також можливістю повернення до суспільного співжиття, що передбачає визнання Єдиної Сутності буття.

Непоклоніння ідолам земним є важливим духовним принципом. Гроші, влада, багатство віддаляють людину від Бога і добродійності, хоча велике значення має те, як саме перелічуваними благами розпоряджатися. І влада може служити добру, і гроші, багатство – людям.

Хотілося б згадати слова відомого мільярдера Рокфеллера, який сказав, що він будучи за походженням – юдеєм не може себе назвати членом союзу християн-підприємців за формою, однак щиро вірить у те, що саме християнські моральні цінності і стандарти – є найвищими, тому він їх дотримується як у житті, так і у бізнесі. Один з найвідоміших підприємців закликав усіх бути чесними, що дасть можливість бути багатшими[2, С. 161].

Для того щоби уникнути всіх негативних наслідків стихійного, «дикого ринку», в якому «кожен за себе, один Бог за всіх», а духовні цінності затьмарює жадоба до грошей, багатства і виключно особистої вигоди, ми пропонуємо здійснити на державному рівні такі заходи:

1. На підставі досвіду побудови ринкового економічного життя в інших країнах та з урахуванням особливостей національної української культури розробити певні етичні норми, які б ґрунтувалися на християнських ідеях людяності, добра, поваги до інших .

2.»Виховувати суспільство» шляхом більш ґрунтовного вивчення етичних норм та людських цінностей у школах, середніх та вищих учбових закладах, бо, на наш погляд, знання без людяності ніщо.

3. За основу «моральних цінностей», на наш погляд, доцільно було б взяти християнське вчення Біблії, оскільки, як свідчить американський та західноєвропейський досвід, такий підхід позитивно впливає на стан економіки та суспільства у цілому [14. С.51].

У цьому зв'язку можна навести слова президента Асоціації українських банків Олександра Сугоняки, про те, що коли через когось іде багато грошей, то слід працювати так, використовуючи їх, щоб душа

піднімалася, а не падала вниз. Оскільки призначенням людини є наповнення Духом Святим, щоб відпрацювавши на землі, доторкнутись до вічності [15, С. 34].

Література

1. Шихирев П.Н. Возможна ли этика бизнеса // *Общественные науки и современность*. – 1997. – № 6.
2. Мороз О. Духовні принципи ведення малого і середнього бізнесу в регіоні// *Підприємництво, господарство і право*. – 2006. – №4.
3. Пилипенко Г. Роль християнської моралі у функціонуванні економічних систем // *Академічний огляд*. – 2007. – №2.
4. Мартиненко В. Ф. Державне управління інвестиційним процесом в Україні / *Національна академія держ. управління при Президентові України*. – К.: Видавництво НАДУ, 2005.
5. Стельмах В.С., Смовженко Т.С., Скринник З.Е. *Гроші – людина – соціум: параметри взаємин* / *Національний банк України*. – Львів: ЛБІ НБУ. – 2006.
6. Capen R.G., Jr. *Wota etyczne* // *Etyka biznesu w gospodarce hlobalnej*. – Warszawa: MNO Sp., 1997.
7. *Европейская культура бизнеса. По книге Дж.Моула* // *Бизнес-Информ*. – 1996. – № 20.
8. Guth W. *Tradycje etyczne Zachodu a gospodarka*. – Poznan: Graf, 1996.
9. Вершигора Е.Е. *Менеджмент: Учебное пособие*. – М.: ИНФРА-М, 1998.
10. Олещук Ю. *Кодекс поведения бизнесмена* // *Дайджест-финансы*. – 1996. – № 6.
11. *Філософія* / За ред. І. Надольного. – К.: Вікар, 1997.
12. Грушевський М.С. *Хто такі українці і чого вони хочуть?* – К.: Знання, 1991.
13. Фіонік Д. *Камо грядеши* // *Контракти*. – 2006. – №30.
14. Романенко О.А. *Духовно-моральні виміри економічного життя сучасного суспільства* / О. А. Романенко // *Вісник НБУ*. 2009. – №5, с. 48-51.
15. Патрікац Л. *Світом правлять гроші. Чи любов?..*// *Вісник Національного банку України*. – 2008. – №2.

Сошко О.Г.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземної філології та
перекладу, Київський національний
торговельно-економічний університет;
Іваненко Г.П.,
викладач кафедри іноземної
філології та перекладу, Київський
національний торговельно-економічний
університет

ДО ПИТАННЯ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Інтеграція української системи освіти до світової освітньої системи вимагає активного переходу до сучасних європейських методів роботи. Позитивними наслідками світових глобалізаційних процесів можна вважати, насамперед, розширення світового інформаційного простору, посилення процесів мовної і культурної взаємодії, а також надання звичайній людині доступу до інформації та світових інтелектуальних надбань. Зміни в сучасному суспільстві суттєво впливають на освітній процес. Зокрема, протягом останніх десятиліть у багатьох країнах світу та в Україні змінювалась суспільна парадигма – від технократичної до індустріальної, від індустріальної до інформаційної. Ці зміни відбулись такими темпами, що зумовили потребу негайно переглянути і реформувати освіту на всіх рівнях, оскільки існуючі системи не повністю відповідали сучасним запитам та потребували переорієнтації.

Як показує досвід, сьогодні формування освітніх цілей відбувається не на рівні держав, а на міждержавному, міжнаціональному рівнях, коли основні пріоритети освіти та цілі проголошуються в міжнародних конвенціях і документах та є стратегічними орієнтирами міжнародної спільноти. Держави формують освітню політику, спрямовану безпосередньо на інтеграцію її в міжнародні співтовариства. Важливим чинником перегляду основних концепцій та особливо змісту освіти в багатьох країнах є розширення кордонів і тих можливостей, що відкриваються перед молоддю [4, с. 5-6].

Як економічні, соціальні, так і інші чинники розвитку цивілізації посилили зацікавленість суспільства в результатах освіти і зумовили появу нових, важливіших і реальніших індикаторів цих результатів. Такими

індикаторами в багатьох країнах стали компетентності, що визначають готовність особи, яка навчається до життя та трудової діяльності, її участі в житті суспільства. Результати багаторічної роботи експертів країн Європейського Союзу в цьому напрямку свідчать, що для будь-якої країни корисно порівнювати міжнародний і національний досвіди як розвитку освітньої системи загалом, так і можливостей для запровадження компетентнісного підходу зокрема, при чому повне копіювання будь-яких освітніх моделей і феноменів інших країн є непродуктивним, а національні моделі освіти слід розбудовувати, керуючись національними потребами і особливостями.

В умовах зростаючої інтеграції світової спільноти, розширення мобільності та інтенсивного розвитку, який на сучасному етапі відзначається у всіх сферах нашого життя, виникає гостра необхідність у фахівцях, які володіють іноземною мовою. Відповідно, є підстави стверджувати, що іноземна мова для студентів вищих навчальних закладів стає не просто навчальною дисципліною, а життєвою необхідністю, засобом спілкування в їх майбутній професійній діяльності. Як українські, так і зарубіжні методисти та лінгвісти вважають за необхідне створити таку організацію навчального процесу, щоб органічно пов'язувалися навчання іноземної мови та вирішення проблем міжнаціонального, міжкультурного спілкування.

Важливою передумовою транскордонної комунікації є вибір мови, якою вона здійснюється. На роль засобів цієї комунікації, як правило, претендують кілька так званих світових мов, передусім англійська. Вибір англійської на роль першої мови міжнародного спілкування зумовлюється як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Дослідниками відзначається її раціональна будова, багатство словникового складу, який дозволяє створювати розгалужені терміносистеми. За різними оцінками, англійською нині користуються від 400 до 800 мільйонів людей: як ті, для кого англійська є першою або рідною мовою, так і ті, хто постійно вживає англійську у сферах інформації, освіти та міжнародного спілкування [7, с. 8-9].

Оскільки розвиток професійно-орієнтованої освіти передбачає виділення формальних характеристик, які відрізняють мову фахівців від загальнорозмовної мови, все більш актуальним стає навчання реальному мовному спілкуванню в рамках професійної діяльності. У ситуації викладання іноземних мов у немовних ВНЗ це означає, перш за все, розширення всіх видів мовленнєвої діяльності (читання, говоріння, письма та аудіювання). Якщо раніше вся увага концентрувалася на роботі з професійним текстом, що навчало головним чином спеціальному

перекладу, то в сучасній освітній ситуації чітко опрацьовані компетентності, які передбачають навчання різноманітним мовним навичкам як на основі спеціального професійного мовлення, так і в межах загальнокультурного контексту. Така організація навчального процесу, при якій відбувається орієнтація курсу іноземної мови на обрану студентами професію та можливі сфери її реального використання в професійній діяльності, і становить суть професійно-орієнтованої освіти. Це вимагає зміни цілей, змісту, форми і процесу навчання. Принцип професійної спрямованості при навчанні іноземної мови передбачає, що не тільки весь діапазон видів мовленнєвої діяльності, але і навчальний матеріал повинен бути приведений у відповідність до визначених цілей, закріплених у компетентностях. Базові складові процесу навчання іноземних мов з урахуванням специфіки профілюючої спеціальності того, хто навчається включають такі напрямки:

- робота над спеціальним текстом;
- вивчення спеціальних тем для розвитку усного мовлення;
- вивчення словника-мінімуму за спеціальністю;
- укладання викладачем методичних посібників для активізації

граматичного та лексичного матеріалу.

Не випадково серед видів професійно-орієнтованої діяльності окрема увага приділяється навичкам говоріння. З одного боку, набуття студентами цієї навички становить суть комунікативної компетентності, що є однією з базових компетентностей навчання в принципі і набуває особливого значення при навчанні мови, бо мова – це і є говоріння, спілкування. У тлумачному словнику мова визначається як «історично сформована система словесного вираження думок, що володіє певним звуковим, лексичним і граматичним ладом і служить засобом спілкування в людському суспільстві». З іншого боку, сама комунікативна спрямованість процесу навчання продиктована життєвими реаліями, а саме зростаючою потребою спілкування в полікультурному світі з представниками інших країн і культур, в тому числі з іноземними колегами-фахівцями.

Власне, само опрацювання Радою Європи в рамках Європейського Союзу мовних компетентностей, а саме загальноєвропейських компетентностей володіння іноземною мовою, є відображенням цієї необхідності, прагненням підняти на вищий рівень якість спілкування між європейцями, які говорять різними мовами і виховані в різних культурах. Україна, підписавши Болонську конвенцію також активно включена в ці інтеграційні процеси. Мовні компетентності окреслені в документі «Сучасні мови: вивчення, навчання, оцінювання. Загальноєвропейська компетенція» [9], де зазначаються стратегії щодо активізації загальної та

комунікативної компетентності. Іншомовна комунікативна компетентність передбачає оволодіння іноземною мовою тією мірою, яка забезпечує студенту можливість спілкування цією мовою.

Іншою навичкою, яку необхідно розвивати у майбутнього фахівця, залишається вміння працювати зі спеціальним текстом. При формуванні та розвитку тих чи інших компетентностей в освітньому процесі, на наш погляд, необхідно орієнтуватися на принцип доцільності й практичності. Такий підхід зумовлений думкою про те, що у своїй професійній діяльності фахівцю необхідно буде шукати потрібну для нього інформацію саме у письмовому тексті. Оскільки текст за фахом був і залишається основним джерелом інформації, важливо навчити студента немовного ВНЗ працювати з письмовим джерелом, зі спеціальною літературою іноземною мовою; залучати такі аспекти роботи, як різні види читання, що передбачають ознайомлення зі спеціальною лексикою та термінологією. Це взаємообумовлений процес, при якому йде активне засвоєння нової лексики, а засвоєна навіть у мінімальному обсязі лексика дає можливість визначати цільову установку студента по роботі з текстом. Саме формування у студента навички не просто працювати з текстом, а самому визначати мету своєї мовленнєвої діяльності закладає його успішність як майбутнього спеціаліста. Відсутність такого вміння не сприяє коректній роботі фахівця, обмежує його професійне зростання, ускладнює отримання новітньої наукової та технічної інформації, адже багато фахівців вважають за краще дочекатися анотацій українською мовою замість того, щоб переглянути нові наукові розробки самі.

У зв'язку з вищевикладеним постає завдання методологічного характеру, а саме правильної добірки викладачем текстів для роботи і розробки методичних посібників, в яких відпрацювання навичок читання органічно поєднується з засвоєнням лексичного і граматичного матеріалу. До відбору навчального матеріалу для професійно-орієнтованого навчання висуваються такі вимоги:

- професійно-орієнтована насиченість;
- автентичність;
- соціокультурна спрямованість;
- достатність за обсягом і доступність в мовному відношенні.

Таким чином, важливо не тільки правильно підібрати, а й визначити обсяг мовного матеріалу (лексичного й граматичного), який був би достатнім для забезпечення відповідного вміння. Якщо мова йде про засвоєння лексики, то це повинні бути основні блоки термінів, співвіднесених з досліджуваною конкретною темою, а також спеціальна лексика. Термін є одиницею наукового і мовного знання, в той час як

спеціальна лексика обслуговує відносини між термінологічно позначеними поняттями.

Завдання по засвоєнню лексики, таким чином, поділяється на два етапи: формування міні-словника необхідної професійної лексики та розвиток навички на основі сформованого словникового мінімуму бачити і розуміти лексичні одиниці в спеціалізованому тексті, тобто фактично «розпізнавати» потрібну лексику як вже знайому. Чим міцніше і з ширшим лексичним охопленням сформований даний навик, тим успішніше буде проходити формування найбільш складної мовної професійної компетентності – перекладацької.

Перекладацька компетентність включає в себе навички і вміння, необхідні для процесу перекладу, причому ці навички не обмежуються суто перекладацькими і включають в себе:

- мовну та мовленнєву термінологічну навичку;
- мовленнєву навичку перемикання з однієї мови на іншу;
- смисловий аналіз тексту;
- мовленнєве вміння знаходження інваріантів вихідного тексту;
- мовленнєве вміння перефразувати.

Видається цілком природним, що перекладацька компетентність майбутнього фахівця повинна базуватися на достатньо сформованій у студентів іншомовній комунікативній компетентності. Це означає, що освоєння професійної лексики закріплюється не тільки безпосередньо в процесі роботи з текстом (читання і переклад), а й в таких видах мовленнєвої діяльності, як говоріння, аудіювання та письмо. Текст в цьому сенсі виступає як еталон цілісного мовленнєвого твору.

Принцип доцільності, на який має бути орієнтоване навчання іноземних мов у немовних ВНЗ, вимагає визначити необхідний обсяг засвоєваних студентом граматичних явищ. Якщо мова йде про професійно-орієнтоване навчання, то необхідно враховувати специфіку, яка визначається неможливістю глибокого засвоєння деяких фундаментальних лінгвістичних аспектів, зокрема, граматичних. Передбачається, що вони були закладені і в достатній мірі закріплені в процесі шкільного навчання іноземних мов. Насправді, це далеко не завжди задовільний рівень знань, тому подальший процес навчання вже у вищому навчальному закладі виявляє нездатність студентів подолати труднощі, що призводять до грубих мовних помилок. Робота зі студентами економічних спеціальностей дає необхідний практичний матеріал, на підставі якого можна виділити основні труднощі лінгвістичного характеру, що виникають у студентів при вивченні іншомовної граматики і лексики, структури речення (синтаксису). Специфіка навчання іноземних мов у немовному вузі не передбачає

поглибленого вивчення граматичного матеріалу, оскільки основний компетентнісний вектор направлений на розвиток навички роботи зі спеціальним текстом. У такій ситуації граматичним явищам відводиться допоміжна роль: в ідеалі вони повинні «працювати» на розуміння тексту і не ускладнювати його сприйняття. Необхідно зауважити, що спеціальний текст є таким видом повідомлення, в якому основне навантаження здійснюється в межах лексичного наповнення. Граматичні явища, що зустрічаються в науково-технічному тексті, в основному не варіюються, але при цьому представляють значні труднощі в розумінні змісту матеріалу, що ще більше ускладнюється синтаксичними конструкціями (дієприкметникові, інфінітивні, герундіальні звороти). Тому правильне розуміння іншомовного тексту неможливе без чіткого аналізу граматичних і синтаксичних структур. На наш погляд, виправданим в рамках вивчення курсу іноземної мови в немовному ВНЗ буде ретельний відбір для засвоєння студентами саме тих граматичних явищ, які найчастіше зустрічаються в спеціалізованому тексті і створюють складнощі при його перекладі.

Однак, необхідно розуміти, що ніякі граматичні і лексичні навички не можуть бути сформованими у студента, якщо не звертати уваги на мотиваційну складову в процесі навчання. Тому з точки зору продуктивності навчальної діяльності виправдана орієнтація на пізнавальний інтерес як мотив при вивченні іноземних мов, оскільки на основі сталого пізнавального інтересу формується набуття професійної мотивації. Для професійно-орієнтованого навчання це означає використання елементів професійної діяльності, з якою майбутній фахівець зіткнеться в реальних умовах. Ця вимога є необхідною і відносно мовленнєвої діяльності самого студента, і щодо діяльності викладача, який задає і направляє сам навчальний процес, будь то підбір матеріалу, що відповідає професійній спрямованості мовного курсу, чи його практичне застосування на заняттях.

Як ми вже зазначали вище, однією з основних вимог до результатів вивчення іноземної мови студентом немовного вузу є здатність до комунікації в усній і письмовій формах цієї мовою для вирішення завдань міжособистісної і міжкультурної взаємодії. Таким чином, метою навчання іноземної мови у ВНЗ слід вважати формування і подальше вдосконалення іншомовної комунікативної компетентності. Розглядаючи систему освіти на сучасному етапі як суспільний інститут, що формує особистість як суб'єкт культури, найбільш ефективним для навчання іноземної мови студентів немовних вузів вважається саме міжкультурний підхід.

Положення про необхідність вивчення іноземної мови в нерозривному зв'язку з культурою народу-носія цієї мови вже давно сприймається в методиці викладання іноземних мов як аксіома.

Мова – це символічна структура, яка об'єднує і зберігає в кодованому вигляді все досягнення даного суспільства, відображає особливе світовідчуття народу-носія. Одночасно мова – це продукт культури, частина культури, умова існування культури. Мова і культура є основними кодами, за допомогою яких здійснюється спілкування між людьми. Мовні і культурні коди розрізняються у різних народів. На початку XXI століття реалізація шляхів успішної комунікації представників різних країн багато в чому залежить від освоєння «чужих кодів», від зацікавленості та адаптації до них. Сучасній цивілізованій людині властиво усвідомлювати взаємозв'язок, цілісність світу і необхідність міжкультурного співробітництва народів. Різні аспекти культури – спосіб життя, менталітет, національний характер, система цінностей, вірування – грають істотну роль в сфері міжкультурної комунікації.

Професійно-зорієнтований характер навчального курсу впливає на усвідомлення важливості комунікативної діяльності в ситуаціях професійної міжкультурної взаємодії, успішність якої безпосередньо залежить від уміння правильно вибрати стиль, стратегії і тактики комунікації в міжкультурних професійних ситуаціях з урахуванням міжкультурних відмінностей.

Мова в рамках такого підходу до навчання іноземної мови розглядається як засіб спілкування. Передбачається, що рівень володіння іноземною мовою у абітурієнтів є достатнім для здійснення міжкультурної комунікації. Однак досвід викладання в немовних ВНЗ переконливо показує, що більшість студентів базового рівня не готові до автентичної комунікації в силу несформованості основних комунікативних компонентів цієї навички.

У даній роботі ми спираємося на моделі комунікативної компетентності, описаної в Загальноєвропейських компетентностях володіння іноземною мовою [6]. Відповідно базовими складовими комунікативної компетентності є: лінгвістична, соціолінгвістична, дискурсивна, стратегічна, соціокультурна, соціальна компетентності.

Вочевидь, без достатньо сформованої лінгвістичної компетентності формування комунікативної компетентності неможливе. Під лінгвістичною компетентністю ми розуміємо «знання словникового складу мови, що включає лексичні та граматичні елементи і здатність їх використання в мові» [там само, с. 12].

Таким чином, лінгвістична компетентність – це поєднання лексичної і граматичної компетентностей. Не викликає сумніву той факт, що без знання слів і правил утворення граматичних форм, вміння формулювати осмислені правильно оформлені висловлювання вербальна комунікація вкрай ускладнена.

Термін «граматична компетентність» в документі «Загальноєвропейські компетенції володіння іноземною мовою» визначається як «здатність розуміти і висловлювати певний зміст, оформлюючи його у вигляді фраз і речень, побудованих за правилами даної мови (на відміну від механічного відтворення завчених зразків)» [там само, с. 107–108].

З точки зору міжкультурного підходу, при якому вивчення мови здійснюється в тісному зв'язку з культурою, термін «граматична компетентність» вимагає переосмислення, тому що аналізована компетентність не тільки представляє собою засіб усвідомлення мовної картини світу партнера по міжкультурній комунікації, але є способом осягнення його концептуальної картини світу.

Доцільність вивчення граматичного матеріалу з точки зору культурологічного аспекту обумовлена низкою факторів. Відомо, що у студентів технічних та економічних спеціальностей добре розвинене логічне мислення, і, отже, особливого значення при навчанні іноземної мови набуває принцип свідомості. Засвоєння граматичного матеріалу стає повнішим, якщо пред'являти якимось граматичне явище з точки зору менталітету носія іноземної мови. Виходячи з цього, ми вважаємо за необхідне розвивати здатність студентів аналізувати і порівнювати особливості граматичної будови двох мов, рідної та іноземної, які, в свою чергу, є результатом відмінностей, зумовлених менталітетом, способом життя, типом взаємин між членами суспільства різних культур.

Менталітет народу є результатом культурного та історичного розвитку країни, що вивчається, саме культура допомагає нам зрозуміти відмінності в поведінці людей. Для здійснення комунікації необхідно зрозуміти, до якого типу культури відноситься співрозмовник. Наприклад, в англійській комунікативній культурі особливо цінується незалежність, демонстрація рівності і емоційна стриманість, при чому тактильна комунікація використовується обмежено, а порушення простору засуджується. Не менш важливими представники англомовних культур вважають особисту активність і відповідальність за те, що відбувається, контроль над собою і в цілому автономність особистості. У слов'янських культур навпаки переважає фаталізм, безвихідь, колективізм. На ці факти звертають увагу А. Вежбицька [1], С.Г. Тер-Мінасова [8], Г.В. Єлізарова [2], Т.В. Ларіна [5], Н. А. Кафтайлова [3].

Ці висновки, засновані на багатому фактичному матеріалі, є важливими, в тому числі і з точки зору навчання граматиці: вони, зокрема, пояснюють написання особового займенника «я» в англійській мові з великої літери «I».

Зрозуміти істотні особливості мови і тим більше культури можливо при зіставленні, при порівняльному вивченні мов і тим більше культур. Якщо мовний бар'єр очевидний, то бар'єр культур стає явним тільки при зіткненні (або зіставленні) рідної культури з чужими, відмінними від неї.

Культурні помилки сприймаються набагато болючіше, ніж помилки мовні. Відмінності культур не узагальнені в зведення правил, як відмінності мов. Тому викладання іноземної мови було б ефективніше, якщо дозволяють можливості, вести з двох сторін, як це робиться, наприклад, у Франції, де вже багато років існує практика ведення паралельних курсів: один носієм мови і культури, що вивчається, а другий – носієм рідної мови і рідної культури. Це дозволяє отримати більш повне і багатогранне знання культури країни мови, що вивчається. Адже читання текстів країнознавчого характеру оцінюється через призму своєї культури, що, відповідно, також виявляється конфліктом культур.

Сьогодні методисти з жалем визнають той факт, що в практиці викладання іноземних мов є певні проблеми: не визначені реально досяжні цілі міжкультурної комунікації в різних умовах, обсяг соціокультурного компонента навчання іноземної мови і зміста рідної культури, який треба засвоїти при вивченні іноземної мови. Є ряд труднощів у навчанні міжкультурної комунікації. Зокрема – бар'єр в розумінні іншомовного співрозмовника в культурологічному плані через те, що в рамках рідної йому культури у студента формується міцна картина свого бачення світу. Це особливо проявляється при вивченні ідіоматики. Прислів'я та приказки, що вивчаються не в повній мірі розуміються студентами. Через ідіоми, що відображають позитивну або негативну оцінку тих чи інших якостей, можна судити про етнічні норми, правила соціального життя і поведінки в суспільстві.

Для того, щоб процес взаємодії двох індивідуальностей, двох менталітетів був успішним необхідно навчити студентів інтерпретувати різні цінності, осмислювати реалії країни досліджуваної мови, орієнтуватися в ній; бачити стійке і мінливе в культурі, тобто традиції та інновації в різних сферах життя; зрозуміти смішне в культурі мови, що вивчається; прийняти нові знання в чужій культурі для ґрунтовнішого пізнання своєї; синтезувати і узагальнювати свій особистий досвід у міжкультурному діалозі.

Таким чином, враховуючи процеси інтеграції України у світове співтовариство, однією з найважливіших якостей сучасного фахівця є іншомовна професійна компетентність. Нові освітні стандарти передбачають не тільки і не стільки відтворення отриманих знань, умінь і навичок, скільки здатність студента застосувати їх у конкретній практичній діяльності. Інтенсивний розвиток науки і техніки вимагає від фахівця постійного підвищення рівня професіоналізму в обраній галузі, в тому числі обміну досвідом із зарубіжними колегами, розвитку здатності до творчої переробки зростаючого потоку інформації та її застосування на практиці. Усвідомлене сприйняття навчального матеріалу, поданого з урахуванням культурологічних особливостей країни досліджуваної мови, доводить свою ефективність та сприяє підвищенню мотивації до вивчення іноземної мови.

Література

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / пер. с англ., отв. ред. М.А. Кронгауз, вступ. ст. Е. В. Падучевой. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
2. Елизарова Г. В. Культура и обучение иностранным языкам. – СПб.: КАРО, 2005. – 352 с.
3. Кафтайлова Н. А. Возможности межкультурного подхода в области обучения грамматике // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2011. № 1 (44). С. 104-108.
4. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / за заг. ред. О.В. Овчарук. – К.: «К.І.С.», 2004. – 112 с.
5. Ларина Т. В. Англичане и русские: Язык, культура, коммуникация. – М.: Языки славянских культур, 2013. – 360 с.
6. Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка / Департамент по языковой политике. Страсбург; МГЛУ. – М.: Рема, 2005. – 247 с.
7. Пахомова Т.Г., Савицька Г.І. Глобалізація. Полілінгвізм. Двомовність. Черкаський обласний інститут післядипломної освіти пед. працівників. Черкаси: 2013. – 32 с.
8. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие. М.: Слово / Slovo, 2000. – 624 с.
9. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment (CEFR) [Електронний ресурс] // Council of Europe. Режим доступу: www.coe.int/lang-CEFR

Хоружий Г.Ф.,
доктор філософських наук,
професор Київського національного
торговельно-економічного університету

ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЦІННІСТЬ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СВІТУ

Сучасний глобалізований світ розвивається через суперечності в різних сферах життєдіяльності суспільства, перш за все, в економіці, політиці, міжнародних відносинах, культурі, освіті, у ставленні людини до природи, комунікації тощо. Глобалізація означає втягування усього світу у відкриту систему фінансово-економічних, суспільно-політичних та інформаційних технологій.

З одного боку, глобалізація відкриває значні можливості для поширення передових технологій, функціонування інформаційної мережі, доступу до нових ідей і знань, розвитку творчості та інновацій людей. Створюються сприятливі передумови для інтенсифікації економічного, наукового-технічного та культурного розвитку, підвищення якості життя. Посилюється міжнародна координація на базі уніфікованих підходів, принципів і правил, об'єднуються зусилля у вирішенні глобальних проблем. Людство прагне до поширення ідей гуманізму, демократії, громадянських прав. Таким чином, глобалізація як об'єктивний процес виходу продуктивних сил на якісно новий ступінь визначає облік нинішньої цивілізації.

Водночас ця тенденція вступає в суперечність з певними економічними, політичними та культурними інтересами різних країн і регіонів. Має місце глобальна нерівномірність економічного і соціального розвитку, посилення диспропорцій світової економіки. Відбувається технологічна диференціація, консервація технологічної і соціальної відсталості низки країн внаслідок їх неконкурентоспроможності і слабкості власної ресурсної бази. І при цьому занепадають неконкурентоспроможні виробництва, зростає безробіття, зумовлене структурними змінами і новими вимогами до робочої сили, загострюються соціальні проблеми. Поширюються міжнародні конфлікти, проявляється національна і релігійна нетерпимість, створюються глобальні мережі злочинного бізнесу і міжнародного тероризму.

Суттєвими характеристиками сучасності є руйнування традиційного способу життя, ціннісних орієнтацій, стандартизація національних культур,

певне розмивання національних утворень тощо. Проте ще значно раніше Карл Ясперс у своїй праці «Духовна ситуація часу»(1) писав, що технічні і економічні проблеми з часом стають планетарними і таким чином починається у процес «нівелювання». Таким чином, йдеться про втрату ідентичності, сутнісної характеристики як окремого індивіда, так і певних соціальних груп, суспільств і країн.

Ідентичність як цінність виражає ідею самосвідомості і тотожності, єдність, цілей, мотивів, фізіологічних і соціальних процесів та властивостей людини. В умовах досягнутої ідентичності з соціальними спільнотами індивід вступає в період практичної самореалізації і перетворюється в особистість. Тому однією з найважливіших проблем людини в глобалізованому світі є захист її ідентичності, дотримання сукупності певних характеристик, що визначають сутність як індивіда, так і певної соціальної групи. Йдеться про ознаки, які не тільки описують їх особливості, а й відрізняють від інших суб'єктів. Адже ідентичність базується як на тотожності, так і на розмежуванні. Як відомо, в різних культурах і суспільствах існує також ідентичність, що визначається усвідомленням виключності та неповторності.

На своєму життєвому шляху людині доводиться поєднувати та змінювати різні ідентичності, які характеризують і відрізняють кожного індивіда, вказують на певні його властивості та водночас визначають цілісність особистості. При цьому індивід повинен переживати, поєднувати і осмислювати досить різні ідентичності, які динамічно взаємодіють і змінюються. Оскільки з кожною ідентичністю пов'язані відповідні очікування, цінності, зразки діяльності і способи поведінки. Можна назвати різні функції, які виконує ідентичність у сучасному житті: саморозвитку, самооцінки, самопізнання, самоформування, мобільності, конкурентності тощо.

Таким чином, уявлення людини про себе розвиваються як через власні інтереси і потреби, так і через розмежування чи засвоєння певних цінностей. Рольф Ертер та Лео Монтада (2) вважають, що розвиток ідентичності людини базується на самопізнанні та самоформуванні. Однак ці процеси завжди залишаються елементами визнання з боку зовнішнього середовища. Отже, ідентичність характеризується двома вимірами: а) власним сприйняттям своєї унікальності і несхожості особистості; б) соціальним виміром, визнанням іншими людьми і навколишнім соціальним оточенням.

Суттєвим у визначенні ідентичності є її динамізм. У книзі «Соціологічний вимір ідентичності» Лотар Краппманн (3) розглядає поняття балансуєчої ідентичності, що у кожному випадку визначається

індивідуальним способом. Очевидно, що люди як і певні соціальні групи прагнуть зберегти або поліпшити свою позитивну ідентичність, яка виникає в результаті порівняння з іншими індивідами, відповідними групами, країнами тощо. Якщо таке порівняння виявляється негативним, то привабливішими стають інші економіки, товари, послуги чи політичні, культурні або інші цінності.

В умовах глобалізованого світу відбувається і тотальна конкуренція ідентичностей. Індикаторами економічної глобалізації виступають зростання світової торгівлі, розширення міжнародної кооперації підприємств, збільшення кількості глобальних гравців (транснаціональні концерни, корпорації), глобалізація фінансових ринків, нерівномірний розподіл світових ресурсів. Стрімкими темпами розвивається транспортне, зокрема авіаційне сполучення, комунікація та Інтернет.

Основоположні цінності глобальної економіки в сучасних умовах були сформульовані в так званому Глобальному договорі (Global Compact), що включає 10 принципів. Вони, зокрема, стосуються забезпечення прав людини, проголошених міжнародним співтовариством, трудових відносин, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Вважається, що співпраця всіх учасників глобального економічного процесу стане реальною, коли прагнення до реалізації легітимного власного інтересу кожного буде здійснюватись в етичних рамках усього світу, які будуть визнаватись справедливими і чесними. До цих принципів віднесені гуманність, послідовність, стабільність, повага, чесна співпраця і так зване «золоте правило», а також такі основні цінності як незастосування сили і повага до життя, справедливість та солідарність, правдивість і толерантність, взаємна повага та партнерство.

Суттєве значення для формування ідентичності мають цінності, що можуть визначатись як абстрактні концепти чи переконання, відноситись до цілей і служити керівними лініями життя та описувати значимість певних явищ, процесів, об'єктів. Психолог Шалом Шварц (4) створив загально визнану модель цінностей, що включає 10 типів: стимулювання, самовизначення, універсалізм, гуманізм, конформізм, традиція, безпека, влада, успіх і гедонізм. Дані цінності об'єднані в такі групи як відкритість до змін, збереження досягнутого, самозміцнення і самоподолання.

Однак у нас нерідко недооцінюється ідентифікація та самоідентифікація з економікою в цілому та окремим підприємством. Утім, як відомо, успіхи підприємства часто залежать від ідентифікації працівників з даною фірмою та її керівником. Оскільки, це позитивно впливає на мотивацію колективу, самовідчуття його членів, сприйняття цілей

підприємства як своїх власних. З іншого боку, люди повинні відчувати себе важливою частиною цілого, знати найбільші проекти і завдання, бачити свою роль та місце у їх виконанні.

Ідентифікація в економічній сфері, як відомо, має свої особливості і означає, зокрема, встановлення відповідності реального об'єкту, товару поданих на нього документації, назви тощо. Проте економічну ідентичність слід розглядати ширше, як поняття, що є близьким до філософії підприємництва, корпоративної культури, іміджу і стратегії підприємства. Ідентичність є результатом реалізації концепції управління, відносин з навколишнім соціальним середовищем – клієнтами, постачальниками, конкурентами і суспільством в цілому, а також співробітниками даної організації.

Почуття належності працівників до підприємства охоплює емоційний зв'язок, ідентифікацію з колективом і обов'язок перед роботодавцем, готовність до оптимальних результатів, що базується на емоційному, внутрішньому ставленні до підприємства. Ідентифікація зазвичай зв'язана з цінностями, нормами і цілями підприємства. Вона передбачає також позитивний досвід, здійснення очікувань, стабільні соціальні відносини, задоволення завданнями, цілями і процесами. Ідентичність включає і певний етичний зв'язок, що ґрунтується на моральній відповідальності перед підприємством, зумовлений індивідуальними ціннісними уявленнями або бажаннями. Сюди відноситься і відповідальність перед колегами, співробітниками чи клієнтами. Процес ідентифікації передбачає також певний вибір між даним підприємством та якимось іншим з урахуванням співвідношення позитивних та негативних характеристик. У свою чергу, це вимагає від менеджменту більших зусиль і кращої співпраці з різними підрозділами.

В умовах глобалізації необхідним є формування ідентичності національної економіки у міжнародному контексті. Так, наприклад, німецька економіка у визначення своєї ідентичності вкладає такі принципи як цілісний підхід, високу компетенцію в реалізації завдань і партнерську відповідальність за досягнення цілей. Підприємства ФРН намагаються постійно показувати, що вони пропонують певні ноу-хау, мають високі професійні знання і орієнтовану на практику управлінську компетентність, що становить основу їх успіхів. Німецька економіка прагне діяти гнучко та інноваційно, враховувати інтереси різних суб'єктів міжнародного економічного життя і тому успішно виступати у ролі посередників.

При цьому економіка ФРН послідовно керується принципами свого суспільства та інтересами країни, підтримує політику розвитку

Федерального уряду. Представники німецького бізнесу виступають радниками політиків, підтримують в країні та за її межами відповідні національні органи, які приймають політичні рішення. Підприємства добиваються своїх результатів з урахуванням інтересів партнерів, транспарентно, ефективно і дбайливо. Вони дбають також про децентралізацію своїх структур, міжкультурну компетенцію та високий професіоналізм. Німецька економіка презентує себе у світі як таку, яка працює з переконанням, що тільки єдність соціальної відповідальності, екологічного балансу, політичної участі і економічної ефективності уможливить наступним поколінням безпечне і гідне життя.

Розвиток виробництва в сучасних масштабах приводить до збільшення навантаження на навколишнє середовище. Глобалізація впливає також на екологічні стандарти, які в індустріальних країнах звичайно ж вищі ніж в так званих «порогових» країнах та в країнах, що розвиваються. Так, наприклад, країни, що вступають до Європейського Союзу, ідентифікують себе з тими державами, які мають вищі промислові стандарти і суворіше законодавство з питань захисту навколишнього середовища. У наслідку глобальні екологічні проблеми все більше охоплюються «глобальною свідомістю». На такі явища реагує і міжнародна політична система своїми спеціальними організаціями та міжнародним регулюванням і договорами. Оскільки багато екологічних проблем вже не можуть вирішуватись на державному рівні, тому виникає необхідність укладення різних союзів та об'єднань.

Конкретними наслідками екологічної глобалізації є енергетика та сировина, які виступають мотором розвитку світового господарства і водночас розглядаються найбільшою загрозою для навколишнього середовища. При цьому індустріальні країни більше дбають про ефективність використання енергії. Водночас «порогові» країни та країни, що розвиваються, де населення використовує лише обмежені обсяги енергії, ймовірно, суттєво збільшуватимуть її застосування і тим самим створюватимуть нові загрози. Все більше постає проблема заміни нинішніх технологій, пов'язаних з такими матеріалами як нафта і вугілля.

Певні проблеми виникають і в наслідку збільшення обсягів продовольства і руйнування екосистем, оскільки населення світу потребуватиме все більших виробничих площ. За деякими даними, необхідна для забезпечення нинішніх стандартів життя площа сільськогосподарських угідь вже нині суттєво перевищує наявні території. Про це все більше говорять і різні екологічні групи, які активно критикують руйнування навколишнього середовища.

Все більші загрози виникають і з питною водою, якої на даний час вважається достатнім для 92 процентів населення світу. Утім, за прогнозами фахівців, у 2050 році питною водою будуть забезпечені лише 60% жителів планети. З огляду на ці та інші проблеми навколишнього середовища на різних міжнародних конференціях все частіше складається спільне бачення ситуації. Проте це далеко не завжди підкріплюється необхідними практичними заходами.

З наслідків економічної глобалізації виростає глобалізація політики. Її зовнішніми ознаками виступають, зокрема, збільшення кількості угод, укладених між різними країнами, розширення взаємодії міжнародних організацій і більша відкритість у торговельно-економічній співпраці тощо. Політичними вимірами глобалізації вважаються ущільнення міжнародних стосунків, посилення взаємозалежності суб'єктів міжнародних відносин, інтенсифікація співробітництва, включаючи підвищення рівня та частоти взаємодії, співпраця країн на міждержавній базі, співробітництво національних держав на наднаціональному рівні.

Транснаціональні концерни в економіці за своїм обсягом і впливом вже давно домінують над економіками малих держав та деяких країн, що розвиваються. Набувають все більшого поширення різні торговельні переплетіння, відбувається глобалізація міжнародних фінансових ринків. Окремо взяті країни вже не можуть самостійно захищати свої інтереси, що змушує їх до створення військових союзів.

Політична глобалізація відбувається на трьох рівнях: міжнародні угоди, міжнародні організації і міжнародна громадськість. Важливим елементом є міжнародне судочинство, де найважливішим виступає Гаазька Конвенція №12 від 1961 року. В результаті все більшої взаємодії суспільств зростають претензії до міжнародної співпраці і міжнародних організацій з боку окремих держав.

Глобалізація приносить з собою також нові проблеми політики безпеки, кримінальності, примушуючи певні країни до взаємодії у поліцейській сфері. За умов певного впливу глобалізації на політику виникає питання щодо того, чи є сучасні уряди реальними представниками того чи іншого народу. У центрі політичної діяльності є й міжнародна конкуренція в економічній сфері. У цьому контексті постає питання щодо призупинення концернами процесу зменшення кількості робочих місць. Актуальною проблемою є залежність політичних рішень від крупного капіталу як міжнародного, так і національного. Серйозним питанням є пропозиція щодо створення глобальних політичних структур, які б в подальшому протидіяли безпековим викликам.

Таким чином, багато проблем глобалізованого світу можуть вирішуватись різними суб'єктами національної та міжнародної політики, керуючись політичною ідентичністю. На думку Яновської О. М., вона є «сукупністю соціальних установок індивіда щодо себе як суб'єкта здійснюваних соціальних взаємодій», ототожненням суб'єктом політичного процесу себе з відповідною політичною позицією. Формування політичної ідентичності автор розглядає як процес політичної соціалізації, що відбувається під впливом психологічної діяльності суб'єктів, системи цінностей і стереотипів та специфікою політичної позиції (5).

В контексті глобалізаційних процесів актуальним є й захист національної ідентичності, яку можна розглядати як сукупність переконань, способів поведінки та емоційних станів індивідів і груп, що об'єднують націю. Нація визначається також через бажання жити разом і оцінюється як «вольова нація», що з часом стає культурою-нацією. Актуальність національної ідентичності пояснюють і тим, що нації є міцнішим утвореннями ніж держави. Кожна країна має свої особливості формування національної ідентичності. Її скріплюють також усвідомлення та відчуття спільності, які водночас відмежовують дану спільноту від інших груп людей. Зміцненню національної ідентичності сприяє також конституційний патріотизм, що базується на певних політичних, правових і моральних цінностях і певною мірою протистоїть етнічному патріотизму. Якщо увага акцентується на особливостях певної нації, що при цьому протиставляються іншим націям і використовуються з метою досягнення якихось зовнішньо-політичних інтересів, ідентифікація з відповідною нацією може перетворитися у націоналізм. При цьому виникають міжнаціональні суперечності та конфлікти.

Особливо в складній ситуації в глобалізованому світі перебувають країни, що розвиваються і характеризуються політичною нестабільністю, неефективною правовою безпекою недостатньою інфраструктурою і до цього при невисоких зарплатах вони не можуть залучати іноземні інвестиції. Така ситуація не сприяє формуванню позитивної внутрішньої та зовнішньої ідентичності.

Оскільки національна ідентичність часто спирається на спільні цінності, то вона розглядається як культурний, а не політичний феномен. Крім цього, низка націй мають сильну ідентичність, але не мають своїх держав, як, наприклад, баски, цигани, франкомовні жителі Канади та інші. Таким чином, нації та національні ідентичності інколи існують і без відповідних державних утворень, однак можуть виступати базою для виникнення націоналістичних рухів. Так, у XVIII-XIX століттях на основі національної ідентичності виникали націоналізм і національні держави.

Схожою була ситуація в колишній Югославії, розпад якої в 1990-х роках був прискорений різними національними ідентичностями. Суттєві відмінності в національних ідентичностях СРСР значною мірою зумовили й розпад Радянського Союзу.

Національна ідентичність вказує на масштаб особистісного зв'язку людини з нацією та на результат процесів соціального самовизначення. В прембулі проекту Конституції Європейського Союзу, що як відомо не була прийнята, зазначалось, що «всі народи Європи пишаються своєю національною ідентичністю та історією». Сучасні держави нового часу довго знаходили в національній ідентичності свою легітимацію. Проте в ХХ столітті національна ідея здавалась відсунутою на узбіччя історичного процесу. Утім, розпад соціалістичної системи і утворення нових суверенних держав суттєво оживили національну ідею. І при цьому йдеться не тільки про колишні радянські республіки та соціалістичні країни, а й про держави «старої Європи». Саме цим пояснюють провал з голосуванням конституційного договору Європейського Союзу. Водночас європейська ідентичність не ставить під сумнів національну ідентичність країн-членів Євросоюзу.

Важливою складовою глобалізаційних процесів виступає культурна глобалізація, що значною мірою визначає життя сучасного суспільства. Глобалізація певним чином впливає на розподіл культур у світі. Саме процеси глобалізації упродовж останніх десятиліть визначали, наприклад, стиль харчування, проведення часу, моральні уявлення, способи поведінки в різних країнах чи континентах тощо. Особливу роль відіграють засоби масової інформації, що сприяють переосмисленню життя сучасними суспільствами. Важливим є також масовий туризм, особливо у віддалені країни та регіони світу.

Під культурною ідентичністю розуміють належність індивідумів та соціальних груп до певних культурних колективів. Дане явище включає мову, релігію, націю, ціннісні орієнтації, традиції, звичаї тощо. Культурна ідентичність виникає з дискурсивної конструкції «свого», що протиставляється «іншому». Політолог Томас Майер запропонував модель, що показує як культурні ідентичності відрізняються структурно одна від іншої і як вони досліджуються на емпіричному рівні. Він розрізняє такі три «основні цивілізаційні стилі» (6):

- традиціоналізм, що прагне захистити від змін культурні та соціальні традиції;
- модернізація або лібералізм, який намагається протиставити традиціям індивідуалізм, секуляризм, раціоналізм та плюралізм;

- фундаменталізм, який радикалізує захисну позицію традиціоналізму і перетворює у відкриту боротьбу проти модернізації.

Отже, в результаті зростаючої мобільності, зумовленої процесами глобалізації, відбуваються зміни в культурі та суспільстві, що зумовлюють їх багатоманітність, а, з іншого боку, місцеве населення намагається витіснити негативні наслідки глобалізації. Актуальним є питання взаємозв'язку освіти і глобалізації, що розглядається з різних точок зору. З одного боку, ведуться дискусії щодо дерегуляції і введення ринкових механізмів та нових форм оподаткування у сфері освіти як наслідок глобалізації. Тут йдеться також про конкуренцію пропозицій освітніх послуг, щоб освіта все більше з публічного блага перетворювалась у приватну послугу. Ведуть також дискусії щодо педагогічного осмислення феномену глобалізації. Концепт глобального навчання охоплює різні дискурси щодо глобальних питань і заохочує критичний аналіз глобалізації. Все активніше обговорюється питання компетенцій та навичок XXI століття.

На діяльність вищих навчальних закладів все більше впливає конкуренція у світі. Отже, нинішнім університетам упродовж найближчих десятиліть доведеться по-новому формувати свої профілі і концепції, щоб зайняти гідне місце у світовому рейтингу. Особливо слід враховувати технологічний прогрес, розширення ринків знань та ринків освітніх послуг. Реакцією на глобалізаційні процеси стало посилення регіоналізації та посилення напруженості на глобальному рівні. З одного боку, в розвинутих країнах зростає потреба у фахівцях вищої кваліфікації, що зумовлено посиленням колишніх порогових країн.

З іншого ж боку окремі країни демонструють свої переваги в наукових дослідженнях і розвитку. Вони позиціонують себе як лідери у розвитку науки і досліджень у світовому змаганні, показують і кращі умови для діяльності вчених. За таких умов зростає значення експорту та імпорту наукових кадрів, а також привабливість різних освітніх пропозицій, включаючи сучасний зміст та методи, якість викладання і навчання, тривалість і витрати на навчання.

За деякими прогнозами, можливими видаються два сценарії культурної глобалізації.

По-перше, в поширеній картині глобального сплаву культур окремі самостійні суспільства наповнюються поширеними товарами і засобами масової інформації. І оскільки більшість глобальних благ та ідей мають західне походження, то глобалізацію інколи називають «американізацією» або «вестернізацією».

Друга версія також дає апокаліптичну версію майбутнього, в якому світ бачиться в культурній фрагментизації та міжкультурних конфліктах. Відповідь на гомогенізацію багатьом бачиться в протидії чужим впливам і втечею до пережитої етнічної свідомості. Утім, процес культурних змін не видається таким однозначним. Він виглядає досить складним і діалектично суперечливим, оскільки включає як гомогенізацію так і диференціацію, конфлікти та змішування культур, глобалізацію і локалізацію, які не виключають одне одного. При цьому культурні особливості в результаті певного уособлення локальних способів життя набувають гостріших контурів на фоні глобальних структур.

Сценарій гомогенізації виходить з того, що поширення впливу західних структур і споживання імпортованих благ вже діють відповідним чином. В цих умовах люди нібито все більше піддаються чужим впливам і звичкам героїв американських кіно серіалів. Проте люди і держави різним способом реагують на чужі впливи: чинити спротив або трансформувати їх.

Особливо важливою в умовах глобалізації є мова як у контексті формування ідентичності, так і її функціонування. Так, наприклад, Георг Герберт Мід виходить з того, що дух (MIND) та ідентичність (SELF) виникають в ситуаціях суспільної взаємодії через мову. Ідентичність, на його думку, розвивається з часом, а не виникає при народженні. Тобто з'являється в суспільному процесі набуття досвіду та діяльності, в якому індивід виступає результатом своїх відносин в цьому процесі (7).

На думку соціолога Лотара Краппманна, ідентичність передається через мову і в кожній ситуації формується через комунікацію індивідів. Це також зумовлює гнучкість ідентичностей в різних ситуаціях. Оскільки люди як партнери, використовуючи мову, обмінюються з допомогою жестів і міміки своїми планами, намірами, бажаннями і потребами. Мова, як він вважає, виконує в процесі взаємодії три функції, які уможливають виникнення ідентичності.

По-перше, мова повина бути здатною «перекласти» своєму візаві особливі очікування різних партнерів по комунікації.

По-друге, з допомогою цієї «розмовної» мови повинно бути можливим знаходити вирішення проблем. Тобто вона мусить мати відповідний, диференційований апарат.

По-третє, необхідною функцією є також передача «надлишкової» інформації, тобто ставлення комунікатора до змісту повідомлення.

Відомо, що в міжнародному масштабі домінує ділова (економічна) англійська мова, використання якої розширюється. Вона відповідно займає в багатьох країнах все вищий статус «другої» мови, охоплюючи і систему освіти. Тут слід також враховувати використання різних англомовних

термінів, що з'являються разом з новими предметами, явищами і поняттями. Утім, якщо мати на увазі Україну, то наше використання англійської мови в міжнародних ділових стосунках є обмеженим, попри те, що саме вона відкриває широкі можливості для співробітництва з багатьма країнами.

Утім, російська мова, якою можна знайти всього 0,1 відсотка світової інформації, досить успішно конкурує з нашою державною мовою і часто домінує у вітчизняному економічному просторі. При цьому варто пам'ятати, що мова іншої країни означає не просто інший погляд на економічні процеси, а й просування певних бізнесових інтересів. Це пояснюється тим, що мова є неодмінно осмисленою, оскільки у цьому, власне, й полягає її основна функція.

У одному випадку, йдеться про мислення як беззвучну мову. Ще Платон називав мислення мовленням, тобто «внутрішньою розмовою душі самої з собою». І коли душа думає, то вона більше нічого не робить, крім того, що говорить. Схожу думку висловлював і Арістотель, який розглядав мислення як здатність «радитись з собою». З іншого боку, висувається думка про те, що мислення і мова мають різне походження і являють собою різні сутності. Водночас, досить поширеною є точка зору, що між мисленням і мовленням існує єдність, але не тотожність.

За умови виконання мовою цих трьох функцій, коли в процесі комунікації щоразу виникає нова ситуація і індивід має завдання балансувати різні ідентичності. Таким чином, глобалізація зачіпає також комунікацію, яку в деяких соціальних верствах населення називають «планетарною свідомістю».

Сучасні лінгвісти прогнозують, що до кінця нинішнього століття виживуть близько 10 відсотків з більш як 6500 існуючих мов, якими нині розмовляють у світі. Висловлюються думки, що англійську мову може чекати доля латинської мови, якою свого часу користувалися 50 млн. осіб. Проте з II століття вони почали користуватися французькою, італійською, іспанською, португальською і румунською та певними діалектами.

Висновки.

Поняттям «глобалізація» здебільшого позначають процес міжнародної взаємодії, що охоплює індивідів, суспільства, різні інституції та держави. Водночас глобалізація породжує очевидні загрози і ризики. Посилюється розрив між товарними і фінансовими ринками, загроза глобальних криз. Відбувається транснаціоналізація екологічних, економічних і технологічних проблем. Вказується й на обмеження можливостей відсталих країн, самостійно і ефективно розвиватись і долати соціальні проблеми.

Ідентичність формується у процесі самовизначення і водночас базуються на зовнішніх ознаках особи, на поведінці в суспільстві і на соціальних ролях.

Водночас дуже важливі завдання постають у плані ідентифікації з економікою своєї країни та визнання її у світовому масштабі. Серйозною проблемою глобалізованого світу є те, що багато національних держав не можуть самостійно вирішувати наднаціональні проблеми, що вимагає подальшої співпраці держав. Глобалізація з точки зору культурної перспективи виступає як диференційований процес, у якому виникають нові культурні форми і способи життя. Через вплив певних товарів та ідей змінюються локальні культури і виникають їх нові комбінації, стираються межі між своїм і чужим, виникають нові змішування. Культурне розмаїття людей бере свій початок в їх специфічних історичних умовах. Сучасний світ певною мірою називають мозаїкою, складеною з різних культур. Тому ідентифікація у різних її вимірах служить консолідації різних суспільств, зміцненню національних держав і політичних систем, підвищенню конкурентоспроможності економік, культур та систем освіти.

Література

1. Karl Jaspers. Die geistige Situation der Zeit. Berlin; New York, de Gruyter; 1999.
2. Rolf Oerter und Leo Montada. Entwicklungspsychologie. Beltz Psychologie Verlag (Weinheim), 2002.
3. Lothar Krappmann. Soziologische Dimensionen der Identität : Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen, Stuttgart : Klett, 1993.
4. Schwartz, S. H. (2015). Basic individual values: Sources and consequences. In D. Sander and T. Brosch (Eds.), Handbook of value. Oxford: UK, Oxford University Press.
5. Яновська О. М. Політична ідентичність населення України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.usnauka.com/15_APSN_2011/Politologia/10_87746.doc.htm
6. Identitätspolitik. Vom Missbrauch kultureller Unterschiede – Frankfurt am Main, 2002
7. George Herbert Mead. Geist, Identität und Gesellschaft, 1998, S. 177.

Хромей В.В.,
канд. юрид. наук, старший викладач кафедри
загальноправових дисциплін Київського національного
торговельно-економічного університету

ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ КОНСТИТУЦІЙНОГО ПРАВА НА ПРАЦЮ В УКРАЇНІ

Розглядаються особливості становлення та розвитку права людини на працю в різні періоди українського конституціоналізму та його значення для формування сучасного змісту конституційного права людини на працю. Особливу увагу приділено на розвиток конституційного права на працю в імперській період, період національно визвольних змагань в Україні у 1917-1921 роках, радянські часи і період незалежності України.

Постановка проблеми. Конституційне право людини на працю – це одне з важливих соціально-економічних прав людини і громадянина, гарантоване Конституцією України і міжнародно-правовими актами та законами України, що дозволяє кожному заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується. Утвердження та забезпечення цього права є обов'язком держави. Від належної реалізації цього права залежить і забезпечення інших конституційних прав, таких як: право на життя, право на соціальний захист, право на житло, право на охорону здоров'я, медичну допомогу і медичне страхування, право на освіту та ін.

Право людини на працю є складним правовим явищем, яке перебуває у тісному зв'язку з розвитком суспільства і держави та пов'язано з правовим становищем людини в конкретний історичний період. Конституційне право людини на працю не є сталим явищем, воно перебуває в постійному розвитку і тому потребує наукового дослідження не тільки в реальному вимірі, але і в ретроспективному аспекті. Не знаючи і не усвідомлюючи історичні, політичні і соціальні особливості його розвитку не можливо пропонувати якісь шляхи вдосконалення реалізації конституційного права на працю та його гарантій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий вклад в дослідження проблеми становлення та розвитку конституційного права

людини на працю внесли Шевченко О.О., Болотіна Н.Б., Мироненко О.О. та ін., але в цілому питання потребує додаткового дослідження.

Метою статті є дослідження особливостей становлення та розвитку права людини на працю на території України в різні періоди українського конституціоналізму та їх значення для формування сучасного змісту конституційного права людини на працю.

Методи дослідження. У статті застосовано сукупність підходів і методів, зокрема, історичний, системний та формально-юридичний, що дало змогу реалізувати концептуальну єдність наукового дослідження.

Результати дослідження. Досліджувати проблему права людини на працю вперше розпочали європейські вчені ще в 17-18 ст., насамперед це Гуго Гроцій, Шарль Монтеск'є, Жан-Жак Руссо, Шарль Фур'є. Сутність їхніх поглядів полягала у тому, що людина є вільною і наділена невід'ємними природними правами. Одним із таких природних прав вони вважали є право на працю, яке працівник реалізовує на добровільній основі. На той час, їх погляди були передовими оскільки у Європі панували феодальні порядки, і в основному використовувалася праця економічно залежних селян. Шарль Фур'є писав: «ми втратили цілі століття на дріб'язкові дискусії про права людини, але зовсім не думали про визнання самого істотного права, як права на працю, без якого всі інші перетворюються в нуль» [1, с. 15].

В часи буржуазної революції у Франції, вперше, в законодавчому акті в якому закріплювались основні права людини і громадянина було закріплено і право на працю. Зокрема, у статті 6 Декларації прав людини і громадянина (1789 р.) було проголошено «Закон є вираженням загальної волі. Усі громадяни мають право брати участь особисто або через своїх представників у його створенні. Він повинен бути рівним для всіх, як у тих випадках, коли він захищає, так і в тих випадках, коли він карає. Усім громадянам із-за їх рівності перед законом відкрито в однаковій мірі доступ до усіх суспільних посад, місць і служб за їх здібностями і без будь-якої іншої різниці, окрім тієї, що обумовлена їх здібностями» [2, с. 138].

На становлення та розвиток права людини на працю великий вплив мали деякі обставини:

1. Промисловий переворот в Європі на межі XVIII – XIX ст. В науково-історичному словнику дається таке визначення промислового перевороту – система економічних і соціально-політичних змін, що викликала технічне переозброєння промисловості, повсюдний перехід від ручної праці до машинного виробництва, впровадження різних двигунів і

передових технологій; перехід від мануфактурної до крупної машинної індустрії. Соціальні наслідки – поява двох нових соціальних верств – вільнонайманих робітників і буржуазії. Початок промислового перевороту – винахід і застосування робочих машин, а завершення – виробництво машин машинами, тобто, розвиток машинного виробництва [3, с. 324].

На нашу думку, промисловий переворот був одним з найважливіших явищ в історії розвитку людства, що вплинув на індустріалізацію промисловості, виникнення великих міст, появу нових класів і соціальних груп, на політичний, правовий і культурний розвиток суспільства і безумовно сприяв утвердженню права людини на працю і подальшому його закріпленню в конституційних актах.

2. Буржуазно–демократичні революції 1848-1849 рр., які в науковій літературі прийнято називати «Весна народів» – загальне найменування революційних рухів, що виявилися у формі непокори влади, збройних повстаннях, декларування нової державності в європейських країнах у середині XIX століття. Ці події носили антифеодальний і національно-визвольний характер. Учасники виступів декларували вимоги демократизації суспільного життя, економічної свободи, закріплення і гарантування основних прав людини і громадянина. Ці революційні рухи охопили Францію, Пруссію, Австрію, у тому числі території України, які в XIX ст. входила до складу Австрійської Імперії. Як результат на території України (Галичині, Закарпатті і Буковині) було скасовано кріпосне право, українці отримали особисту свободу, в тому числі вільно реалізовувати свої здібності до праці, тобто могли бути найманими працівниками, які за свою працю отримували винагороду.

3. Виникнення робітничих рухів та їх вплив на розвиток трудових прав працівників у другій половині XIX ст. В широкому сенсі, робітничий рух – соціальні масові рухи найманих робітників та їх сімей в країнах з розвинутою промисловістю з метою досягнення емансипації робітничого класу або якого-небудь конкретного поліпшення умов життя і праці, особливо, шляхом боротьби за прийняття законів, що регулюють трудові відносини. До цього визначення можна віднести також громадянські заворушення, акції протесту, стихійні страйки, неорганізовану діяльність, як засіб економічної чи політичної боротьби з власниками підприємств та діючою владою.

Розвиток права людини на працю в Україні пройшов кілька етапів. Перший етап – імперський, коли територія сучасної України входила до складу Австро-Угорської та Російської імперій. Другий – це період

національно визвольних змагань в Україні у 1917-1921 роках. Третій етап – радянська доба, і четвертий – період незалежності України.

Кожен з цих періодів мав важливе значення для розвитку конституційного права на працю в Україні. Науковий інтерес до питання становлення і розвитку права людини на працю дозволить нам краще зрозуміти його сутність та перспективи подальшого розвитку.

Під тиском буржуазно-демократичних і соціалістичних рухів в Європі, які боролись з безправним становищем працюючих; з проявами жорстокої експлуатації; важкими і небезпечними умовами праці що призводили до великого рівня каліцтв; використанням дітей на виробництві; низькою оплатою праці і відсутності будь-якого соціального захисту відбувається поступове врегулювання цих проблем на конституційно-правовому рівні. Законодавче закріплення трудових прав працівників відбулося в 2 половині 19 століття. На українських територіях Австрійської Імперії (з 1867 р. Австро-Угорська Імперія) це було пов'язано із революційними подіями 1848-1849 років. І хоча буржуазно-демократична революція в Австрії зазнала поразки, однак правляча династія та аристократія були змушені піти на певні поступки демократичній буржуазії та працюючим.

Вперше, на території України право на працю було закріплено в Конституції Австро-Угорської Імперії, яка була затверджена 21 грудня 1867 року Імператором Францем Йосифом I. Конституція складалася з п'яти Основних державних законів і закону про представництво. В статті 18 Основного державного закону Австро-Угорської монархії «Про загальні права громадян королівств і земель представлених в Рейхстазі» було проголошено: «Кожен має право вільно вибирати собі професію і навчатися їй, будь-де і так, як він забажає»[4]. Як вбачається, кожен громадянин Імперії міг вільно обирати собі будь-яку професію, незалежно від соціального погодження (дворянин, міщанин чи селянин), сповідання релігії чи національності. Головним фактором, який міг впливати на вибір професії і роду занять були матеріальні можливості для здобуття освіти. Цей закон діяв на території Західної України до кінця 1918 року, тобто до припинення існування Австро-Угорщини. Хоча право на працю і свобода праці були закріплені конституційно, становище працівників на українських землях колишньої Австро-Угорської імперії залишалося важким [5, с. 462].

На українських землях, які входили до складу Російської Імперії конституційне право на працю не було закріплене, оскільки, Російська

держава була самодержавною, влада Імператора фактично була необмежено, тому конституції не існувало. Однак, окремі трудові права на працю були закріплені в деяких законах, які отримали назву фабричного законодавства. Так, у 1913 році був прийнятий «Статут про виробничу працю», в якому у статті 42 Глави 1 «Про наймання робітників на фабрично-заводські, гірничі і гірничозаводські підприємства» розділу 2 «Про умови праці на промислових підприємствах» було закріплено таке: Наймання робітників у фабрично-заводських, гірських і гірничозаводських підприємствах (за винятком вироблених на гірських заводах робіт по рубці лісу, випалюванню вугілля, сплаву караванів і перевезенням різного роду) вчиняється на підставі загальних постанов про особистий найм з доповненнями, викладеними в нижченаведених статтях. У статті 46 Цєї ж Глави закріплено, що при наймі заміжніх жінок та осіб неповнолітніх, які мають окремий вид на проживання, не потрібно особливого дозволу батьків, опікунів або чоловіків. У статті 55 Статуту зазначалося: «робітник, який не отримав в строк належної йому плати не з власної вини, має право вимагати у судовому порядку розірвання укладеного з ним договору. По заявленому на цій підставі протягом місяця позовом робітника, якщо прохання його буде визнана поважною, на його користь присуджується понад належної йому власником підприємства суми особливу винагороду у розмірі, що не перевищує: при терміновому договорі – двомісячного його заробітку, і при договорі на строк невизначений – двотижневого заробітку» [6, с. 35]. Як вбачаємо, не дивлячись на те, що Російська Імперія була самодержавною, право на працю, на належні умови праці були закріплені на найвищому рівні. А робітники могли розривати договори найму з роботодавцями у разі порушення їх прав. І звертатися до суду за захистом у разі не належної оплати праці.

Новий поштовх до розвитку конституційного права людини на працю дали революційні події в березні 1917 року в Російській імперії, що призвели до відновлення української державності у вигляді Української Народної Республіки (УНР) та Української Держави (Гетьманату). 7 листопада 1917 року Українська Центральна Рада прийняла III Універсал яким була утворена Українська Народна Республіка. III Універсал хоча і не закріплював право на працю, однак обмежив максимальну тривалість робочого часу, що було однією з головних вимог працівників. Універсалом проголошувалося: «На території Народної Республіки України від сього дня встановлюється по всіх підприємствах вісім годин праці» [7]. У проєкті Основного Державного Закону Української Народної Республіки (проєкт

Урядової Комісії по виробленню Конституції Української Держави) 1920 року в Артикулі 29 було проголошено «Кожен громадянин має право вільного вибору професії та заробітку; обмеження в тім напрямі можна допустити тільки шляхом закону» [8]. Враховуючи те, що Українська Народна Республіка в результаті національно визвольних змагань була знищена, ці положення так і не були реалізовані.

На зміну Українській Народній Республіці прийшла Українська Держава Гетьмана Павла Скоропадського. 29 квітня 1918 року були затвердженні Закони про тимчасовий державний устрій України. Ці закони виконували функції Конституції гетьманської держави. У розділі про Права і обов'язки Українських Козаків і Громадян в пункті 18 було проголошено «Кожний український козак і громадянин має право вільно вибирати місце мешкання і працю, придбати і відчужити майно і без заборони виїжджати за кордон Української Держави» [9]. Як бачимо, на відміну від діячів Української Народної Республіки, Гетьман П. Скоропадський одразу закріпив право на працю, як одне із невід'ємних прав громадян своєї держави.

Новий поштовх розвитку права на працю відбувся у результаті встановлення радянської влади в Україні. Так, в першій Конституції Радянської України 1919 р. у статті 28 проголошувалося: «У.С.Р.Р. визнає працю обов'язком усіх трудящих Республіки і проголошує гасло: «Не трудящий нехай не їсть» [10]. Як вбачаємо, права на працю не було, а був обов'язок кожного працювати, а хто відмовлявся працювати, то фактично не мав права на засоби до існування.

15 травня 1929 року була прийнята нова Конституція УСРР. В статті 14 якої було закріплено: «Українська соціалістична радянська республіка визнає працю за обов'язок для всіх громадян Республіки» [11]. Як вбачаємо, був збережений «обов'язок працювати» для громадян УСРР, але на відміну від Конституції 1919 року формулювання менш революційне, і юридично виважене.

У 1937 році була прийнята нова конституція УРСР, в статті 12 проголошувалося: праця в Українській РСР є обов'язком і справою честі кожного здатного до праці громадянина за принципом: «хто не працює, той не їсть». В Українській РСР здійснюється принцип соціалізму: «від кожного за його здібністю, кожному – за його працею» [12].

Ці положення статей Конституцій 1919 р., 1929 р., 1937 р. мали не просто декларативний характер. Для осіб, які на думку радянської влади ухилялися від обов'язку працювати наступала юридична відповідальність.

У четвертій Конституції УРСР прийнятій 20 квітня 1978 року в статті 38 Конституції проголошувалося: Громадяни Української РСР мають право на працю, – тобто на одержання гарантованої роботи з оплатою праці відповідно до її кількості та якості і не нижче встановленого державою мінімального розміру, – включаючи право на вибір професії, роду занять і роботи відповідно до покликання, здібностей, професійної підготовки, освіти та з урахуванням суспільних потреб. Це право забезпечується соціалістичною системою господарства, неухильним зростанням продуктивних сил, безплатним професійним навчанням, підвищенням трудової кваліфікації і навчанням нових спеціальностей, розвитком систем професійної орієнтації і працевлаштування [13]. Як вбачається, реально в УРСР, існувала не свобода праці, а обов'язок працювати. А особи які не працювали могли притягуватись відповідними органами до різних видів відповідальності.

Дослідивши конституції УРСР можна дійти висновку, що право на працю мало декларативний характер, не могло бути вільно реалізовано громадянами. Право на працю в УРСР було лише прикриттям для нав'язування державно-номенклатурним апаратом тієї діяльності, яка вважалася державою як суспільно корисна. І далеко не завжди відображала потреби реального суспільного життя.

28 червня 1996 Верховна Рада України від імені Українського народу прийняла Конституцію – Основний Закон України. В статті 43 проголошено право на працю, яке увібрало в свій зміст історичну традицію, наукову практику, а також відповідає основним міжнародним актам про працю. Частина перша статті 43 Конституції України проголошує: «кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується» [14]. Закріплення цих положень у Конституції Незалежної України підкреслило новий етап у розвитку конституційного права людини на працю. В основу його було закладено принцип свободи праці, а держава залишила за собою бути гарантом того, що кожен зможе вільно обирати собі професію і рід трудової діяльності.

Висновки:

1. Значний вплив на становлення і розвиток права людини на працю, що зумовило відповідну потребу у регулюванні цього права на рівні конституційних та відповідних законів, мали наступні обставини: промисловий переворот в Європі у першій половині XIX століття; буржуазно-демократичні революції відомі у науковій літературі під

терміном «Весна народів» у 1848 – 1849 рр.; виникнення робітничих рухів та професійних об'єднань громадян у другій половині XIX століття.

2. Генезис становлення права людини на працю на території України пройшов кілька етапів свого розвитку, а саме: а) імперський період, коли Україна перебувала у складі Російської та Австро-Угорської імперій (друга пол. XIX ст. – поч. XX ст.); б) період національно-визвольних змагань 1917-1921-х років, в добу існування Української Народної Республіки та Української Держави Гетьмана П.Скоропадського; в) період існування Української Радянської Соціалістичної Республіки у складі СРСР в 1917-1991 роках; г) період незалежності української держави.

3. Тільки в часи незалежності Української держави право на працю було закріплено в Конституції України 1996 року, як свободу праці, свободу вільного вибору професії і роду трудової діяльності, що є ознакою демократичної, соціальної, правової держави та основою формування громадянського суспільства в Україні, як – фундаментальне право людини, визнане і гарантоване державою.

Література

1. Фурье Ш. Избранные сочинения / Ш. Фурье. – Москва: Изд-во АН СССР, 1954. – 17 с. – (Т. 3.).
2. Шевченко О. О. Історія держави і права зарубіжних країн: Хрестоматія для студентів юрид. Вузів та факультетів / О. О. Шевченко. – Київ: Вентурі, 1998. – 176 с.
3. Орлов А. С. Исторический словарь / А. С. Орлов, Н. Г. Георгиева, В. А. Георгиев. – Москва, 2012. – 413 с.
4. Основной государственный закон Австро-Венгерской Монархии о всеобщих правах граждан королевств и земель, представленных в Рейхсрате 21 декабря 1867 г. / Западное направление Украины (Украинское национальное право) [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://westukraine.ru/?p=498>
5. Крупчан С. Новий довідник: Історія України / С. Крупчан, Т. Крупчан, О. Іванюк. – Київ: ТОВ «Казка», 2006. – 736 с.
6. Громан В. В. Устав о промышленном труде. С правилами и распоряжениями, изданными на основании этих статей, с разъяснениями к ним Правительствующего Сената и административных установлений, приложениями и указаниями, предметным и сравнительным

постатейным / В. В. Громан. – Петроград: Изд. юрид. кн. склада «Право» 1915. – 439 с.

7. III Універсал Української Центральної Ради // Офіційний портал Верховної Ради України від 7 листопада 1917 р. [Електронний ресурс]. – 1917. – Режим доступу : <http://static.rada.gov.ua/site/const/universal-3.html>
8. Основний Державний Закон Української Народної Республіки (проект Урядової Комісії по виробленню Конституції Української Держави) [Електронний ресурс] // Конституанта. – 1920. – Режим доступу : http://constituanta.-blogspot.com/2012/10/1920_22.html.
9. Закони про тимчасовий державний устрій України // Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – 1918. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/n0004300-18>.
10. Конституция украинской социалистической советской республики 1919 г. // Конституанта. – 1919. – Режим доступу : <http://конституция.org.ua/-istoriya-konstitucii-ukraini/kostituciya-ursr-1919-g/tekst-konstitucii-ursr-1919-g/>.
11. О.М.Мироненко. Конституція української соціалістичної радянської республіки 1929 [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України: Т. 5: Кон – Кю / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. – К.: В-во «Наукова думка», 2008. – 568 с.: іл. – Режим доступу : http://www.history.org.ua/?termin=Konstitutsiya_Usr_1929
12. Конституція (Основний Закон) Української Радянської Соціалістичної Республіки 1937 [Електронний ресурс]. – 1937. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/001_001.
13. Конституція (Основний Закон) Української РСР 1978 // Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – 1978. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/888-09>.
14. Конституція України від 28.06.1996 року // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141

Шарабурина О.О.,
старший викладач, Київський національний
торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Сьогодні стратегія і тактика соціально-економічного розвитку України як європейської держави обумовлена тим, що наша держава розвивається в часи активної, динамічної інтелектуальної діяльності. Світовий досвід соціально-економічного розвитку багатьох країн свідчить про те, що успішний прогрес можливий лише за умови високого рівня інтелектуальної діяльності, розвитку будь-яких форм творчості та їх державної підтримки, всілякого сприяння та заохочення.

Відповідно до стратегії розвитку, Україна обрала пріоритетним напрямом зовнішньої політики інтеграцію до Європейського Союзу (далі – ЄС), що має забезпечити розвиток політичної, підприємницької, соціальної, культурної активності громадян України. Підписання Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, зробило європейські ринки більш доступними та відкритими для української продукції. Однак, прагнення України бути не лише асоційованим, а й повноправним членом ЄС вимагає проведення послідовного ряду реформ та адаптації українського законодавства до законодавства ЄС. Курс на інтеграцію до ЄС потребує забезпечення захисту, зокрема, прав на об'єкти інтелектуальної власності на рівні, який є в економічно розвинених країнах.

Інтелектуальна власність виступає однією з найважливіших складових економічного, наукового, виробничого потенціалу країни. Статтею 157 Угоди про асоціацію визначена мета закріплення положень, які регулюють інтелектуальну власність: спрощення створення і комерційного використання інноваційних продуктів та продуктів творчої діяльності на території Сторін; ідосягнення належного та ефективного рівня охорони і захисту прав інтелектуальної власності[1].

Реалізація міжнародних зобов'язань України вимагає розробки нових правових норм з метою удосконалення вітчизняного законодавства в сфері інтелектуальної власності, яке на сьогоднішній день не забезпечує її

ефективного комплексного правового регулювання: велика кількість порушень прав інтелектуальної власності, що мають місце в державі, завдають значної моральної та матеріальної шкоди як окремим правоволодільцям, так і національній економіці та іміджу країни.

Надійний захист інтелектуальної власності в Україні дозволить компаніям, які виводять на ринок новий продукт, реалізовувати свої права в повному обсязі, що в свою чергу, дасть можливість збільшити надходження інвестицій у державу та зміцнити її авторитет на міжнародній арені.

В світлі вказаного перед державною системою охорони інтелектуальної власності стоять спрямовані на подальше поширення міжнародних та європейських стандартів завдання оптимізації правової охорони та захисту прав інтелектуальної власності, необхідність проведення державної політики, спрямованої на поширення відповідних знань у цій сфері серед різних верств населення. Також надзвичайно важливу роль у розбудові економічно незалежної держави, формування культури та поваги до прав інтелектуальної власності відіграють державні органи та впровадження ними різних заходів як у середині держави, так і на її міжнародному рівні [2, с.213].

Проблемі захисту інтелектуальної власності присвячено зараз багато досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як: Ю.Л. Бошицький, П.П. Андрушко, А.А. Бовін, Р.О. Денисов, О.М. Коцюба, Г.В. Корчевний, О.М. Мельник, А.П. Сергєєв, Р. О. Стефанчук, та ін. Проте, на жаль, ці напрацювання не в повному обсязі охоплюють усі питання правового захисту інтелектуальної власності в умовах євроінтеграції, що обумовлює важливість та актуальність дослідження питання нормативно-правового регулювання захисту інтелектуальної власності в умовах євроінтеграції України.

До важливих, але не цілком вирішених спеціальних питань належить проблема законодавчого врегулювання та охорона прав на торговельні марки. Сьогодні правова охорона вказаних об'єктів в Україні здійснюється на підставі Цивільного кодексу України, Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 22.05.1993 р. в редакції від 22.05.2003. Що ж стосується законодавства ЄС про торговельні марки, воно базується на вимогах Директиви Ради 89/104/ЄЕС «Про наближення законодавства держав-членів, що стосується торгових марок» від 21 грудня 1988 року.

У зв'язку з підписанням Угоди про асоціацію між Україною та ЄС і утворенням зони вільної торгівлі з ЄС існує необхідність імплементації

Україною стандартів щодо прав інтелектуальної власності, зокрема на торгові марки. В Угоді їм відводиться визначне місце. Підрозділ 2 частини 2 Глави 9 Угоди регулює правовідносини, які виникають у зв'язку з використанням торговельних марок. Важливо, що загалом норми положень підрозділу 3 частини 2 Глави 9 Угоди органічно доповнюють вже чинне національне законодавство, не дублюючи його. Разом з тим положення Угоди не вирішують проблему термінологічних розбіжностей, яка існує в діючому законодавстві України.

Так, у законодавстві та практиці вживаються різні терміни на позначення поняття «торговельної марки». Найбільш поширеними є терміни: «товарний знак», «торговельна марка», «знак для товарів і послуг», «торговий знак», «логотип», «торгова марка», «бренд». У ЦК України вживаються терміни «торговельна марка» і знак для товарів і послуг (ст.420) та «торговельна марка» (глава 44, ст.492–500), що хоч і підтверджує тотожність даних понять, однак негативно впливає при застосуванні норм законодавства і неприпустимо з боку юридичної техніки [3, с. 840]. При цьому торговельна марка визначається як будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. У Законі України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» вживається термін «знак для товарів і послуг» (ст.1), що визначається як позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб [4]. Тому, потребує узгодження вживання різних термінів у законодавстві України на позначення одного і того ж поняття.

У тексті Паризької конвенції про охорону промислової власності 1883 р. для характеристики товарних позначень вживається вислів, що перекладається як товарний знак, однак без визначає такого поняття.

Відповідно до статті 2 Директиви Ради 89/104/ЄС «Про наближення законодавства держав-членів, що стосується торгових марок» від 21 грудня 1988 року, торгова марка може складатися з будь-якого знака, який можна представити у графічній формі, зокрема слів, включаючи власні імена, малюнків, літер, цифр, зображень товарів чи їхніх упаковок, за умови, що такі знаки здатні розрізняти товари чи послуги одного підприємства від товарів чи послуг інших підприємств [5].

Таким чином, варто зауважити що існує необхідність внесення відповідних законодавчих змін та коректив до національного законодавства

в першу чергу з метою узгодження та гармонізації використовуваних визначень задля єдності термінології.

Одним з ключових зобов'язань, яке взяла на себе Україна у зв'язку з ратифікацією Угоди про Асоціацію з ЄС, є відкриття для загального доступу електронної бази поданих заявок на реєстрацію торгових марок. Аналогічні бази на сьогодні відкриті в багатьох країнах світу: США, Великобританії, Австрії, Бельгії, Болгарії, а також багатьох інших. Це дає можливість відстежувати заявки, які подаються з порушенням прав, своєчасно подавати опозиції проти реєстрації тих торгових марок, які суб'єкт господарювання вважає поданими з порушенням його прав, а також дозволить з мінімальними витратами оцінити можливість реєстрації нової торгової марки.

Станом на сьогодні, така база поданих на реєстрацію торгових марок є закритою, у зв'язку з чим в Україні мало розвинена практика подачі опозицій проти реєстрації торгових марок, а визнати недійсною вже зареєстровану торгову марку згідно з українським законодавством можливо тільки в судовому порядку[6, с.6].

Відкриття бази дасть поштовх в Україні для подачі протестів на стадії реєстрації торгових марок, що дозволить зменшити кількість судових позовів, а також здешевить процес оцінки доцільності реєстрації торгової марки.

Крім того, у більшості країн існує можливість дострокового припинення прав на торговельну марку у зв'язку з її невикористанням. На сьогоднішній день згідно ч. 4 ст. 18 Закону «Про охорону прав на знак для товарів і послуг», якщо знак не використовується в Україні повністю або щодо частини товарів і послуг протягом 3 років з дати публікації відомостей про видачу свідоцтва або іншої дати після публікації, будь-яка особа має право звернутися в суд із заявою про дострокове припинення дії свідоцтва повністю або частково. І тільки якщо власник торговельної марки зможе вказати поважні причини такого невикористання (наприклад, обмеження імпорту), свідоцтво не буде достроково припинено. На практиці дана можливість дострокового припинення свідоцтва досить частовикористовується.

Відповідно до ст. 197 Угоди про Асоціацію, якщо протягом п'ятирічного періоду з дати завершення процедури реєстрації власник не починає реальне використання торговельної марки для товарів або послуг, стосовно яких вона зареєстрована на відповідній території, або якщо таке використання призупинено протягом безперервного п'ятирічного періоду,

по відношенню до торговельної марки можуть бути запроваджені санкції, якщо відсутні належні причини для її невикористання.

Таке збільшення терміну з 3 до 5 років може призвести до обмеження можливості дострокового припинення прав на торговельну марку.

Європейський досвід та удосконалення судової реформи, з огляду на вказане, потребує, на думку окремих науковців, створення спеціалізованого патентного суду для розгляду справ, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності, а також запровадженню альтернативних способів вирішення спорів, розробки єдиної методики проведення судових експертиз у справах щодо визнання недійсними охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності, в тому числі – на торговельні марки, розробки методики визначення збитків у справах про порушення прав інтелектуальної власності [2, с. 216].

Ще одним важливим питанням, яке підлягає вирішенню на шляху до євроінтеграції є правова охорона добре відомих торговельних марок, оскільки чим вища репутація торговельної марки, чим вища її комерційна цінність, тим значно ширшим має бути обсяг такої марки. Саме з цією метою власники знаків з високою репутацією намагаються захиститися від недобросовісних дій, зокрема від «розмивання», «імітації» торговельної марки, надаючи їм статусу добре відомих в Україні [7, с. 24]. Так, Угодою про асоціацію визначено, що сторони ефективно співробітничать, щоб зробити охорону добре відомих торговельних марок, як це передбачено статтею 6 bis Паризької конвенції і статтею 16(2) і 16(3) Угоди ТРІПС, ефективною.

У статті 6 bis Паризької конвенції йдеться про те, що країни Союзу зобов'язуються чи то з ініціативи адміністрації, якщо це допускається законодавством країни, чи то за клопотанням зацікавленої особи відхилити або визнавати недійсною реєстрацію і забороняти застосування товарного знака, що є відтворенням, імітацією чи перекладом іншого знака, здатні викликати змішування зі знаком, який, за визначенням компетентного органу країни реєстрації чи країни застосування, вже є в цій країні загальновідомим як знак особи, що користується привілеями цієї Конвенції, і використовується для ідентичних або подібних продуктів.

Згідно з ч. 1 ст. 25 Закону, правовою підставою визнання знака добре відомим в Україні є рішення Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України або суду [4].

Проте, залишається суперечливим як у законодавчому плані, так і в судовій практиці момент, з якого знак може вважатися добре відомим. Так,

юридичним моментом є прийняття відповідного рішення Апеляційною палатою або судом, про що йдеться і у ч. 4 ст. 25 Закону. Фактичним моментом визнання торговельної марки добре відомою є внесення відомостей про знак до Переліку знаків, визнаних добре відомим в Україні Апеляційною палатою та публікація відомостей про знак в офіційному бюлетені «Промислова власність». Важливим є те, що вносяться до вказаного переліку і відповідно публікуються відомості про знаки, які визнані добре відомими саме Апеляційною палатою. Тому момент визнання марки добре відомою за рішенням суду чітко не визначений, оскільки прийняття судового рішення автоматично не робить його відомим невизначеному колу осіб. Як наслідок – ймовірність виникнення сумнівів в обов'язі прав володільців та користувачів добре відомих знаків.

Підсумовуючи, можливо впевнено стверджувати, що норми підрозділу 3 частини 2 глави 9 Угоди про Асоціацію мають добре виписану частину щодо застосування прав інтелектуальної власності на торговельні марки, яка базується на внутрішніх правилах ЄС, а тому, незважаючи на те, що в Україні існує система охорони прав інтелектуальної власності, яка відповідає міжнародним стандартам, прагнення України інтегруватись у Європейське співтовариство потребує найвищого рівня необхідного законодавчого узгодження, яке полягатиме у виконанні жорстких вимог щодо охорони прав інтелектуальної власності, визначених в Угоді та Директивах Ради ЄС.

Удосконалення правотворення у сфері інтелектуальної власності повинно відбуватися комплексно й послідовно, спираючись на відповідну спеціальну національну програму, яка підпорядкована не швидкоплинним інтересам тих або інших політичних та комерційних сил, а інтересам усього суспільства.

Література

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом і його державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011
2. Бошицький Ю.Л. Інтелектуальна власність в сучасній Україні – актуальні питання модернізації та правового регулювання // Часопис Київського університету права • 2013/1 – с. 213.
3. Рудник Т. В. Правова охорона торговельних марок / Т. В. Рудник, Г. В. Закорецька // Форум права. – 2012. – № 1. – С. 840–844.

4. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 № 3689-ХІІ // Відомості Верховної ради. – 1994 р. – № 7 – ст. 36.
5. Перша Директива Ради 89/104/ЄЕС «Про наближення законодавства держав-членів, що стосується торгових марок» від 21 грудня 1988 року [Електронний ресурс] – Доступно з: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_352
6. Ортинська М.Ю. Захист прав інтелектуальної власності українських підприємств при виході на ринки ЄС. – К., 2014. – 31 с.
7. Бошицький Ю.Л. Роль права та деякі теоретико-прикладні питання щодо охорони об'єктів інтелектуальної власності. // Сучасні проблеми правової системи України; Зб. наук. Праць. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2008. – 542 с.

Шестопалова Л.М.,
кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник
професор кафедри загальноправових дисциплін
Київського національного
торговельно-економічного університету

ДИХОТОМІЧНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ЕКОНОМІКИ

Проблема дихотомічності та антиномії в українському суспільстві та економіці не може не викликати не тільки науковий, але й практичний інтерес, особливо протягом останніх двох-трьох років, коли в державі та соціумі відбулися неочікувані знакові зміни соціально-правового характеру, розпочалися нові загальнозначущі соціально-політичні процеси, яким надаються протилежні, проте логічно обгрунтовані пояснення.

Однак тематика дихотомічності, антиномії та антиномізму в сучасній українській науково-юридичній літературі не є вельми популярною, а з позицій лібертарного юридизму та філософсько-правового антропологізму протягом останніх років окремо (предметно) та ґрунтовно не розглядалася. Однак слід визнати, що цими питаннями переймалися науковці інших соціогуманітарних наук, зокрема мовознавства, психології,

соціології, політичних наук та ін, а також окремі російські дослідники в галузі права – щодо антиномій, відповідно, російського суспільства, висновки яких, на наш погляд, для нас не є прийнятними та не потребують нашого спростування, а тому ми на них й не спиратимемося. Антиномічність же сучасного українського суспільства, особливо в нових умовах, з позицій теорії права та філософії права залишається темою неопрацьованою.

Тільки частково погоджуючись із тим, що «травмованість і антиномічність свідомості стали характерними рисами суспільної свідомості всього населення пострадянської Росії» [3, с. 29], ми візьмемо на себе сміливість і спробуємо з'ясувати внутрішні причини й особливості антиномічності українського суспільства, її межі як невід'ємної ознаки останнього.

Філософська проблематика антиномії [2, с. 89] бере свій початок ще з часів давньогрецьких філософів, детально ж проблему антиномії розроблено німецькими філософами нового часу. А з філософії як пранауки та метанауки її було запозичено мовознавцями, соціологами, психологами та науковцями інших галузей знання. Не стояли осторонь і представники юридичної науки. І нині шукають її розв'язання практично всі наукові школи романо-германського права.

Антиномія є явищем та ознакою суспільного розвитку, а корінням сягає глибин інтелекту і виражає дихотомічність побудови Всесвіту, а в нашому випадку – дуальність правової реальності та кардинальність її сприйняття.

Антиномія – це логічний смисловий парадокс, смислова суперечність, змістовна презентативність протилежностей, коли два протилежні об'єкти (взаємовиключні висловлювання, положення) є однаково істинними, однаково переконливо доказовими логічним шляхом. Брак досвіду та вихід розуму за межі раціонального не завжди можуть пояснити наявність соціальних, в т.ч. правових антиномій.

Можна припустити, що соціальні та, в т.ч., правові антиномії є чорними дірами у зітканій із фрагментів буття суспільній, цивілізованій дійсності. Чим більше догми, чим більше схоластики, чим більше формалізму, тим менше місця залишається для антиномій. Та реальний світ перебуває в постійному розвитку, видозмінюється, різноманіття проявів суспільного життя важко описати, точно та максимально раціонально пояснити, підвести під дію соціальних законів, а тим більш спрогнозувати. Якщо світ, усе, що в ньому існує, все буття можна спрощено пояснити, поза

зламом крізь призму людського сприйняття, тільки молекулами (елементарними частинками) та відстанями й зв'язками між ними, то, звичайно, це не поширюється на його соціально-правову картину, якій апіорі притаманна діалектична суперечність як один із можливих рушіїв розвитку останньої. Отож, соціально-правові антиномії, а так швидше і є, – не слабкість чи обмеженість людського розуму, а віддзеркалення в мисленні людини діалектичної суперечності буття та видозміни соціуму, який складають ті самі носії людського розуму й інтелекту, з особливостями психіки.

Антиномії живуть власним життям, як егрегори, допоки мислення не зробить якісний стрибок, інколи внаслідок соціального парадоксу, конфлікту. Будь-які форми соціально-правового буття – від закону до правовідносин – можуть містити антиномії. Антиномії можуть міститися в одній правовій нормі і в кількох, в одному нормативно-правовому акті і в кількох, а так само в правовідносинах тощо.

Соціально-правові антиномії, можливо, – один із засобів врівноваження, упорядкування, структуризації соціального хаосу. Правові важелі наведення ладу в суспільстві, якими б позитивними вони не були, здебільшого сприймаються його членами як вимушений тиск. Норма завжди обмежує. Правило поведінки завжди встановлює рамки, межі поведінки (в цьому разі – правової), відмежовує її від протиправної поведінки, а тому, крім державної волі (і волі єдиного джерела влади – народу), містить і сваволю, що сприймається як така адресатами норми, які таким чином опиняються на іншому боці управлінсько-правової ініціативи. Загальна теорія права сама охоплює суперечності між позитивним і природним правом, пов'язані, відповідно, з примусом держави або з веліннями природного права.

Суспільство структурно складається з людей, які своїми ідеалами, думками, почуттями, емоціями, намірами, цілями, діями безпосередньо впливають на природно-соціальні процеси та їх результати.

Суспільна система, суспільний лад, національна ідея, культурні надбання та національні особливості народу, а так само його знакові постаті, в т.ч. соціальні та державні менеджери зумовлюють напрям і стан суспільного розвитку, вносять до партитури правового буття правові дескриптори, визначальні чинники розпізнавання.

Україна з моменту вирізнення її як цілісної держави завжди характеризувалася високою духовністю та ніколи духовно не хворіла, незважаючи на те, що неодноразово переживала різні зовнішні обмеження

своєї культури, зовнішній економічний тиск і політичне насильство над собою. Україна і нині перебуває у скрутному політичному становищі, але позитивних очікувань не втрачає.

За великим рахунком, саме наша Конституція (конституція Пилипа Орлика 1710 року) – «Пакти та конституції законів та вольностей Війська Запорозького між ясновельможним гетьманом Пилипом Орликом та між старшиною, полковниками, а також названим Військом Запорозьким» [1, с. 209] – є найпершою конституцією у світі. Саме наша Конституція незалежної України 1996 року належить до найкращих світових зразків конституційно-правового письма, а наша чинна українська зовнішня форма права містить сталі механізми захисту прав людини від будь-яких протиправних посягань і сваволі чиновництва. Натомість, як загально-відомо, значна кількість показників, що характеризують соціально-правове здоров'я нації, сам стан реалізації права, реальний захист прав і свобод людини та громадянина, діяльність державних органів, юридичних інституцій акумулюють негативні висновки щодо них.

Антиномія починає сприйматися як оновлена ознака суспільної свідомості. Суб'єктивні фактори суспільної свідомості урухомлюють врівноважені протиріччя в ній. У соціумі та державі порушуються питання, лапідарні відповіді на які містять однаково прийнятні суперечності. Тут досить згадати питання війни та антитерористичної операції; проведення як ознаку демократії чи неможливості проведення виборів на окремих територіях Донецької та Луганської областей, які мають спеціальний статус і фактично нині не є підконтрольними Україні; оновлену та посилену систему засобів антикорупційної протидії і небачений супротив корупції їй навіть у вищих ешелонах влади; значні надбання правової культури і тут же законотворчий анархізм і спонтанність; передвиборні обіцянки кандидатів і оптимістичні сподівання населення та, з іншого боку, післявиборні песимістичні реалії. Цей перелік можна продовжувати довго. Проте слушність аргументів на пояснення суперечних кардинальностей часто важко спростувати. Тому можна говорити про певні закономірності наявності таких антиномій. Однак не слід забувати, що протилежності не завжди можуть становити єдність у цілому. За тими самими законами логіки, протилежності можуть спричиняти суспільне напруження, колізії, вступати в конфлікти, перебувати в протиборстві та самі породжувати парадокси та конфлікти. Незважаючи на те, що нині на перший план виходять турботи, що стосуються повсякденного життя – дорожнеча, підвищення тарифів за комунальні послуги, підвищення пенсійного віку,

недоступність нового житла, безробіття, загалом низький рівень добробуту населення, – зазначені антиномічні пари суспільство ніби тримає в умі, напоготові...

Тож, загалом дихотомія, бінарність і антиномії стають ознакою часу, нового суспільства, соціуму, що робить якісний стрибок чи готується до нього, що здійснює сходження до глобального культурного простору в найширшому значенні.

Ми кардинально змінили напрям свого розвитку – з радянсько-тоталітарного на лібертарно-юридичний. Хоча очікування цього можна назвати історичними, епохальними, ми надто різко розвернулися на 180 градусів – зі сходу на захід. І не тільки ці зовнішні моменти правової дійсності спричиняють певні антиномії в українському суспільстві. Маркером соціальної української антиномії, до слова, так само дихотомічним, може слугувати наша інтелігенція, відмінна від інтелігенції західної, оскільки має переважно сільські, народні корені. Ніби методом експертних оцінок завдяки її поглядам, рисам, просуванню соціальною драбиною, її формальному виразу можна зробити певні припущення саме про ментальні особливості української дихотомічності. Бо аж ніяк неприпустимо відкидати наші власні національно-історичні, звичаєво-правові та ментальні риси й особливості.

Дійсно, особливості буття українського народу, як і будь-якого іншого народу, його історії, природних і соціальних умов, в яких він живе, зумовили формування самобутніх, особливих рис української культури. Особливі, унікальні риси української культури визначаються й менталітетом народу, нації. Тільки врахування специфіки *менталітету українців* як нації дозволяє сформулювати оптимальну стратегію подальшого розвитку культури та права як його безумовної складової.

Якщо менталітет – то «...доведений до автоматизму тип мислення, який втілюється в системі пануючих цінностей, що визначають та регулюють буття народу та окремої людини.. має дуальну природу: є психічним, безсвідомим, біологічним, природним та водночас соціальним, сформованим завдяки засвоєнню соціального досвіду, вихованню, тому суспільному життю, яким живе народ» [4, с. 16], то характеристики менталітету українського народу як раз і можуть пояснити внутрішню дихотомічність українського суспільства. На нашу думку, абсолютно справедливо включати до числа його архетипів такі, як архетипи: матері, рівності, свободи; долі; самоствердження, родючості; нерепресивності і, разом із тим, архетипи: незавершеності; спільної некоммунікативності. Якщо

до них додати такі риси, як: індивідуалізм, емоційність, інтровертність і виконавство (замість керманництва), то стане зрозумілим внутрішній антиномізм сучасного стану українського суспільства, долати який слід поволі, а радше – вивчати й поправляти, але не купирувати, бо він, крім іншого, є ще й спонукальним суспільним рушієм і самою особливістю.

Отже, соціально-правова дихотомічність українського суспільства, однак, аж ніяк не стосується оформлення його самостійної і незалежної державності, його (нашого) вибору державно-правового (політичного) режиму – демократії, республіканської форми правління та навіть державно-територіального унітарного устрою. Ці висхідні, засадничі питання є питаннями виживання Української держави як рівноправного (з такими ж) суб'єкта міжнародного права та вищого політичного інституту, що представляє український народ і виражає та офіційно, усіма можливими засобами захищає його інтереси й інтереси та права кожної людини та громадянина. На щастя, і кардинального розриву в розумінні правової правди та правової істини в Українському суспільстві немає, не повинно бути і бути не може. У нас немає і потреби шукати якийсь свій, новий та особливий, шлях розвитку.

Література

1. Кресін О.В. Конституція Пилипа Орлика / О.В. Кресін //Юридична енциклопедія: В 6 томах. / Редколегія: Ю.С. Шемшученко (відп. ред.) та ін. – К. : Укр. енцикл., 2001. – Т. 3 . – 792 с.
2. Порус В.Н. Антиномия // Новая философская энциклопедия/ Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд. : В 4-х т. – 2-е изд., испр. и допол. – Т. 1. – М.: Мысль, 2010. – 644 с.
3. Тощенко Ж.Т. Травма и антиномия – новые черты общественного сознания и поведения в современной России / Ж.Т. Тощенко // Юридический журнал [Электронное издание]– С. 25–46. – Режим доступа : http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2015_1/Toshchenko_2015_1.pdf
4. Характеристика українського культурного простору // Еволюція етосу юриста в Україні (історичний та соціально-психологічний нарис) / В.О. Лозовой, В.О. Рум'янцев, Л.В. Анучина та ін. ; за ред. В.О. Лозового та В.О. Рум'янцева. – Х. : Право, 2011. – 264 с. (Серія «Відкрита дослідницька концепція». Вип. 10). – С. 15–18.

Наукове видання

**GLOBAL CHALLENGES OF NATIONAL ECONOMIES
DEVELOPMENT**

**CONFERENCE PROCEEDINGS
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

Kyiv, 19 October, 2016

Part III

**ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК**

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 19 жовтня 2016 року)

Частина III

Формат 70x100/16. Ум. друк. арк. 95,94. Тираж 80 пр. Зам. 1024.

Видавець і виготовлювач

Київський національний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 4620 від 03.10.2013 р.